Nohelis Ruíz Arvelo

Triunfa HACIENDO Networking

Estrategia y Desarrollo de Redes de Contacto como herramienta de Personal Branding. Diplomacia Corporativa y Network en la era de la Economía Colaborativa, CEO's, Knowmads y Start-ups.

Nohelis Ruíz Arvelo

Edición Especial #PONTECARA 2017

Triunfa HACIENDO Networking

www.NohelisBSB.com

Primera edición: Julio 2016

ISBN: 978-84-608-9877-1

El contenido de este libro no podrá ser reproducido, ni total ni parcialmente, sin el previo permiso del editor, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

Todos los derechos reservados.
© Nohelis Ruiz Arvelo © www.NohelisBSB.c
© Julio César Pineda por el epílogo
© Patricia Sahmkow por la fotografía

Editado por Nohelis Ruiz Arvelo (www.nohelisBSB.com)
Gestión y producción editorial: Nohelis Ruiz Arvelo (www.nohelisBSB.com)
Maquetación y diseño: Corina Chocrón (corinachocron@gmail.com)
Fotografía de Portada: Patrcia Sahmkow (www.eraseunavezfotografia.com)
Revisión Editorial: Cayetano Nuñez

Triunfa
HACIENDO
Networking

Edición Especial #PONTECARA

www.pontecara.com

Nohelis Ruíz

Estratega de Redes de Contacto. Autora del Libro **"Triunfa Haciendo Networking"** y Autora de libro para Grupo Planeta. Emprendedora Fundadora de Planchic. Consultora de Relaciones Públicas, Comunicación, especialista en eventos y experiencias fuera de contexto, al mejor estilo Business & Social Behavior, gracias a su capacidad innata para crear entornos y aliados con especial interés en Personal Branding. Colaboradora en Espacio Emprendedores Cadena SER Madrid Norte 89.6FM, Blog Iberoamérica Emprende - Casa América, Latinos Emprendedores Radio Tentación 91.4FM, Ecopreneurs4climate.org (workshops - charlas - talleres -ponencias) y CIVSEM entre otras. Conferenciante y Formadora: Marca Personal, Posicionamiento, Networking, Atención al Cliente, RRPP y Comunicación. Tiene un Don que le permite descubrir el talento y el valor de las personas y utilizarlos como herramientas para diseñar su Marca Personal. @NohelisRuizA "LifeHacker".

Gracias a Nohelis podéis disfrutar a continuación de su libro **"Triunfa haciendo Networking"**. ¡Disfrutadlo!

#PONTE CARA

Carlos Garcia Trillo
Senior Brand Manager Drinks

Equipo! Vais a pensar que estoy loco, pero qué seria de este mundo sin locuras? ;) Hace tiempo que pensaba en esta idea que os voy a compartir, a ver qué os parece. Llevo muchos años en Linkedin (mi red social favorita) y he conocido a muchísima gente por aquí, personas que me han enriquecido, con la que hemos compartido contenido y anécdotas maravillosas. Creo de verdad que ha llegado el momento de que nos pongamos cara...y he de verdad que ha llegado el momento de que nos pongamos cara...y he pensado en montar una cena para poder salir del mundo on y finalmente pasar al offline (que aun existe jeje). Actualmente vivo en Madrid, creo que puede ser una buena iniciativa, así nos conocemos, hacemos networking, y seguimos aprendiendo cara a cara! Si estáis interesados/as dejad un comentario con el email y yo me encargaré de organizarlo todo. Quién se apunta? :)

#pontecara es un movimiento de miles de profesionales que deciden encontrarse para conseguir las claves de su crecimiento como marca personal y pasar un buen rato. Tras mucho tiempo relacionandonos a través de las redes, Carlos hizo saltar la chispa a través de un mensaje y la idea, tan simple como 'nos ponemos cara?' se convirtió en un movimiento Imparable.

Javier Guadiana
Fundador de Reason Why

La popular hipótesis de los 6 grados de separación nos proponía que una persona del planeta estaría conectada con cualquier otra a través de un número máximo de 6 saltos; es decir, yo conozco a alguien que conoce a otra persona que a su vez...
Una teoría que desde su presentación en 1930 ha excitado múltiples conversaciones y estudios en cada casa a lo largo de casi un siglo.
En la materia de este libro, ya podríamos anticipar que un networker es capaz de reducir esa cifra a un número menor; sin embargo, encuentro más preciso definirlo como aquel que posee la habilidad de escoger el camino correcto para llegar a la persona que está buscando. ¡La diferencia es mayúscula!
¿De qué serviría estar cerca de nuestro objetivo si no sabemos cómo llegar hasta él? En lugar de 6 uno puede dar 60 saltos si escoge rutas débiles.
Las herramientas no tienen utilidad si no sabemos usarlas; por eso la Orientación y la Estrategia son capacidades tan respetadas en nuestra sociedad y en el mercado laboral.
Encontrados en esta definición, la aspiración para un networker de nivel es todavía mayor. No será suficiente con hallar el camino en el menor número de saltos, sino que además, deberá hacerlo con facilidad. De esta forma, si la teoría fuera cierta, sería posible contactar con el presidente de los Estados Unidos (ejemplo típico) o con Jeff Bezos (ejemplo bastante más cool) casi sin esfuerzo.
Sin embargo, y para inri de los presentes, la teoría es errónea; quizá no lo fuera en los 90 o principios del 2000 (época de máximo apogeo) pero en el 2017 -casi 18- la propuesta ha quedado obsoleta. Según los últimos estudios la cifra exacta es 3,57 grados. Es decir, usted lector podría llegar a Jeff Bezos saltando 4 veces en un periodo de tiempo de 24 horas. ¿Cómo lo ve?
Si tiene algo que proponerle al fundador de Amazon, no dude en hacerlo esta misma noche.
El mundo es un sistema de contacto; todo funciona a través de la fricción. Desde la combustión de hidrocarburos hasta la redacción de un email.
Si no me cree, pregúntele a sus teclas. El contacto hace posible el sistema y la regla es fácil: a mayor contacto mayor desarrollo.
El prejuicio y la connotación negativa de que “moverse por contactos” es algo deleznable es la excusa de aquellas personas

perezosas, distraídas y desconcentradas en entender el manual de instrucciones.
Tener este libro sobre sus manos ya le hace diferente y le aleja de esa energía negativa de la que poco o nada hay que aprender porque poco o nada tiene para enseñar.
Contactos podrían ser aquellas personas con las que en algún momento usted ha tenido fricción.
Si no es voluntario, es necio que después de friccionar con alguien esa persona pase al inútil -y molesto- grupo de desconocidos en lugar de al divertido e inteligente grupo de contactados. Le anticipo que el coste de contactar y mantener la pulsión es alto; pero no se puede comparar al precio de ser un ermitaño laboral.
Hablamos de jefes, proveedores, clientes, vendedores de carne, fruteros, chóferes, profesores, médicos...
¿A cuántos de sus compañeros de promoción puede llamar para pedirles un favor? O mejor... ¿Cuántos de sus compañeros de Universidad piensan en usted para solicitar ayuda, colaboración o establecer alianzas?
Precisamente ahí nos encontramos con un peldaño más. ¡Esto cada vez se pone más interesante!
La característica fundamental para definir como buena una cartera de contactos no es el volumen de números de teléfono que almacene en su agenda, ni incluso el nivel de influencia de esas personas.
Obviamente ambos detalles tienen mucho valor -sobre todo el segundo- pero lo realmente interesante es que esas personas le sientan a usted como su contacto; alguien en quien poder confiar, alguien a quien pedir ayuda, alguien con quien asociarse para un proyecto concreto; en otras palabras, estar en el top of mind de sus contactos hará de usted un networker apreciado y rentable.
Salvo que quiera ser un gurú del spam, de poco sirve tener cientos de nombres en una agenda si no estamos en su shortlist de “profesionales de valor”.
El objetivo tampoco es tener tantas llamadas al día que no pueda ni tomar un café; pero si se cumple la definición de tener una buena cartera de contactos encontrará más facilidad para alcanzar sus metas, y ese es uno de los bienes más pretendidos del mercado.
En este libro obtendrá técnicas, consejos y contextos para mejorar su capacidad de networking; en otras palabras, para ser mejor profesional.
Le deseo mucha suerte y mucho sudor.
Aquí le dejo mi email javierguadiana@reasonwhy.es por si en alguna ocasión lo necesita.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....11
PRÓLOGO.....13
NOTAS DEL AUTOR.....16
INTRODUCCIÓN.....23

CAPÍTULO I.....29
NETWORKING & CREACIÓN DE ENTORNOS.....29
1.- Business & Social Behavior.....33
2.- Leyes Universales que se activan al hacer networking.....38
3.- Algunas reflexiones sobre el networking a nivel empresarial.....44
4.- Diplomacia Corporativa.....52
5.- Lobby for Business.....58
6.- Economía Colaborativa.....61

CAPÍTULO II.....65
BENEFICIOS DEL NETWORKING.....65
1.- Beneficios del networking.....67

CAPÍTULO III.....77
LA MARCAPERSONAL.....77
1.- Sobre la Marca Personal.....77
2.- Selfworking y las Etapas para crear tu Marca Personal.....84
3.- Claridad, Coherencia y Constancia = Reputación.....89

CAPÍTULO IV.....95
PREMISAS.....95
BUSINESS & SOCIAL BEHAVIOR.....95

1.- El Intercambio Genera Riqueza.....95
2.- El Networking no debe ser la última opción.....99
3.-Las Redes de Contacto deben estar activas.....101
4.- Habilidades a Desarrollar.....103
5.- Estrategia.....107
6.-Preparación.....109
7.- Recomendaciones para seleccionar espacios o plataformas.....119

CAPÍTULO V.....132
GESTIÓN DE CONTACTOS.....132
1.- La Importancia de la Gestión de Contactos.....132
2.- Gestión de Contactos en el Corto Plazo – Inmediato:.....135
3.- Gestión de Contactos en el mediano y largo plazo.....139

CAPÍTULO VI.....143
REGLA DE LA TRIPLE GGG.....143
1.- Good Project – Good Person – Good Timing.....143
2.- Los referidos y El Marketing Boca a Boca.....146

CAPÍTULO VII.....155
REFLEXIONES FINALES.....155
EPÍLOGO.....163

AGRADECIMIENTOS

Muy especialmente, gracias a ti que estás leyendo este libro, ¡Espero que sea de tu agrado y utilidad!

Gracias a todas las personas que han estado en mi vida de forma activa o menos activa, de forma directa o indirecta, ambas tan importantes y valiosas, que aquí estoy publicando este libro. Una obra que no hubiera sido posible sin la ayuda de mucha gente, de tantos seres especiales que me ha ayudado en el sendero de la vida.

Algunos más recientes que han aparecido para aportar su experiencia y apoyo logístico la creación de este libro, Renato, Gladys, Yza, y Brigitte. A Nacho por darme la oportunidad de compartir y aprender, dando voz y visibilidad a gente del ecosistema emprendedor a través de la radio; lo que me ha permitido expandir mi visión en este tema; así como a mis seguidores y usuarios en redes sociales y de mi blog, sobre todo porque han sido el apoyo que todos necesitamos cuando estamos en un proyecto importante y más aun cuando se trata de proyectar el Don y el Talento, pues sólo podemos manifestarlo cuando estamos en contacto con otros, interactuando, viviendo y siendo.

Este libro es fruto del reconocimiento y del apoyo vital que nos ofrecen las personas que nos estiman, sin el cual no tendríamos

la fuerza y energía que nos anima a crecer como personas y como profesionales. Gracias a mi familia y amigos, que desde siempre me han prestado un gran apoyo moral y humano, necesarios en todos los aspectos de la vida. Esta es la forma que he encontrado de honrarles.

Un honor poder contar con el apoyo y asesoría provista por Cayetano Núñez, mi mentor, quien muy amablemente ha invertido tiempo y sabiduría para que este libro pudiera publicarse de la forma más correcta posible. Un trabajo complementado por, el Embajador Julio César Pineda y el Embajador Carmelo Angulo Barturen con sus aportes, visión y conclusiones. *¡Gracias por la ayuda y la confianza!*

Ahora que estoy terminando de escribir los agradecimientos, me inquieta saber que son muchas personas las que han estado ahí, me han tirado un cable, que me han ayudado; en diferentes proyectos, ideas y en la vida ¡Gracias! Sólo espero haber sido útil en algún momento (desde mi rol) para muchos, pues de lo contrario, tendré que comenzar mi trabajo desde cero, aplicando los recursos que he plasmado en este libro.

PRÓLOGO

En la era de los CEO's, nómadas digitales y start-ups, como consecuencia de los grandes cambios tecnológicos y las novedosas formas de hacer negocios, estos se ven afectados por la aparición de nuevos actores en el contexto internacional que forman parte de un universo marcado por el emprendimiento, la economía colaborativa y la inteligencia colectiva. En ese contexto, no cabe duda de la necesidad de fortalecer las redes de contacto globales. La no localidad de los negocios y los emprendimientos, que pueden surgir en cualquier parte, de forma muy espontánea, junto a la movilidad laboral y los movimientos migratorios, obligan a personas y empresas a tener que gestionar de forma más exigente todos los recursos posibles en virtud del cambio que estamos viviendo.

La diplomacia corporativa se ha convertido en una profesión más entre el amplio universo de profesiones que se están manifestando y que engloba muy bien la autora refiriéndose a la gestión del *networking*. La autora toma como matriz, la fuerza que poseen las redes de contactos que se potencian a través de las relaciones públicas, sociales, interpersonales e institucionales. Las empresas y los emprendedores tienen que analizar y tomar decisiones en contextos muy complejos y cambiantes por lo que necesitan una información muy precisa y alianzas consistentes, con los diferentes actores públicos y privados. Esa aproximación ayuda a acortar los procesos de implantación, permite influir en los entornos públicos

y tener una voz representativa a la hora de abordar los cambios normativos.

Este libro pretende crear conciencia sobre la importancia que tienen para cada uno de nosotros, como profesionales, como emprendedores, como empleados, y como colaboradores de las pymes y las grandes corporaciones, esas redes de contactos y un conocimiento preciso de los contextos en los que ellas se mueven. A través de su lectura, la autora, gracias a su variada y rica experiencia, procura inspirar al lector, exponiendo conceptos relevantes con el fin de que pueda reflexionar y gestionar eficazmente sus propias estrategias respecto de las redes de contacto. Para ello sugiere una de las herramientas más comunes pero poderosas que tienen los seres humanos, su talento y su capacidad de análisis junto al conocimiento de ciertas técnicas y modalidades operativas.

Si bien es cierto que la autora no se planteó en un principio crear una manual para hacer *networking*, la verdad es que el lector está muy cerca de encontrarse ante una verdadera guía que le permitirá adentrarse sin dificultad en una manera novedosa de gestión que actualmente resulta imprescindible para todos los actores que se mueven en el entorno económico y social. Uno de los elementos más importantes de cualquier persona física o jurídica e incluso de los Estados e instituciones regionales, nacionales o supranacionales, es lograr la cobertura de sus necesidades mediante la optimización del uso de los recursos disponibles. Para ello es básico, una adecuada planificación estratégica de sus relaciones con el fin de lograr de forma exitosa sus objetivos, reduciendo el riesgo y acortando tiempos. El libro "Triunfa haciendo Networking", nos ofrece una información precisa en cuanto a la flexibilidad de las estrategias ya que invita al lector a trabajar potenciando sus propios recursos y a

adaptarlos según su personalidad, intereses y entornos en los que le toque trabajar.

Carmelo Angulo Barturen

NOTAS DEL AUTOR

Un poco más de 15 años inmersa en el mar de las Relaciones Públicas y la Diplomacia Corporativa, Eventos fuera de contextos, etiqueta y protocolo. Todo comenzó al entrar a la Universidad a estudiar la carrera y lo primero que hice fue formar parte del grupo de Protocolo. Allí comienza esta historia, sin quitarle mérito a todos esos empleos que puede hacer antes de entrar en la universidad y en mi recorrido por el mundo Erasmus, con empleos de atención al público en sus diferentes formatos. Algo que me quedó bastante claro con este tipo de experiencias, es que se me daba muy bien, y en diversas ocasiones me tocó encargarme de "clientes especiales", no hablo de los clientes VIP, me refiero esos clientes inaguantables, de esos que no sabes cómo complacer aquellos que nadie quería atender, los verdugos y victimarios, ese tipo de clientes que ponen los nervios de punta a cualquiera.

Soy Licenciada en Relaciones Internacionales, que no es otra cosa que ostentar de un diploma con aval para hacer carrera diplomática o trabajar en un sinfín de organismos internacionales, supranacionales, regionales, binacionales y hasta políticos o en muchos casos en grandes corporaciones como encargada de Relaciones Institucionales o Diplomático Corporativo. Y hago referencia a esto porque es, este el sector donde más importa el protocolo, la etiqueta y *"Le Savoir Faire"*, esas buenas prácticas en todas sus versiones y en el cual he

tenido el inmenso placer de aplicar mis habilidades a lo largo de mi trayectoria. Desde el protocolo social, pasando por el Institucional o de Estado, diplomático, político, eclesiástico y militar (a estos dos últimos realmente no les presté mucha atención, jajaja). No obstante, pasar de ellos, dejarlos de lado, me llevo a trabajar, entre otras cosas, en cámaras de comercio binacionales de la mano de algunas multinacionales. De esta manera dejaba la rigidez del protocolo, pero sólo dejaba esa estructura rígida, porque tomé el camino de las Relaciones Públicas.

Una cámara de comercio ya es un espacio dónde se organizan sinergias, es decir, es un ecosistema casi natural de *networking*. Lo interesante es trabajar en ellas organizando todas estas actividades, diseñando ambientes y espacios acordes a las exigencias y altos estándares, con el fin de que sus miembros puedan expandir sus propias estructuras relacionales en pro de sus negocios. Cómo cámara comercial, la idea es agrupar bajo esa marca de reputación y reconocida solvencia, todas las herramientas posibles para que los socios se beneficien e incrementen su ámbito de influencia y puedan hacer negocios gracias a la consolidación de relaciones.

En la primera de estas cámaras binacionales, fui coordinadora de eventos, (de todos los eventos), entre los cuales había algunos comités interesantes de gestión y de RRHH que me encantaban, en virtud de mi marcado interés por el comportamiento humano. Fue justo en esa etapa, donde comenzó el terror de mi carrera, que era batallar con los responsables de RRHH para evitar hacer cursos, recursos y recontra cursos para mejorar habilidades de sus empleados y hasta los míos, corregir u optimizar habilidades que yo no tenía, pero que tampoco quería tener.

En la siguiente cámara binacional, ya tenía otro cargo y más responsabilidades, se trabajaba mucho, eso sí, pero se llevaba el ritmo. Definitivamente, soy de esas personas que con mucha actividad la cosa como que me sienta mejor y es que en ese espacio nos encargábamos de entre, cinco y siete eventos semanales, mientras preparábamos y delineábamos, desde cero, los grandes eventos que se hacían a lo largo del año, tanto para socios, como para aquellas empresas miembros que solicitaban algún tipo de servicio.

Para coordinar todo esto, además de trabajar de la mano de altos ejecutivos y marcas de prestigio y no tan prestigiosas, tenía que estar dotada de mucho carácter y asumir lo que tenía que hacer. Esto nunca ha sido un trabajo, se me daba muy bien y lo hacía a la perfección, no sé si mis superiores opinen lo mismo, pero te aseguro que lo hacía y lo sigo haciendo a niveles de excelencia, además aplicando mis conocimientos de diplomacia, etiqueta y protocolo, porque lo exige la Diplomacia Corporativa y el *Lobby for Business*, y en estos espacios esto es así, no hay de otra.

Entre uno y otro empleo, tuve la oportunidad de trabajar como personal interino (externo) en una embajada en Centroamérica, apoyando en los eventos de la embajada y la residencia del embajador y redactando los informes económicos, culturales y turísticos de la delegación. También estuve en una institución pública financiera haciendo los estudios de los países con los que se firmaban los tratados de binacionales de doble tributación, por lo que, frecuentemente había que estar de punta en blanco, aplicando las mejores técnicas de protocolo en las reuniones bilaterales con homólogos de otros países. Así me fui consolidando como relacionista pública, con alto interés en el Diplomacia Corporativa y la negociación que tan bien se me daba en la universidad.

Cada una de estas actividades que hice a lo largo de esos años, me fueron llevando al siguiente paso, fui avanzando, permitiéndome adquirir conocimientos y nutrirme de gratas experiencias, gracias a las personas que conocían mi trabajo y a esa huella que dejaba mientras conquistaba mi mundo y el de las Relaciones. Lo que me llevó a asesorar a algunas empresas en la creación de eventos fuera de contexto, campañas, o como estratega en comunicación externa de esas empresas, con instituciones públicas, privadas y medios.

Al cabo de un tiempo me encontraba trabajando, como la segunda al mando del departamento de marketing para una empresa de automóviles, con un presupuesto bajo en relación a otras marcas, fue necesario aplicar mucha astucia para diseñar eventos que impactarán, sin invertir mucho dinero, así que abundante creatividad salió a flote. Además de utilizar los contactos hechos a lo largo de mi carreara profesional y hacer *networking* en diferentes formatos. Me encargué de un proyecto súper chulo de marketing interno o cliente interno que luego me llevó a unos proyectos interesantes sobre atención al cliente y experiencia de usuario.

En algún momento que no recuerdo con exactitud, atacó el virus del emprendimiento, pasaba horas buscando información, sacaba cuentas, conversaba por doquier, lanzaba ideas al aire y otras veces las compartía con diferentes personajes y obtenía *feedback*; hasta que un día tomé la decisión de emprender, encontré un modelo de negocio y hasta el sol de hoy, sigo emprendiendo, creando, intentando innovar. Y te cuento todo esto en cinco líneas, como preámbulo a lo que realmente nos concierne; y es que antes de emprender me cree una estrategia ¿Y Sabes por qué? porque ya no sólo era el hecho de emprender, sino que además lo haría, como inmigrante, emprender en el extranjero. **¡DOBLETE!** Mi estrategia ahora se centraba en mí,

siendo yo, con un proyecto de vida y una idea de negocio, todo un reto que he logrado y aquí estoy escribiendo sobre *networking*, luego de haber identificado, avanzado y fortalecido mi marca personal, utilizando la herramienta del *networking* que tanto me ha ayudado a lo largo de la vida personal y profesional.

Este libro es una invitación a expandir tu red de contactos, cambiando las formas de SER Y HACER. Por una parte, porque la necesitarás cuando menos te imagines, y por otra parte para que te sirva de inspiración y logres hacerlo siendo tu mismo y que no corras el riesgo de quedar atrapado en tu propia Marca Personal. Desde hace un tiempo he decidido llamarlo Business & Social Behavior, en primer lugar por la interconexión que existe entre todas y cada una de las cosas en la vida y que como seres humanos tenemos formas de actuar que muchas veces no son las pautadas por los gurús del *Networking* y las Relaciones Públicas; por ello mi sugerencia es que lo hagas con un toque particular. Yo por ejemplo gracias a que tuve la oportunidad de pasar unos años en Francia y adopté esa *"Politesse et savoir faire charmant"* junto a unos detallitos descubiertos en Inglaterra intentando aprender inglés, le he dado mi toque personal al mejor estilo Business & Social Behavior.

Nunca he podido abandonar mi esencia, he pasado unos años hackeando el *networking* y este libro es el fruto de ese trabajo, no cabe duda que mi experiencia laboral, avala un buen porcentaje de lo que he aplicado, de lo que hoy intento trasmitir en estas líneas. Pero realmente el mayor porcentaje se debe al carácter o actitud y si soy honesta contigo y conmigo misma; lo que realmente hacemos los buenos hacedores de entornos, no es más que utilizar las herramientas que tenemos a mano, no buscamos fuera de nosotros, es decir, lo que hacemos es alcanzar de forma magistral, en mi caso con desparpajo,

nuestros objetivos creando relaciones valiosas y sólidas. Ni más ni menos y esto es el resultado de la unión de dos tesoros que tenemos todos los seres humanos, pero que no sabemos que los tenemos, uno es el Don y el otro es el Talento, y si logramos identificarlos, ambos actuarán como complemento a nuestro favor.

En el momento en el que logramos identificar estos dos elementos claves, sabremos quiénes somos y por consiguiente será muy fácil saber que queremos o simplemente tendremos bien definidos nuestras virtudes y así lograr sacarle el mejor provecho. Y con esto, decidiremos si hacer o no *networking* puro y duro, porque existen muchas formas de establecer una estrategia para crear una Red de Contactos. Algunas de las personas con las que he trabajado, les sucede que justo en ese momento, cuando saben quiénes son, estas actividades dejan de ser un problema, gracias a que se disipan los temores, y desde aquí, el hacer *networking* se convierte en algo natural y placentero.

Por último y no menos importante, advertirte que te encontrarás con un vocabulario bastante atrevido en virtud de una mundialización que no para de avanzar. Ya no se trata solo de anglicismos, tan utilizados y aceptados en nuestra lengua y tantas otras; sino de vocabulario que utilizamos en la actualidad, gracias a un sinfín de actores y factores como por ejemplo internet. Para aquellos que somos globales, para los más jóvenes y sobre todo tratándose de emprendimiento, negocios, inversiones, economía colaborativa, movilidad internacional de talento, etc.; no nos queda de otra, y usamos términos, usualmente en inglés y otros pocos casos, una adaptación al idioma. Sumado a esto, también he decidido escribir este libro como usualmente me expreso. Aunque no encontrarás palabrotas, quizá sí, muchos términos y léxico que utilizo cotidianamente, algunos muy personales, otros en

francés y otros simplemente por esnobismo o postureo, pero que me encantan. Dicho esto, te invito a descubrir como triunfar haciendo *networking*.

INTRODUCCIÓN

En estas líneas encontrarás información, consejos y recursos sobre Gestión de Entornos, tanto *On line* como *Off Line*, networking con el encanto **Business & Social Behavior** que podrás descubrir y luego adaptar. Porque no son más que un resumen de aquellas cosas que he hecho y experimentado a lo largo de los años, esperando que te sirvan para reafirmar algo que ya sabes, te inspiren a rediseñar tu estrategia y consigas multiplicar aliados.

Con estos conceptos y consejos, conseguirás ver claramente los beneficios del *networking* como herramienta de *personal branding* o *branding* en el caso de productos o empresas, y estarás en la capacidad de bosquejar una estrategia para crear tu entorno, enfocada desde una perspectiva más armonizada, según estas nuevas formas de ser y hacer. Lo que permitirá claramente, el desarrollo de habilidades relacionales y la utilización de recursos que conseguirás adaptar estratégicamente para expandir tu red de contactos.

La idea es que esto se haga, tomando como eje central, el conocimiento de nosotros mismos, lo que nos permitirá proyectarnos de forma encantadora y respetuosa, sin necesidad de aplicar las técnicas que ofrecen muchos expertos, establecidas en los procesos de venta pura y dura, actualmente obsoletas, por sus efectos negativos y poco centrados en nosotros como seres únicos y valiosos.

Esto me lleva a confirmar, que hay mil y una forma de explotar las herramientas que tenemos a mano, junto a nuestro Don y Talento para lograr de forma única y natural, ampliar esa red de aliados, según nuestro estilo e intereses particulares.

Business & Social Behavior es la frase que mejor identifica lo que más me gusta hacer, engloba actitud y conocimiento de nosotros mismos para alcanzar resultados extraordinarios. Sabiendo además, que tenemos el famoso *Personal Branding*, desde dónde será estrictamente necesario arrancar para poder avanzar en cada uno de los proyectos y emprendimientos en los que nos embarquemos. Esto nos llevará a utilizar el *networking* como uno de los recursos disponibles, para proyectar nuestra marca y nuestros proyectos.

Desde hace unos años se habla a raudales de *networking* y la verdad me alegra, gracias a eso aquí estoy escribiendo este libro. Hay diferentes matices, colores y estilos, para mí, todas las formas de *networking* son valiosas, no obstante mi propuesta es ir al fondo para que puedas encontrar TU FÓRMULA PERFECTA, la que más se adapte a ti, a tus necesidades y esto sólo puede hacerse cuando tenemos bien definida nuestra marca personal, integrando unos aspectos muy valiosos e individuales.

Este libro, **"Triunfa haciendo Networking"** te permitirá visualizar y comprender la importancia de las redes de contacto con el fin de que puedas definir una estrategia personal o corporativa, desde lo personal, y así lograr aplicar diferentes herramientas en la ejecución de esta actividad que nos enriquecerá como personas y como profesionales.

La forma del libro, bastante particular, está marcada por una característica clave de "especialización" que ha surgido en un proceso personal y de observación detenida, pero activa, por lo que ahora algunos me llaman *"Networking Hacker"* y "Life Hacker" porque lo que realmente he hecho es "hackear" el acto de crear redes. Lo más destacable, es que esto me ha permitido perfilar o visualizar ciertos aspectos fundamentales en la creación de entornos o redes de contacto que iré resaltando a lo largo de los capítulos.

En el capítulo I y II encontrarás el contexto de lo que es el *networking,* su importancia y el concepto Business & Social Behavior, desde mi punto de vista y basado en mi experiencia. Esto con la finalidad de que puedas concebir su valor real, importancia, pero más aún, confirmar que existen muchas formas de hacerlo y que tú te puedes crear otras formas distintitas a las que encontramos usualmente en la vida *off line* y *on line*, sobre todo ahora que el mundo ha cambiado y en el que es necesario destacarse. En fin, llevar a la práctica la creación de estos nodos, requiere de cierta finura con el propósito de que transmita una imagen más estratégica, pero discreta de nosotros mismos.

Como "Hacker del Networking" me parece importante llegar al meollo del asunto, es como descodificar el proceso, y así ejecutarlo de forma eficiente; por lo que en el siguiente capítulo, hago referencia a la Marca Personal como punto de arranque. ¿Y sabes por qué? Pues, porque sin ella, diseñada de forma efectiva, seguiremos dando pasos en falso y no podemos permitirnos seguir caminando sin rumbo. En principio este capítulo es para sensibilizar sobre el "Arte del Networking" visto desde la perspectiva correcta, pues sí, para mi correcta sin pretender que sea la verdad absoluta; es decir como herramienta a nuestra disposición. No es más, que asumir y entender que para hacer crecer de forma constante y efectiva una red de contactos (Network), es

necesario tener un objetivo, misión o meta, saber quién soy, que quiere que ofrezco y cómo lo comunico, esto es lo que se conoce como *personal branding*, lo que arroja como resultado nuestra Marca Personal; y es a partir de aquí, que se diseña una estrategia que incluyen otros recursos, como por ejemplo el *networking*.

Sobre las premisas para hacer *networking* hablo en el capítulo IV, es el corazón del libro que comienza con una de mis máximas de vida "El Intercambio genera riqueza". Otra de las premisas que toco en este segmento del libro es sobre la importancia de no dejar como última opción la creación y gestión de redes de contacto. Asimismo encontrarás una lista de habilidades que se deben desarrollar para hacer *networking* a manera de identificación, para que luego cada persona pueda sacarle el mayor provecho. También he puesto una breve explicación de lo que es la estrategia y algunas preguntas que ayudarán al lector a definirla. El capítulo termina con la preparación, la selección de espacios y las claves que nos permitirán obtener resultados óptimos siendo nosotros mismos en encuentros y eventos en sus diferentes formatos.

En el Capítulo V hago referencia a la gestión de contactos como la clave que determina el inicio de una relación potencial y de valor con las personas que vamos encontrando el día a día. Por razones prácticas y académicas cuando me refiero a la Gestión de Contactos lo divido en: "Gestión de Contactos en el Corto Plazo", porque tienen un elemento esencial de "Inmediatez" y "Gestión de Contactos en el Mediano y Largo Plazo". Sabemos que lo que buscamos es crear relaciones sostenibles en el tiempo. Un buen creador de entornos sabe que es indispensable contar con una sólida red de contactos y que esto forma parte de un Estilo de Vida, por lo cual es necesario hacer algunas cosas con mucha astucia y de esta forma lograr el

desarrollo progresivo de esa red, haciendo una buena gestión.

El último capítulo hablo de la Regla de la triple GGG para los apasionados de las Relaciones Públicas y conectores natos, que más allá de su trabajo y proyectos propios, siempre piensan en otras personas. De muy claro que lo hago con cierta astucia y con un sexto sentido, sabiendo que siempre es mejor preguntar a los involucrados, si requieren nuestra ayuda. Para finalizar te presento algunas reflexiones finales.

Te invito a hacer networking por afinidad y no por necesidad.
¿List@ para Triunfar?

CAPÍTULO I

NETWORKING & CREACIÓN DE ENTORNOS

Red de contactos, redes eléctricas, red de comunicaciones, red ferroviaria, redes informáticas, red de telecomunicaciones, red terrorista, red de resistencia, red de marcados, red de empresas y un sinfín de redes hacen referencia a esta palabra que hemos visto a lo largo de la historia de la humanidad. La noción de red ha estado presente siempre bajo diferentes formas, adaptándose en la cultura popular y haciendo referencia a algunas tendencias coyunturales en diferentes épocas.

(*) 62éme. Congres de l'ordre des experts comptables "Comment faire du networking avec des groupements et réseaux européens

En informática, por ejemplo, el propósito primordial en la creación de una red es el de compartir recursos e información a distancia, asegurar la confiabilidad y la disponibilidad de dicha información, además de que se busca aumentar la velocidad de transmisión de datos, reduciendo los costes. Si lo llevamos a la vida terrenal una red de contactos o *network* debe fomentar una interconexión real, eficiente y eficaz que nos permite compartir data y recursos en beneficio de todos.

En la actualidad pareciera que el *networking* es un término novedoso, pero en realidad hemos estado creando redes de contacto desde que existimos como seres humanos y sociales, suena como un término súper moderno pero es tan viejo como el mismo mundo. Lo que me lleva a afirmar, que no es más que una herramienta que nos permite poner en práctica nuestras habilidades sociales, aunque me permito resaltar que esas habilidades sociales, sólo podemos ponerlas en práctica cuando nos conocemos a nosotros mismos y aceptamos defectos y virtudes. Sólo entonces triunfaremos poniendo en práctica estas habilidades sociales en cualquier situación de nuestra vida cotidiana, desde conseguir sentarnos frente al maestro en el primer puesto de la clase, pasando por destacar y poder ser visto o seleccionado para el equipo de *football* del barrio o que un vecino te eche una mano, hasta conseguir un empleo, una promoción o una entrevista en la radio para promocionar tu marca o producto.

Ahora bien, me gustaría aclarar algunos conceptos y así poder visualizar el *networking* desde otra perspectiva ya que por razones idiomáticas y de simplicidad a nivel popular, se ha tomado como una actividad que tiene un principio y un fin, pero en realidad es algo en constante movimiento. Es decir es un proceso, que se decide hacer luego de haber diseñado una estrategia (ya que es una opción entre tantas otras) para forjar el camino que nos llevará a aumentar nuestra red o *"network"*.

A mi particularmente me parece fenomenal que ahora el *networking* lo escuches en boca de personajes de otros sectores, lo que significa que se está percibiendo la importancia que tienen en todos los ámbitos de la vida, aunque todavía sea necesario aclarar ciertos conceptos vitales para evitar trampas y errores en los que se está cayendo. Existen profesionales y especialistas de marcada reputación a los que puedes acudir y así evitar caer en esas trampas, eso hay una suma importante de profesionales, y yo aquí intentando darle mi toque personal para que puedas triunfar. Te invito a visitar mi web dónde comparto información sobre este tema, así como material que difundo en las diferentes redes sociales.

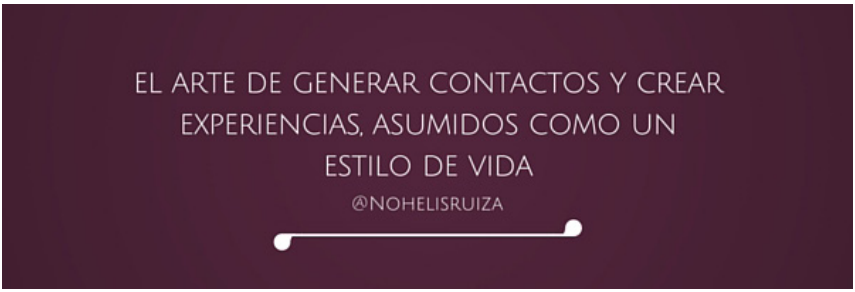
Mi interés es ofrecer una perspectiva que te lleve a distinguir entre dos aspectos, por una parte, observamos que la traducción más aproximada de *networking* es "trabajar tu red de contacto" y la palabra trabajar tiene una connotación de acción, por lo cual es necesario implementarlo, desarrollarlo y gestionarlo. Se trata de un trabajo de implementación, de un proceso con el fin de consolidar nuestro entorno y que además, implica una labor de mantenimiento (seguimiento o gestión) de esa red o redes. Con esto observamos que no se trata de una actividad restringida a un principio y un fin, sino al logro de objetivos diversos en el mediano y largo plazo.

No cabe duda que tanto para la vida personal como en la profesional, una excelente red de contactos, es la plataforma perfecta que te ayuda a proyectarte. En el caso de las empresas, emprendedores y *start-ups*, más aún, porque cuando estamos iniciando nuestro proyecto, esta red se vuelve **finita** en un plis plas. Por lo que no nos podemos dar el lujo de parar. Te invito a practicarlo de forma activa y eficiente, para que así logres triunfar haciendo *networking*.

Los seres humanos nos agrupamos en busca de ayuda o como complemento a aquellas cosas que nos faltan, creamos alianzas con otros que disponen de cualidades, técnicas o aptitudes diferentes a las nuestras; permitiendo multiplicar las posibilidades de éxito. Utilizando un conjunto de destrezas y procesos instintivos y/o aprendidos, que permiten ponernos en contacto con otras personas con el fin de tejer una red alrededor de nuestras vidas profesionales o personales. Esto a su vez va reforzando un gran tejido de personas talentosas, cada una en su sector, disponibles y dispuestos a apoyarnos en alguno de nuestros proyectos, llámese empresa, *start-up,* empleo, beca, inversión, etc. De acuerdo con esto, el *networking* es el acto de crear, desarrollar y mantener una red capaz de aportar una plusvalía a nuestro proyecto, ayudarnos a crear una empresa o simplemente aumentar nuestra visibilidad o la de nuestra marca.

Si hablamos por ejemplo de un proyecto, marca, producto o empresa, evidentemente dentro de tu red de contactos están tus primeros clientes y fans, pero ¿Por cuánto tiempo? ¿Cuántas veces vas a vender tu producto o servicio a la misma gente? ¿Cuántas veces le darán "Me Gusta" esas mismas personas a una misma noticia o imagen en las redes sociales? ¿Cuántas veces podremos recurrir a la misma persona? Es una red finita que conviene convertir en infinita, ni siquiera las personas más populares lo logran, su red de contacto no es suficiente

para mantener el negocio a flote por mucho tiempo. Con los tiempos que corren, es vital que cada una de las personas que componen la empresa, intenten involucrarse con los asuntos de la misma, y traten de abrir caminos para la construcción relaciones solidas con las que todos puedan nutrirse.



1.- Business & Social Behavior

Business & Social Behavior es el resultado de una búsqueda personal que hice hace algún tiempo, con el propósito de definir y darle forma a lo que mejor se hacer, establecer conexiones. Cabe destacar, que es parte de un proceso en el que he actuado como un "Network Hacker", dicho proceso consta de varias etapas que he podido identificar en la creación de mi marca personal y que se adapta perfectamente a la de cualquier otra persona. Más adelante en el Capítulo III hablo sobre la importancia de la Marca Personal y presento un esquema que facilita visualizar este proceso, las diferentes etapas que involucran el diseño de la tuya propia y de esta manera alcances dejar una huella favorecedora al momento de hacer *networking* ya que estará alineada con tu proyecto personal.

Con **Business & Social Behavior**, me refiero a ese trabajo de personalización para movernos en el mundo actual, pero lo más importante es que sepamos que los seres humanos actuamos guiados por una serie de patrones sociales y culturales, definidos por nuestras emociones, creencias y valores. Es decir un conjunto que da forma a nuestra personalidad biológica, que además también define nuestro comportamiento y la toma decisiones. Sea cual sea el ámbito dónde nos desenvolvamos e interactuemos, lo ideal es que acertemos haciéndolo, con un toque personal y humano, sin dejar de ser nosotros, como profesionales serios y respetables, pero auténticos.

Para ser auténtico tenemos que potenciar nuestras aptitudes, te puedo afirmar que es una de las formas más efectivas para que nuestra personalidad se refleje, al mejor estilo Business & Social Behavior. Sin dejar de ser nosotros, con nuestras virtudes y nuestros defectos (aceptados y controlados) a nuestro máximo potencial, y sobre todo sabiendo que nuestros interlocutores, son de carne y hueso, que también tienen necesidades, si, es verdad que las tienen, pero te garantizo que están dispuestos a ayudar siendo ellos mismos. Y que sepas que además tienen mil y una formas de ayudarnos gracias a sus destrezas y sus contactos, sobre todo gracias a sus contactos.

Ésta es mi propuesta, es la que conozco por experiencia propia, es una de las formas más heroicas de captar la atención, siendo nosotros, agradecidos, sutiles, espléndidos, respetuosos con nosotros mismos y con los demás, lo que al mismo tiempo nos colma de mucha seguridad.

En este momento entra al terreno de juego la reciprocidad y las otras

leyes que detallo un poco más adelante, en el siguiente punto; como el bastión que refleja esa necesidad del inconsciente colectivo, que tenemos de ayudar, pero que se queda en eso en una necesidad y pocos lo llevan a la acción. ¿Sabías que cuando somos honestos podemos beneficiarnos todos? Pues sí, entonces te lo dejo a modo de reflexión, la idea es que nos demos el permiso de ser extraordinarios y remarcables sin eclipsar esa luz que emitimos, sin dejar de ser nosotros mismos porque el *networking* es recíprocamente ventajoso.

Si bien es cierto que hay una asombrosa cantidad de eventos y técnicas que aplican o promueven ciertas empresas especializadas en *networking*, la verdad es que un buen porcentaje de ellas, lo que hacen es una adaptación de técnicas de venta pura y dura. Metodologías que no tienen en cuenta otros elementos, lo que se traduce en un porcentaje mínimo de eficacia de nuestro trabajo. Con esto me puedo ganar algunos enemigos, pero no pretendo su eliminación, sólo una evolución para que podamos integrar otros elementos en pro de nuestros proyectos. Por ello mi interés con este libro es que sirva de guía para hacer *networking* en cualquier lugar y que puedas utilizar y fortalecer tus propias virtudes, una estrategia que integra múltiples perspectivas, con el propósito de hacerlo, eso sí, cimentados en la excelencia, sin temor a equivocarnos y sacando la máximo provecho de las cosas más humanas y substanciales que tenemos a mano.

Más allá de todas las emociones que esto pueda generar, es evidente, que **NO** podemos ver esto del *networking* como una compra venta de servicios, cuestión que nos obliga a realizar una reflexión integral y evitar el engaño burdo. Particularmente, propongo que veamos esto del *networking* como una cadena de favores, es decir, asumirlo como un estilo diferente para intercambiar conocimientos, experiencias

y hasta pasiones, he aquí, un enfoque clave que puede favorecer la creación de nuestro círculo de influencia que juegue a nuestro favor, en lugar de crear y mantenernos en un círculo vicioso.

Hago referencia al *networking* como recurso o herramienta, y como tal es preciso utilizarla con astucia para que cumpla su función de forma óptima, te lo dice una hacker del *networking*. Es muy sencilla, tan sencilla que parece complicada, y creemos que esto sólo lo hacen los grandes empresarios. Si es verdad, que tanto empresarios como altos ejecutivos, son quienes mejor lo hacen, realmente la gente exitosa de otros ámbitos integra el *networking* y lo hace tan bien, que forma parte de su Estilo de Vida, lo han integrado, lo aplican de forma automática y a la perfección.

Son simples puntos de vistas diferenciales, esta actividad no es exclusiva de la élite, esta herramienta la utilizamos en todos los aspectos de la vida por igual. Y es aquí dónde muy amablemente me aventuro a enaltecer las habilidades y *le savoir fair* de políticos, diplomáticos, *celebrities*, atletas, gente de todos los ámbitos posibles, a fin de cuentas, lo que hacen es conocer gente, intercambiar pasiones, afinidades, disfrutar de su presencia, honrarles y quizá en algún momento reencontrarse para algún negocio o simplemente hacer recomendaciones.

La intención es poder conocer gente que se convierta en nuestros amigos y de ser posible, conocer a personas influyentes. No se trata de ir a eventos en busca de trabajo, vender o buscar clientes, impera la sutileza, la discreción y sobre todo el respeto, ejecutarlo con tu propio estilo, que se fundamente en la no agresividad y la creación de relaciones duraderas, sembrando confianza, en fin, crear experiencias

enriquecedoras, que directa o indirectamente nos sorprendan con intercambio de conocimientos y posibles negocios.

Definición de *networking* según Sylvia Blanco que he encontrado en el libro, Net.. Que? Networking para todos de Antoni Porras:

¡Totalmente!
www.pontecara.com

«Networking es el arte de crear, gestionar, ampliar y mantener tu red de contactos, vía on-line (virtual: redes sociales, redes profesionales, IM, Blog, Web, etc.) y off-line (presencial: eventos, desayunos, comidas y cenas de negocios, encuentros, etc.) de manera sistemática para que ambas partes ganen, se generen sinergias, colaboraciones, negocios, etc. Consolidando relaciones duraderas y de confianza».

Aprender a expandir, crear una red de contactos, mantenerla y gestionarla, se ha convertido en una prioridad para muchos. ¡Enhorabuena! para aquellos que ya lo saben, puesto que el mundo ya cambió y no hay ticket de regreso, un entrono cambiante y veloz, un mundo al que será substancial adecuarnos de la forma más astuta posible y actuemos con excelencia, aportando valor, siendo relevantes.

"THE PROCESS OF DEVELOPING AND USING YOUR CONTACTS TO INCREASE YOUR BUSINESS, ENHANCE YOUR KNOWLEDGE, EXPAND YOUR SPHERE OF INFLUENCE OR SERVE YOUR COMMUNITY."

IVAN MISNER (*)

(*) "El proceso de desarrollo y uso de sus contactos para aumentar su negocio, mejorar su conocimiento, expandir su esfera de influencia o de servir a su comunidad. "

2.- Leyes Universales que se activan al hacer networking

Sabemos que la sociedad actual, es individualista, sobre todo en las grandes urbes, lo bueno es que estamos viendo cambios hacía una sociedad más colaborativa, pero para poder llegar a ese nivel el *networking* pasa a ser primordial, es decir, tenemos que buscar, encontrar, proponer espacios y convertirnos en colaboradores. La verdad es que abunda la gente que quiere una sociedad y economía colaborativa, pero no tienen la actitud, tampoco crean los espacios para ello. Estamos acostumbrados a ver defectos, a ver problemas, a quejarnos, a criticar a otros porque no hacen algo por el bien común. En lugar de hacer propuestas o simplemente dar el ejemplo de lo que es ser, hacer y sentir por el bien común.

Elena Valor, excelente profesional de la comunicación especializada en Imagen, Protocolo y Marca Personal comenta lo siguiente:

> *"Dentro de las relaciones de negocios son muchas las personas con las que tendremos que establecer contacto. Destaquemos algunas como: socios, accionistas, clientes, comunidad de potenciales clientes, trabajadores, colaboradores, aliados, proveedores. Mantener con todas ellas unas buenas y saludables relaciones no será fácil pero sí necesarias. Las relaciones de negocios serán una herramienta indispensable para el éxito de tu empresa, y deberán estar basadas en valores como la honestidad, la confianza, la transparencia, la justicia, el respeto, entre otros".*

Cuando hacemos *networking* salen a la luz una cantidad de leyes

intangibles, recursos y costumbres. Para aquellos que tengan un poquito de conocimientos legales, esto que voy a decir les puede sonar conocido, quizá a otras personas no, pero igual lo comento. Una de las fuentes principales del derecho es la "costumbre" y la mayoría de las leyes a nivel internacional y diplomático que rigen organismos internacionales y hasta transacciones privadas, tienen su origen en la costumbre, si lo llevamos a nivel social y local, no es más que la cultura y esas buenas maneras de hacer que se han plasmado en papel gracias a la experiencia previa y aceptación de las partes involucradas.

En el *networking* existen estas leyes, que como muchas leyes, principios o normas, admiten la existencia de un orden y son válidas a la totalidad de elementos a la que se aplica. Estas leyes universales existen, están allí, activamente trabajando, independientemente de su naturaleza. Estas leyes universales ellas existen, aceptemos o no su validez, sepamos o no de su existencia. Además se cumplen a rajatabla, porque si, son de rigor natural; es como respirar, todos respiramos por igual y para respirar no tenemos que ponernos a discutir o ver si el otro respira más aire que yo. En el *networking* las premisas son como estas leyes, no sirve para nada dejar de hacer algo, porque el otro no lo hace, esto no es válido y sencillamente se hacen porque se tienen que hacer, punto pelota; no se hacen con el fin del que el otro también haga.

Cuando autores y expertos del sector hablan de reciprocidad, sonrisa, y agradecimiento, entre otras, no significa que lo hagamos sólo cuando el otro lo hace primero; como reacción o respuesta a eso que alguien haga primero. Se hace y ya, simplemente se respira, se da, se sonríe, se integra, se aporta, se es complaciente y agradecido, de esta forma se activa una de las leyes del *networking* que es la reciprocidad,

recordemos que es una ley, no es una opción. Te cuento un secreto: Las Leyes Universales no tienen excepciones, es decir que eso de que "Toda Ley Tienen Su Excepción", no funciona cuando se trata de leyes Universales y mucho menos cuando se trata de *networking*.

(*) "Las leyes del Karma no son menos relevantes en el medio profesional, que su importancia en cualquier otro plano". Artículo de Jodi Glickman in Harvard Business Review: "Confession of a Networking Pro"

Si observamos la historia o las vidas de algunos personajes exitosos, nos encontramos que ellos han integrado en sus vidas estas leyes y no sólo para hacer negocios, lo hacen de forma natural, como respirar, sin cuestionarse, porque lo hacen de forma automática. Es posible que algunos ni lo sepan, pero esto es así, es una de las claves elementales para triunfar, siendo, haciendo y sintiendo, sin esperar nada a cambio. Y es aquí cuando se activa, a nuestro favor la ley de la abundancia. La ley de la abundancia debe estar presente en todos y cada uno de los aspectos de nuestras vidas, no solo en recibir, sino también en dar, pero dar sin intenciones ocultas, porque la ley de la abundancia se activa para lo visible y lo invisible. Y se activa justamente cuando somos nosotros quienes damos el primer paso, es magia pura y dura. Sobre estos temas menos lógicos tengo muchos artículos en mi web, puedes ir a la sección Artículos BSB o Nohelis BSB y encontrarás artículos para reflexión.

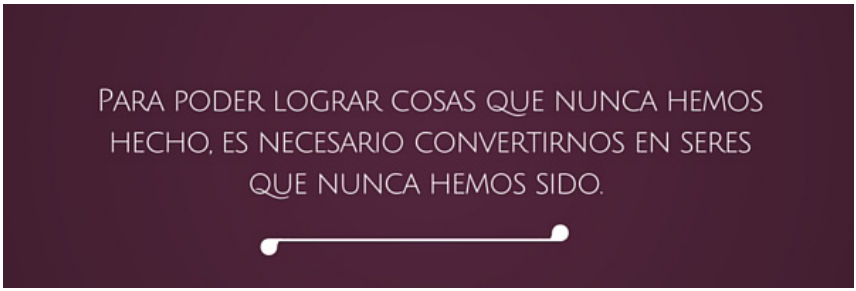
Aquí entra en juego otra ley, que es la de la selección natural de Darwin

o Teoría de la Evolución, y que rige esos círculos dónde se mueven los triunfadores. La gente exitosa se rodea de gente que le enseñe, que le transmita sabiduría, de cómplices, que les cuente secretos, sea cual sea el ámbito. La gente exitosa, actúa con excelencia y bajo sus propios criterios de éxito, sabiendo que el éxito no es un fin, sino una suma de logros a lo largo del camino. En un primer momento todas estas personas fueron aprendiendo y aplicando habilidades que les permitieron estar dónde están. En un segundo tiempo estas personas se introdujeron y encontraron espacios, con el propósito de observar, acercarse, preguntar, imitar, inspirarse, y así por último, darle su toque personal, lo que les permite entrar de forma segura, caminar con buen pie y a su propio ritmo en la ruta del éxito.

No hablo de una técnica novedosa, no estamos inventando la rueda, se trata de fortalecer ese entorno y convertirlo en nuestro Círculo de Influencia. Hay cantidad de personas que nos rodean que tienen sus logros, ya han tocado el éxito y son muchas las cosas que podemos aprender de ellos. No se trata solo de suerte, no han llegado hasta allí por tener más suerte que otros, lo han hecho gracias a una estrategia, consciente o inconsciente para lograr sus objetivos, utilizando su Don y su Talento, sus capacidades y su propia Red de Contactos.

Me permito hacer referencia a varios personajes que trabajan en las neurociencias. En algunas presentaciones que he hecho y en particular en una que lleva por nombre "Filosofía del Pensamiento Emprendedor" coloco algo parecido a esto: "Con la misma forma de pensar y de actuar no podemos hacer cambios" a esto se refiere Joe Dispenza, investigador en neurociencia y otros tantos personajes conocidos o como por ejemplo Bruce Lipton, que lo ha comprobado dentro y fuera de laboratorios; y que gracias a esto hemos pasado de la genética a la epigenética. De cualquier forma encontrarás

diferentes artículos sobre el miedo, el presente, la intuición, el Don y el Talento en mi web.



La ley de la selección natural dice algo así como: Sobrevivirán los más aptos" es decir para lograr esos nuevos objetivos, ahora que somos emprendedores y estamos a punto de lanzar nuestra *Start-up*, tenemos un proyecto, estamos en busca de empleo o contratos, es necesario estar preparados y a la vista, sobre todo a la vista, como reza la frase popular, hay que estar en el lugar adecuado, en el momento adecuado, y yo le agrego, con la actitud adecuada.

Es importante tomar en cuenta que tenemos unas creencias muy arraigadas, actuamos según un inconsciente familiar y colectivo con fuertes efectos de acción y reacción que operan proporcionalmente, reviniendo de la misma forma hacia nosotros.

Los rasgos de personalidad que nos distinguen como individuos, son el resultado de las relaciones que tenemos, amigos, familiares, socios, compañeros de trabajo, profesores, jefes. Los valores, creencias, convicciones, opiniones, y nuestros logros o fracasos, son el resultado de la gente que frecuentamos. Los mismos se han ido codificando en lo más profundo de nuestro inconsciente individual, decisiones y emociones con las que actuamos el día a día.

Volviendo al tema de la ley de selección natural, me atrevo a hacer un símil, ya que ésta, hace referencia a la capacidad de adaptación y a las condiciones de nuestro medio ambiente. Es decir de un entorno que dependiendo de sus características, podrían favorecer o dificultar nuestra proyección. Y además esta ley se activa, como todas las leyes, tanto para nosotros, como para aquellas personas que nos rodean y en el momento que iniciemos nuestro camino, modifiquemos nuestra forma de ser y hacer, y nos permitamos introducirnos en ambientes diferentes; en ese momento, también cambiarán las personas que frecuentamos. Sumado a esto, te puedo asegurar que también se activa una especie de filtro natural que permite alejar a personas, de éste, que ahora dejará de ser un círculo vicioso para convertirse en un círculo de influencia. Es decir, que aquellas personas que no estén a nuestro nivel o que no resuenen con nuestra estrategia o proyecto, simplemente tomarán otro camino.

NOS MOVEMOS EN UN CÍRCULO VICIOSO, QUE DEBEMOS CONVERTIR EN UN CÍRCULO DE INFLUENCIA EN PRO DEL ÉXITO DE NUESTRO PROYECTO Y NUESTRA NUEVA VIDA

Uno de los problemas más graves que tienen las pequeñas y medianas empresas, las personas que buscan empleo o aquellos que como autónomos buscan algún contrato en la actualidad, es la falta de visibilidad, en el caso personal cuando hablamos de talento; lo que se traduce en menos ventas y menos impacto. Por una parte porque las rígidas estructuras empresariales y sociales, se dedicaron sólo a cultivar limitadas redes de contactos, a privilegiar los secretos, a endiosar sectores y excluir otros actores de poder, como lo son clientes, empleados, proveedores y la comunidad donde se desarrollan. En un mundo en constante movimiento, se limitaron a

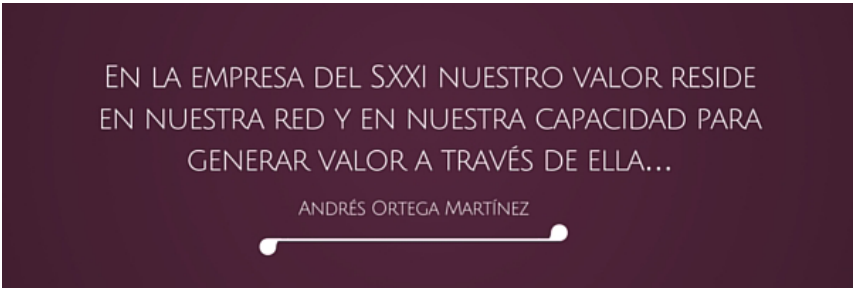
pedir, a demandar, a exigir, y muy pocos, a proponer u ofrecer, porque lo único que intentaban era protegerse detrás de unos muros, que lo único que han logrado ha sido aislarles.

3.- Algunas reflexiones sobre el networking a nivel empresarial

Dentro de los desafíos que estamos enfrentando en la actualidad, encontramos, (el tiempo o falta de tiempo y su paso apresurado, la competitividad, la falta de estrategias personales, la aparición en escena de nuevos actores y un sistema que se está re ajustando) como los rasgos de mayor peso cuando se trata de posicionamiento y visibilidad empresarial. Problemas con los que se estrellan empresarios y ejecutivos, que a nivel personal y profesional, tienen un exceso de funciones. Aunado a esto se observa una priorización de aspectos vitales de la empresa, abandonando otras tareas, que a priori, parecen secundarias o menos trascendentes, como puede ser la creación y desarrollo de nuevos contactos profesionales.

Mi propuesta es que seamos cada vez más, quienes estemos abiertos a descubrir y conquistar este potencial personal, y de esta manera, llegar a proyectar el potencial empresarial, a través de potencial que evidentemente tiene esta actividad en sí; y pase de ser algo efímero para convertirse en una constante. Que sean cada vez más, los de los mandos medios y bajos que se permitan dejar la comodidad del aire acondicionado para ampliar o crear nuevos grupos, espacios y conexiones de forma activa e incesante, en beneficio propio o el de las organizaciones que representan. Impera la necesidad de recrear nuevas formas de hacer negocios y el *networking* es un recurso

poderoso del que podemos echar mano para conseguirlo.



Al respecto cito a Andrés Ortega Martínez, profesional apasionado del "Human Being" y las organizaciones, de excelente trayectoria y producción intelectual; en un artículo sobre los profesionales del siglo XXI:

> *"Como puede desprenderse de los hábitos anteriores un profesional del S.XXI entiende, práctica y domina la construcción de redes. Son expertos en el arte del socialnetworking. Conscientes de que el dimensionamiento de la red es un proceso a largo plazo, la práctica del socialnetworking trasciende su actividad profesional bien sea esta por cuenta ajena o por cuenta propia. El desarrollo de su red forma parte de su esencia profesional. En un entorno ultraconectado, la práctica del socialnetworking es una de las claves para su supervivencia y evolución como profesionales"*

Para concluir sobre esta parte, comparto datos de un estudio cuyos datos nos ilustran las prácticas, sistemas y opiniones de altos directivos y empresarios, realizado hace ya uno años, pero con una significativa validez actual y me atrevo a decir que esos números han

aumentado en relación a su efectividad. El estudio y las respuestas que han obtenido, confirma la efectividad del *networking*, sus leyes y las buenas prácticas, incrementando enormemente, los casos de éxito y las posibilidades de negocios.

En el estudio se puede observar como la élite comienza a desarrollar estas habilidades en las escuelas y universidades demostrando que el networking impacta directamente en el acceso a más oportunidades profesionales y hasta en sus ingresos como profesionales, sus posibilidades de obtener mejores salarios. El estudio confirma que el networking es una valiosa disciplina con el poder de producir o materializar ganancias. El mismo ha sido realizado por Pepperdine's Graziadio School of Business Management.

1. Networking is the most effective way to secure professional positions. Forty percent of study respondents identified their current positions through either an existing network or the referral of a colleague or friend.

ExecuNet's Executive Job Market Intelligence Report 2008:
supports these findings; respondents to the ExecuNet study reported that they found their current positions by:

• Networking	70%
• Responding to job postings	16%
• Posting résumé to database/maintaining online profile	9%
• Researching target companies/cold calling	3%
• Broadcast résumé campaigns	2%

"There's been a surge in all these online networking services, but 37 percent of executives never or rarely use them and another 40 percent only use them sometimes.... Technology may help you identify target contacts or organize connections, but the human touch prevails." - Dave Opton, ExecuNet CEO and Founder

Professional Networking and Career Advancement ReportUpwardly Mobile, Inc. | 2009

El *networking* o nuestro círculo de influencia, red de contactos, entorno, aliados; lo veremos de aquí en adelante como medio o acción de crear relaciones profesionales que nos permitan acceder a

oportunidades insospechadas. Dejarnos sorprender, ya que gracias a la naturaleza propia del *networking*, tengamos o no, una estrategia pre establecida; conseguiremos conectar con personas que nos enlazan, con otras personas o que nos pueden ayudar a resolver algún detalle. Lo mínimo que nos puede pasar, es que establezcamos relaciones duraderas y esas personas se conviertan en nuestros mejores aliados y hasta clientes.

EL NETWORKING EXITOSO, CONSISTE EN ENCONTRAR A LAS PERSONAS ADECUADAS, EN UN CONTEXTO PERFECTO, CON UNA ACTITUD IMPECABLE!

En el artículo "Cuidar la red de contactos, la terea pendiente del ejecutivo" de Pablo Sempere De La Plata, en cincodias.com escribe lo siguiente:

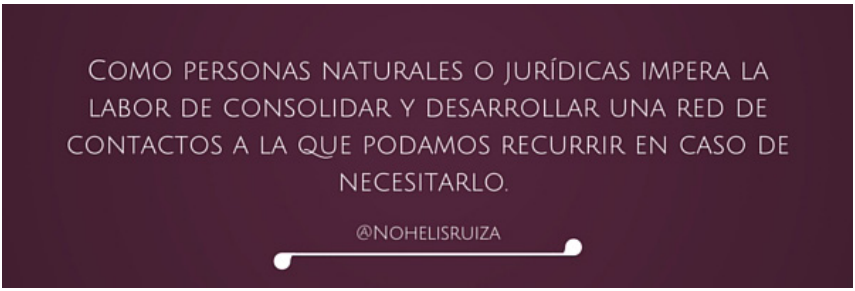
> *"Lo verdaderamente importante para un alto directivo y para alguien que quiere liderar un proyecto determinado, es tener una red estratégica, que es aquella que sirve para extender contactos, generar ideas y tácticas y mirar al largo plazo", apunta la experta. Es una relación basada, por lo tanto, en el enriquecimiento como profesional. "Es necesario darse cuenta de que las reglas de empleabilidad han cambiado, y que en un mundo tan cambiante como el actual, se vuelve vital conocer a gente de otros sectores y otros países para formarse, aprender de ellos y compartir experiencias, más aún cuando nos referimos a los altos perfiles", afirma Nekane Rodríguez, la directora general de la consultora especializada en gestión del talento Lee Hecht Harrison."*

El artículo apunta claramente al mundo *on line*, pero no excluye el mundo *off line*, con lo cual, es un tema que está tomando una importancia vital hoy por hoy, gracias a los avances tecnológicos, a las nuevas formas que ha tomado la movilidad de talento, actuando con un carácter apresurado, global y sin fronteras; en un mundo dónde se habla cada vez más de la economía colaborativa y movilidad laboral sin fronteras, un mundo al que no me siento ajena y hoy escribiendo estas líneas, te cuento que estoy coqueteando con el título de uno de mis próximos libros sobre la no localidad del emprendimiento.

Incluso los responsables de reclutamiento se enfocan en ese *savoir faire* social y empresarial de candidatos potenciales, además de valorar sus redes personales como por ejemplo, el pertenecer a algún club deportivo, social o participar en ONG's. Tanto ellos como nosotros sabemos, que nuestra profesión no es la esencia de nuestra personalidad, por lo cual el arte del *networking* es, ante todo, ese medio donde nos desarrollarnos socialmente, es una oportunidad de crear lazos de gran valor, que se van manifestando, desde que iniciamos el camino y damos los primeros pasos, con aspectos como ese saber relacionarnos, crear o interactuar en equipos, hasta la forma como afrontamos los desafíos de la vida profesional y privada.

Para nadie es un secreto el poder que tiene el Boca a Boca *"le bouche à oreille"* (en francés), las recomendaciones, las presentaciones personales, tienen un poder enrome cuando alguien debe tomar una decisión o encontrar algún colaborador. En el campo laboral, vemos que las redes sociales están cobrando cada vez más importancia, es indispensable estar en el escaparate (vitrina), mostrarnos y sobre todo que nos conozcan, porque como seres sociales que somos, todo lo que hagamos o dejemos de hacer tendrá una influencia directa, incluso nuestra vida personal. Nos tienen que ver y conocer como

seres únicos y capaces, es tan importante que hasta nuestra vida personal es tomada en cuenta a la hora de ser seleccionados por una gran empresa, o simplemente para que alguien nos recomiende a la hora de un contrato, un cargo en una transnacional o como proveedor de servicios.



Uno de mis referentes en liderazgo y *networking* es Herminia Ibarra por su trabajo en "Organizational Behavior & Leadership" pero sobre todo porque ha creado formulas y técnicas que nos permiten medir algunos de los aspectos más importantes de nuestras propias redes de contacto. Veamos un poco de la información que ha arrojado la encuesta realizada de 2012 a 2014 utilizando información de una muestra de 156 alumni del Executive Program INSEAD, dónde Herminia es profesor titular de la cátedra de Liderazgo y Comportamiento Organizacional en el prestigioso INSEAD Business School.

En el siguiente gráfico se muestra como en una "Red de Diversidad Externa" la mayoría de los contactos de los ex alumnos a los que Herminia hizo la encuesta, están en su entorno profesional, muchas de estas personas se conocen gracias a que trabajan en la misma área o sector y otros tantos porque son colegas del mismo departamento y empresa. Lo asombroso, es que sólo una cuarta parte, de los contactos de estas personas son externos a su empresa.

La mayoría de los contactos que tienen los encuestados, son las personas se encuentran dentro de su misma especialidad, unidad y firma. No obstante y según concluye la autora, estos promedios pueden variar puesto que la encuesta muestra rangos de valores en relación a algunos de los directivos que no tiene ningún contacto en absoluto fuera de su especialidad, unidad o empresa. Un poco exagerado, según ella, puesto que le cuesta creer que alguien no tenga otro tipo de contactos, y de ser así sería alarmante y es importante tenerlo en cuenta ya que muestra una situación preocupante para las empresas. Esta es una de las razones por las que he hecho mención en apartados anteriores, sobres las estructuras rígidas en las que hemos tenido que trabajar por muchos años, me alegra saber que hay estudios u opiniones que lo confirman.

En el artículo, que puedes leer en la web de esta profesional del liderazgo, “Cómo Revivir una Red de Contactos Desgastada” se habla de la interacción y los diferentes niveles o cargos; destaca que las redes se ejecutan bajo el principio de reciprocidad. El valor de las diversas relaciones reside, no sólo en lo que sus contactos pueden

hacer por nosotros, sino también en lo que puedes hacer por ellos. La autora hace referencia a los líderes principales que no necesitan de nadie para conectarlos con otras personas de mayor nivel; puesto que ya se conocen entre sí. Lo que si necesita la alta dirección es, atraer y conocer las nuevas ideas, diferentes puntos de vista, y las mejores prácticas que sólo se pueden obtener actuando de otra forma, saliendo fuera de las paredes de su oficina, haciendo *networking* al otro lado de los muros y sobre todo justo debajo de su oficina con los ejecutivos y empleados de rangos bajos y medios.

Me permito hacer referencia a dos conversaciones que he tenido recientemente y como preámbulo al siguiente punto sobre Diplomacia Corporativa; una de ellas fue con Addie Schroeder, Agregada de Prensa de la Embajada de Estados Unidos en Madrid, al finalizar una rueda de prensa sobre la II Edición de IN3 (In-Cubed), en la que justamente le pregunté sobre la importancia de estos encuentros cara a cara para crear sinergias y posibles negocios basados en el intercambio y la confianza mutua, que sólo puede darse cuando las relaciones se desvirtualizan, cuando se le pone cara a dicha relación, lo que permite consolidarla con el trabajo en equipo con el respectivo apretón de manos. Algo con lo Addie Schroeder, estuvo de acuerdo, puesto que esta es una de las razones por las que se lleva a cabo este encuentro.

La otra persona es Géraldine Filippi, Directora de Business France en Madrid a quien tuve la oportunidad de entrevistar en el Espacio Emprendedores para Cadena Ser Madrid Norte en ocasión del evento OuiInnov; y dónde pudimos conversar en torno a este tema de poder formalizar relaciones de confianza y potenciales alianzas, gracias a estos encuentros presenciales, te sugiero escuchar el podcast de la entrevista en mi web. Eventos muy bien logrados en la vida terrenal que están haciendo algunos gobiernos e instituciones alrededor del

mundo. En este caso, novedosos eventos que estas dos representaciones diplomáticas en España han sabido plasmar.

4.- Diplomacia Corporativa

Los nuevos entornos de negocio, la economía colaborativa, la responsabilidad social empresarial y la proyección que están teniendo de forma individual, los altos ejecutivos y mandos medios en las empresas hacen que éstas se replanteen nuevas formas de alcanzar alianzas, redefinir sus capacidades, continuar siendo relevantes o simplemente reforzar sus habilidades, con el fin de que puedan optimizar su competitividad, tanto a nivel local como global.

La Diplomacia Corporativa, siempre ha existido, pero en la actualidad, se ha vuelto de cierta manera imprescindible para las grandes empresas, frente a la imposibilidad de darse a conocer en un mundo tan dinámico. La Diplomacia Corporativa viene tomando especial interés entre las empresas y *start-ups*, gracias a la complejidad que existe en las relaciones que adquieren estas corporaciones con el resto del mundo. Operar y gestionar relaciones muy complejas, aunque complementarias, entre instituciones, en el sector económico y político, así como con la prensa o medios locales e internacionales. Sumado a la aparición de estos nuevos protagonistas a nivel global, observamos la influencia directa o indirecta, que este nuevo modelo de comunicación impone, gracias a los avances tecnológicos y originales formas colaborativas de comunicarnos y actuar.

La diplomacia corporativa, también conocida en muchos países como diplomacia privada, me atrevo a decir, que es una fusión o síntesis entre la ciencia del interés público, las relaciones y las negociaciones entre actores del Estado e Instituciones públicas; con los actores de las corporaciones e industria privada. Es a partir de una estrategia preestablecida y bien trazada, con el cometido de crear y fortalecer relaciones influyentes, con la gente del mundo de los negocios a nivel público y privado, no con los Estados, sino con todos los actores del mundo de los negocios que ésta, arrojará su mejores resultados.

Ahora bien, dentro del marco de esta disciplina, será estrictamente necesario crear una estrategia, al igual que lo hacemos nivel personal o empresarial con el *Branding* y la Marca Personal. De tal forma que se enfoque con un claro objetivo o misión, ya que de éste, depende la creación de la estrategia, el plan de acción de diplomacia privada y por sobre todo, de los resultados que nos proponemos obtener, lo que conforma el verdadero interés de esta misión.

He tenido la oportunidad de sentarme a conversar con Carmelo Angulo Barturen experto en Diplomacia Corporativa y Resolución de Conflictos con una larga trayectoria en la carrera diplomática, actual Presidente del Comité Español de UNICEF entre otras muchas actividades entorno a los derechos humanos. Lo más interesante de su trabajo con las empresas es que lo hace con alto grado perfección e impacto, minimizando riesgos y evitando la inversión sumas innecesarias, en términos de tiempo y dinero, sobre todo a aquellas corporaciones que necesiten trasladarse a otros mares, como cuando se trata de abrir operaciones en América Latina o España.

PROCESO, DESARROLLO Y GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE REPUTACIÓN E INFLUENCIA DE UNA EMPRESA, EN RELACIÓN CON LA VIDA PÚBLICA, CON LOS ACTORES DE INSTITUCIONES Y PODERES PÚBLICOS.

El auge de la diplomacia corporativa se ha ido produciendo, poco a poco gracias a una cantidad de actores en la escena internacional y regional como lo son, las nuevas tecnologías, por ejemplo, que han cambiado las formas tradicionales relacionarnos, y dónde percibimos que resaltan desde universidades y gobiernos regionales, hasta organizaciones internacionales, grupos, lobbies, empresas y *startups*. Acercar a las empresas a estos escenarios o mercados complejos, también conocido por muchos como internacionalización, ayudarlas a entender contextos específicos, según los intereses de cada empresa, facilitando el contacto con instancias o personas de alto impacto, para generar el efecto requerido y fortalecer el entorno gracias a potenciales alianzas.

Como has podido percibir, no he parado de nombrar a actores en la escena internacional, que son personas influyentes y grandes decisores a los que tendremos que poner en nuestro tablero de juego, según la estrategia que nos hayamos trazado para la obtención de los objetivos previstos. Identificar los actores claves y crear una estrategia adaptada al desarrollo de la empresa que ha surgido como un complemento al *Lobby for Business* al cual hago referencia luego en el siguiente punto.

La Diplomacia Corporativa no es muy conocida todavía (no

se ha popularizado), pero las grandes empresas comienzan desesperadamente a buscar y crear cargos con estos perfiles, en virtud de la no localidad o la globalidad de los negocios. Las pymes están percibiendo estas nuevas formas de hacer negocios y se preparan para encontrar fuera de sus fronteras, un mundo de posibilidades que no habían podido visualizar estando detrás de esas murallas tan bien estructuradas.

La Diplomacia Económica, ya no será privilegio de las grandes corporaciones; en la actualidad todos (personas naturales y jurídicas) somos globales. Los Diplomáticos empresariales tienen habilidades transversales que sólo pocas personas tienen, además de contar con una Marca Personal y una estrategia de *personal branding* perfectamente acorde con su rol. No obstante son conocidos como las sombras, no son tan públicos como un lobbista, ni tan evidentes como un Relacionista Público, su papel siempre es discreto, pero intensamente activo.

Los Diplomáticos Corporativos de mayor impacto son aquellos que han trabajado en el servicio diplomático de algún país u organismo internacional, además de unos cuantos altos ejecutivos que han estado como expatriados de alto rango de la mano de grandes corporaciones en destinos de negocios estratégicos. El profesional con este perfil acorta tiempos y reduce los costes de la internacionalización de empresas, en virtud de las relaciones de confianza que ha sabido establecer con personas influyentes y con decisores a nivel público y privado en las regiones o países donde ha vivido. Son personajes, por su condición, su cargo y su propia personalidad; que han logrado ganarse la confianza de instituciones y personalidades en los sectores más diversos de la sociedad y del país, además de haber alcanzado una reputación impecable. Cuentan

con una red de contactos compuestas de personajes influyentes y tomadores de decisiones.

Esto me trae a la memoria un artículo en El País de Fernando Barciela "Diplomacia en clave corporativa: Las compañías españolas tratan de prevenir riesgos de conflictos en el exterior" en el mismo se habla de grandes multinacionales y empresas como Inditex, Iberdrola, Repsol o telefónica, entre otras tantas, que en ese momento fichaban a embajadores y personalidades con trayectoria diplomática o similar para encargarse, según el caso, de preparar el terreno de estas empresas en nuevos mercados. En este artículo se hace referencia a las empresas españolas:

> *"necesitan cada vez más este tipo de profesionales, que les ayudan a tener una visión acertada de su presencia en el mundo, capaces de llamar a cualquier puerta y mejorar sus relaciones". Lo nuevo de la tendencia en España se debe, dicen los expertos, a la juventud de nuestras empresas en el frente internacional. "No hay que olvidar", dice De Miguel, "que Iberdrola ha pasado en cinco años de ser una empresa doméstica, con algún negocio fuera, a ser global y tener las dos terceras partes del negocio fuera. Esto nos ha obligado a tener un enfoque de diplomacia corporativa". Fernando Barciela, El País, 7 de marzo de 2010*

Son cada vez más las pymes que se van sumando a esta tendencia y vemos, por ejemplo en el caso de *start-ups*, que son sus CEO'S quienes están asumiendo este rol. Un Diplomático Empresarial está presente en todos los asuntos de las grandes empresas. Somos estrategas, y como tal, sabemos que todo está íntimamente ligado, sabemos que a todo se le puede sacar el jugo siempre que estas estrategias se lleven

a la práctica estando al tanto de los riesgos y peligros potenciales que puedan afectar la expansión del negocio. Lo que refleja claramente, que cada empresa tiene sus propios intereses y estos, se harán valer ante gobiernos y todos los actores del tejido empresarial.

Aclaro que los Diplomáticos de carrera no son los únicos que llevan a cabo este rol o especialidad; aunque son los que mejor lo hacen por sus variadas relaciones en diferentes territorios, prestigio y gracias a cargos que le han otorgado este primer lugar en esta lista. He hecho mención a altos ejecutivos y empresarios, pero más abajo en la lista de personas que hacen esta labor, encontramos personajes de la política, celebridades, agencias de internacionalización, despachos de abogados y consultoras que ofrecen estos servicios. En el caso de estos tres últimos, el servicio prestado, varía en dos o tres aspectos relevantes, y el más importante, por lo menos a mi modo de ver, es que gracias a la calidad de relaciones que puede tener el diplomático, se acorta el tiempo de implantación o ejecución de estos proyectos y el logro de los objetivos previstos. Las agencias, despachos o consultoras, deben, dependiendo del caso, asignar a un consultor o varios, hacer una estrategia y desde cero o casi cero, comenzar a encontrar espacios, decisores y establecer relaciones, lo que les toma mucho más tiempo, aunque una cosa te puedo asegurar, son de los mejores *networkers* que he conocido, punto a su favor.

Hago referencia a este tema y en el siguiente apartado al *Lobby for* Business, puesto que así como en el escenario internacional, hemos visto surgir nuevos actores, es evidente que las *start-ups* y otros modelos de negocios están llegando a este escenario global y son los directivos o CEO's de estas empresas (como nuevos actores) quienes se están haciendo cargo de esta labor, lo que resulta un poco agotador. Es muy importante que se contemple este rol en las

estrategias de CEO's, así como del manejo y ejecución del *branding personal* y la gestión de su Marca Personal. La gestión de cada una de estas herramientas, le permitirá a la organización, aumentar su visibilidad y posiblemente la rentabilidad gracias a sinergias, dónde puedan gestarse nuevos negocios.

5.- Lobby for Business

Para no confundirnos, hago unos breves comentarios sobre el *Lobby* puesto que en las Relaciones Institucionales existen diferentes tipos de Diplomacia Económica, que no son más que la convergencia de intereses a largo plazo, con el fin de influir o forzar hacia el lado que más nos convenga, múltiples decisiones públicas en poco tiempo y de forma contundente como corporación, start-up o como gremio de algún sector.

Advierto sobre este tema, de forma abreviada, ya que al tratarse de protocolo y relaciones públicas tiene ciertos parámetros y está formalmente profesionalizado, desde hace mucho más tiempo que la diplomacia corporativa. No puedo dejar de hablar del lobby, puesto que a nivel empresarial es una de las herramientas más poderosas que tienen las corporaciones, es la forma más directa, y en muchos casos hasta la única que tienen para defender sus intereses a nivel local e internacional. Me atrevo a decir, que el *Lobby for Business* es la práctica de las relaciones públicas y el Lobby profesional que hacen las empresas como instrumento de negocio. Cito a Juan Luis Manfredi,

La diplomacia corporativa no es una actividad específica de lobby y, aquí, discrepo con las ideas de Susan Strange (2000). La académica británica pone el acento en la relación entre las empresas y los gobiernos, una interpretación que deja fuera algunos elementos de la estrategia actual. En su relación con los gobiernos, las organizaciones tienen como objetivo influir en las políticas económicas e industriales de un país. Una segunda modalidad puede ser el establecimiento de relaciones con otras empresas del sector con la finalidad de establecer alianzas, generar coaliciones o emprender nuevos proyectos. Strange relaciona esta actividad con el lobby en la medida que señala la presión sobre el legislador como una medida recurrente. Así, se puede influir en la regulación en uno u otro sentido.

En párrafos anteriores, hemos visto como las empresas han dejado las Relaciones Públicas, en sus diferentes formas, para casos de emergencia y es un grave error. A ver si nos entendemos y logro transmitir el mansaje que pretendo; una de mis misiones es que emprendedores y *start-ups* logren una proyección de excelencia o por lo menos logren caminar por un terreno fértil, lleno de buenas relaciones, con *influencers*, en el *public affairs* y/o en su entorno más cercano.

Cuando NO pertenecemos al grupo de las grandes corporaciones, es decir, que somos emprendedores, autónomos, *start-up* o trabajador por cuenta ajena, tenemos la oportunidad de hacer *lobby* a través de asociaciones y gremios, y es que además los hay variopintos. El Lobby es como una estructura o estrategia organizada para representar y defender intereses con un marcado perfil legislativo; de una empresa, país o institución, es decir, privada, colectiva o pública. Lo que influye

directamente en la proyección e impacto de los interesados, gracias a la presión o influencia que estos ejercen sobre las personas o instituciones de poder.

EL RECURSO MÁS PODEROSO QUE UTILIZAN EMPRESAS AL INSTALARSE EN OTROS PAÍSES... ...ACTIVANDO SU PRESENCIA Y MULTIPLICANDO SU GRADO DE INFLUENCIA

Entones el *lobby* es el traslado de lo privado a lo público y como yo creo en el todo, y la cosa pública influye en lo privado; el *Lobby*, no es más que *networking* profesional y a gran escala con el fin de hacer crecer nuestra agenda de aliados y poder gozar de mayor impacto en asuntos legislativos.

Si nos concentramos en el Lobby Empresarial, sabemos que existen cargos y personas dentro de las grandes empresas dedicados especialmente al *Lobby*, es el caso de Directores de Asuntos Públicos, en muchas empresas existen departamentos de comunicación, de Relaciones Públicas e Institucionales. Se hace de forma muy profesional, puesto que se utiliza como instrumento de negocio y hasta legislativo para que se hagan o modifiquen reglamentos (leyes) que nos beneficien en nuestro sector o mercado específico. En el mundo empresarial y en la vida personal, cuando desestimamos las relaciones públicas, el lobby, *networking* y las redes de contacto, que podamos hacer como individuos; con actores públicos o privados de muchos sectores; se paga un alto precio y quizá luego no tengamos el tiempo suficiente para fortalecer lazos y tener presencia en caso de requerirlo.

NO CABE DUDA QUE LAS RELACIONES, LOS CONTACTOS, LOS ENCHUFES SON LA CLAVE PARA LA GRAN MAYORÍA DE LOS NEGOCIOS.
@NOHELISRUIZA

Sea cual sea el terreno al que nos refiramos, las personas, los inversores, los clientes y las empresas, buscamos colaboradores de confianza, gente que comparta pasiones, valores, intereses en común, cosa que se acentúa mucho más cuando somos emprendedores, empresarios, empleados *freelancers* o autónomos. Entonces es incuestionable que nuestro andar, nuestro hacer y lo que digan de nosotros en sociedad es fundamental, somos seres humanos y vivimos en sociedad lo que le confiere al *networking* relacional, estar en los primeros lugares en la lista "Musts de una empresa exitosa", sobre todo si hablamos de *networking* por afinidad.

IMPERA LA LABOR DE CONSOLIDAR Y DESARROLLAR UNA RED DE CONTACTOS A LA QUE PODAMOS RECURRIR EN CASO DE NECESITARLO.

6.- Economía Colaborativa

Una repercusión significativa tiene en la actualidad el "compartir", que va reemplazando con gran velocidad al "poseer", de donde también surgen nuevos modelos de negocios basados en un sistema

de intercambio de bienes y servicios, nuevas formas de emprender potenciadas, que dibujan esta economía compartida; que ha germinado en el ámbito socio-cultural a nivel global y que tiene su raíz en la Inteligencia Colectiva.

Vivimos momentos en lo que muchas cosas sobran, lo que ha dado paso a nuevos hábitos de consumo y por consiguiente de relacionarnos entre iguales o por lo menos permitir, que aquel que no puede tener, pueda por lo menos probar. Aquí se evidencia la importancia que tiene la Red (network) como sistema relacional que apunta a compartir información, productos o servicios y que arroja como resultado el bien común. Así observamos que surgen plataformas bajo el concepto conocido como *peer-to-peer* (red-entre-pares o red-entre-iguales).

Un recién llegado entorno, para nada inocente (naif) sustentado en la inteligencia colectiva. Conversando e intercambiando ideas con Cristian Figueroa de tejeRedes, uno de los emprendedores sociales, que he tenido la oportunidad de entrevistar en el programa de radio donde colaboro, Hoy por Hoy presentado Nacho López Llandres de Cadena SER Madrid Norte, comentó lo siguiente:

> *"Una vez le escuche a un persona que IC era "grupos de personas donde todas la personas son más inteligentes que una sola". Esta persona bromeaba indicando que en un grupo de trabajo uno debe considerarse más tonto que el resto para que el trabajo entre todos resulte inteligente.*
>
> *Otra persona cercana me decía que las IC es la suma de inteligencias individuales en la construcción de un*

objetivo común.

Para mi IC son personas erotizadas en torno a un propósito común y conectadas a través de tecnologías sociales para balancear las complejidades conversacionales. Esta última le lleva conceptos de "amor y conversaciones" (biología del conocimiento de Humberto Maturana y Francisco Varela), "tecnología social" (mirar tejeRedes) y "ley de variedad" de Ashby."

Ahora bien, aquí voy con una de mis máximas, ha sido tema de debate y hay quienes discrepan, lee bien y escríbeme si tienes alguna opinión o comentario al respecto. Todo aquello que precede a la palabra "colaborativo", debe para mí, tener dos ingredientes claves:

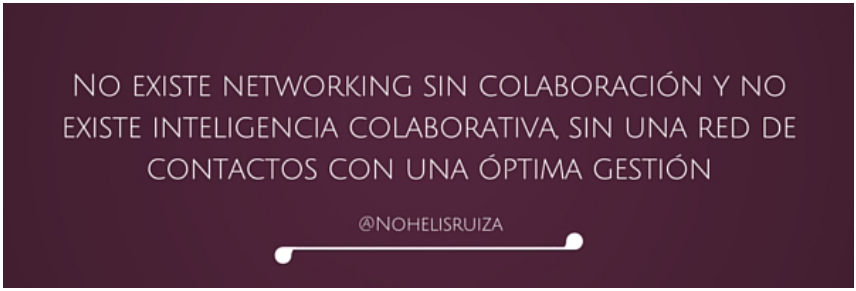
1. Compartir aquello que hago con excelencia, aquello que se me da a la perfección, de forma mágica y que además disfruto haciendo

2. Compartir aquello que me sobra, ya sea porque lo tengo en abundancia o porque simplemente ya no lo necesito o no lo uso

Con estos componentes básicos aseguramos beneficios mutuos, económicos, sociales, emocionales, profesionales, intelectuales, etc. La inteligencia colaborativa es una evolución de la inteligencia colectiva y ha dado paso nuevas formas de hacer negocios basados en el bien común gracias a la contribución de los actores involucrados (personas, grupos, localidades o instituciones) desde aquello que mejor se hacer y me sobra, desde mis virtudes en busca de posibles soluciones y respuestas, pero nunca desde los problemas o desacuerdos. A partir de aquí ofrecemos y aportamos a terceros ¿Y sabes cómo lo hacemos? Saliendo a la calle a encontrarnos con personas que necesiten de esas cosas que yo sé hacer de forma única

y diferente, y que además lo tengo como un excedente que ofreceré en diferentes audiencias que puedan beneficiarse; esto es *networking* puro y duro.

No pretendo hacer una disertación de lo que es o no es la economía colaborativa, lo que si pretendo es que puedas visualizar su esencia y a partir de donde se comienza a colaborar de forma eficiente. Fíjate que he dicho que son virtudes, aportes, posibles soluciones, respuestas, que ofrezco al mundo en general, pero de aquello que mejor se hacer y que además me sobra. Porque si no es así, caeríamos en una especie de comuna impuesta por algún reglamento o norma social y esto no funciona o porque es políticamente correcto. Dar aquello que no tengo porque me hace parecer que soy bueno, lo que hace es carcomer al sistema, y en lugar de avanzar y realimentarse, lo que hace es retroceder y desgastarse. Por ello se habla de inteligencia colaborativa que va más allá de la inteligencia colectiva, sostenida por una red o tejido como sistema de contribución-retribución, así funciona el *networking*.



CAPITULO II

BENEFICIOS DEL NETWORKING

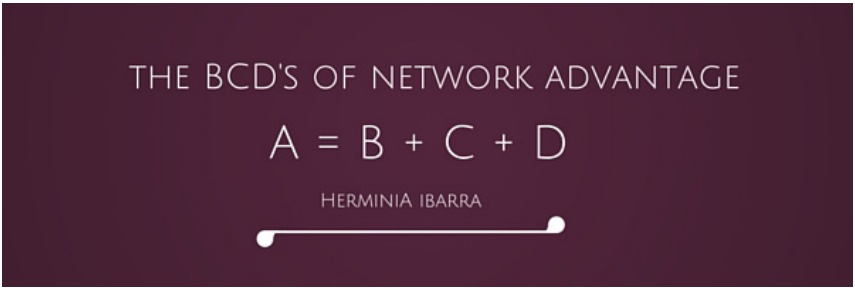
Para nadie es un secreto que los seres humanos somos seres sociales, nos rodeamos de gente con la que nos sentimos a gusto y de gente en la que confiamos y esto nos equilibra emocionalmente, no obstante los científicos confirman que antes de ser sociales somos seres químicos.

A manera de reflexión y antes de pasar a los beneficios del *networking*, te cuento que tenemos las famosas neuronas espejo, una red neuronal que se fortalece gracias a nuestras experiencias y creencias, nuestro cerebro resuena con el cerebro de otros, para algunos es la capacidad de ponerse en el lugar del otro, pero esto va más allá. Este wifi neuronal que está conformado por nuestra personalidad biológica, se activa en forma de emociones y gracias a las emociones de terceros que vamos replicando al observar la reacción de esa otra persona, lo que a su vez, activa nuestro sistema muscular y el sistema límbico, el WIFI NEURONAL, así lo llama Daniel Goleman. Realmente es lo que conocemos como mimetismo, imitamos por mímesis, como el caso, por ejemplo, del bostezo, la risa y otros tantos, que se instalan de forma natural y como consecuencia de un aumento de la felicidad.

Por otra parte Herminia Ibarra miembro del Foro Económico Mundial, profesora y experta en liderazgo y comportamiento organizacional, autora del libro *Act Like a Leader, Think Like a Leader* (Harvard Business School Press, 2015), Argumenta, que cuando se trata de avanzar como líder, nuestra red de contactos es una herramienta que nos permite identificar nuevas oportunidades estratégicas y atraer a las personas más aptas para ese fin. Es un canal a través del cual podemos exponer nuestras ideas y proyectos a personas que sirvan de apoyo y presten colaboración.

Me permito hacer referencia a las ventajas del *networking* pero desde la perspectiva del trabajo de Herminia Ibarra, me parece interesante nombrar "The BCDs (Breadth, Connectivity, and Dynamism) of Networking Advantage" que no son más que la amplitud, la conectividad y el dinamismo a las que la especialista hace referencia como las cualidades que deben tener nuestras redes de contacto como ventajas estratégicas, puesto que estas, ayudan a intensificar el liderazgo y por consiguiente a consolidar nuestra red.

- **Amplitud** *(Breadth)*: Relaciones sólidas y de confianza con una amplia gama de contactos
- **Conectividad** *(Connectivity)*: La capacidad de nexo o vínculo a través de las cuales las personas y grupos pueden conectarse entre si
- **Dinamismo** *(Dynamism)*: Un conjunto dinámico de relaciones extendidas que evolucionan a medida que hacemos networking



Para trabajar sobre la calidad y efectividad de tu red, Herminia Ibarra te ofrece en la publicación *"How to Revive a Tired Network"* que puedes encontrar en *Harvard Business Review* o en su propia web; dos hojas de trabajo con sus respectivas indicaciones y explicaciones, con el fin de que puedas auditar tu red y medir la densidad de la misma, así conseguirás visualizar su amplitud, conectividad y su dinamismo. A partir de aquí será más fácil armar tu propia estrategia.

1.- Beneficios del networking

- **El networking nos permite desarrollar competencias relacionales:**

El *networking* es una herramienta que impacta directamente en nuestro entorno más próximo e inmediato, para enriquecerlo en un medio social y afectivo permitiendo cubrir necesidades básicas como el sentido de pertenencia y el reconocimiento.

- **El networking refuerza nuestra confianza y nuestra capacidad de interactuar:**

Tanto si hablamos del mundo virtual, como si hablamos del mundo terrenal, en el *networking* los límites los ponemos nosotros y existen formas colosales de pasar desapercibidos, pero esto no es un plan muy acertado y tampoco es lo que queremos. No cabe duda que muchos poseemos cierto grado de timidez, por ejemplo, no estamos lo suficientemente seguros de iniciar una conversación; somos seres humanos y hay momentos en los que nos parece desconcertante romper el hielo o simplemente entregar una tarjeta de visita (tarjeta de presentación). Es paulatinamente que iremos ganando confianza, una vez pasado esos primeros momentos, obtendremos mayor confianza cuando conozcamos con profundidad nuestro proyecto de vida o proyecto profesional.

A medida que vamos relacionándonos haciendo *networking* en sus diferentes versiones, logramos actuar de forma fluida, sin temores y sin miedo a la crítica, simplemente porque es nuestro proyecto, lo conocemos y queremos hablar de él, lo que nos llevará cada día a sentimos más seguros de nosotros y de nuestro producto o servicio.

- **El networking es una inversión:**

A lo que me refiero es que NO es un gasto, es una inversión de tiempo y a largo plazo. Así como otro tipo de eventos profesionales y personales son una inversión de tiempo y poco dinero, no es un egreso en nuestra hoja contable. Haciendo *networking* podemos crear un impacto de alto potencial y de larga duración, construir redes de contactos que generen beneficios mutuos y sostenibles en el tiempo.

- **El networking es una herramienta de marketing de persuasión:**

Seguramente que ya lo habrás leído o escuchado, pero los expertos en estrategias personales, y yo, no paramos de repetirlo, porque frecuentemente nos encontramos con personas que insisten en ir a vender y convencer a todo el que se les atraviese en el camino para que compren su mega-súper-chulo y recontra- molón producto o servicio y no hacen más que pasar por los pesados de la fiesta con su impertinencia. Honestamente, ya no es que sea de mal gusto, la verdad es que es una falta de respeto para con ellos y con el resto.

El *networking* nos permite robustecer nuestra lista de contactos, gracias al marketing personal, un término que se utiliza cada vez y que no es lo mismo que el *Personal Branding*. Encuentros reales, eventos, charlas, conferencias, comidas, quedadas) o virtuales (redes sociales) es menos costoso en términos monetarios y más personal e interactiva que la publicidad clásica. Es decir, lo vemos como marketing de persuasión, por lo que sólo consiste en generar interés hacia nuestro producto o servicio a la mayor cantidad de gente posible. Un método menos estresante y lo podemos hacer discretamente, recuerda que discretamente, no es ir a atacar con fórmulas de venta, que además están demodé. Para Andrés Pérez Ortega, por ejemplo, esta etapa consiste en que se queden con nuestra cara, luego ya vamos avanzando paso a paso en este proceso del networking y nadie mejor que este crack para guiarte y acompañarte a construir tu estrategia personal.

CREAR RELACIONES SOSTENIBLES EN EL TIEMPO, CON EL FIN DE PROYECTARNOS A NIVEL PERSONAL Y PROFESIONAL, GRACIAS A UNA RED DE CONTACTOS.

- **El netwroking nos inspira y nos empodera para la innovación y la creatividad:**

No cabe duda que encontrarnos con otras personas fuera de nuestro entorno habitual es una gran oportunidad de ver y escuchar desde otras perspectivas, descubrir necesidades, tropezar con algunas ideas que vienen desde fuera, escuchar pasiones, lo que nos sirva de *click* para el cambio y la innovación con actividades fuera de lo común. Creando de forma integral un sentido de comunidad, logramos esa famosa inteligencia colectiva que no es más que el aporte que todos hacemos para nuevas propuestas, respuestas y soluciones. Salir de la monotonía activa todos los sentidos y las alarmas que contribuyen directamente en la percepción de otras realidades y posibles formas de ser y hacer, se activa el genio, nuestra inteligencia personal se afina, lo que permite crear para luego aportar desde lo personal, a esa gran inteligencia colectiva.

- **El networking es una acción poderosa:**

Es una actividad potente y necesaria para la generación de nuevos negocios gracias a la posibilidad de abrir caminos increíbles en la creación de sinergias con otros empresarios, ejecutivos, tomadores de decisiones, emprendedores o personajes influyentes de la vida pública o privada. Potente, en el capítulo anterior notifico sobre

como un gran número de empresas, ahora percibe la necesidad de crear redes utilizando diferentes estrategias y herramientas. Falta poco tiempo para que veamos cómo se convertirá en un *must* gracias a este potencial disponible.

- **La idea básica del networking es dejar huella para luego crear aliados:**

Se trata de presentarnos, hacer una introducción, estrechar manos, intercambiar buenas prácticas en nuestro sector y de esta forma, luego, al día siguiente, comenzar a generar confianza, que es realmente la base de las buenas relaciones. Te darás a conocer y podrás dejar tu huella en el terreno, quien eres, tu imagen con nombre y apellido, para que te tengan una cara que puedan asociar, que te identifiquen en sus mentes, gracias al impacto positivo que genera tu marca personal, que no es más que un pack que has ensamblado y que ofreces a tu audiencia.

- **El networking aporta una nueva dimensión y perspectivas**

Hacer *networking* nos proveerá de nuevas perspectivas, dimensiones e ideas que nos ayudarán en nuestro proyecto y actividades, sobre todo a nivel profesional ya que nos permite descubrir nuevas oportunidades que ni si quiera se nos hubiesen pasado por la cabeza. Incluso cuando exponemos a otros individuos ajenos a nuestro círculo más cercano alguna idea útil, es una excelente manera de demostrar nuestro espíritu creativo o simplemente nuestros conocimientos. Te concede nuevas dimensiones y perspectivas a lo que ya sabemos de nosotros, es decir de nuestro perfil profesional y nuestra marca personal. Nos brinda la oportunidad de encuentros con personas potencialmente interesantes a los que no tuviéramos acceso si nos quedamos en el despacho, en ese entorno limitado, dándonos

la oportunidad de compartir buenas prácticas profesionales, aprender nuevas técnicas, descubrir tendencias, en fin mantenernos actualizados.

- **El networking ayuda a expatriados, empresas y emprendedores extranjeros en su inserción a la sociedad y al nuevo mercado**

Las cámaras de comercio y oficinas comerciales las diferentes delegaciones diplomáticas, son nodos naturales para este tipo de relaciones de negocio, espacios establecidos con este fin, a los que se suma la labor del Diplomático Corporativo. Su efectividad, la confirmo de forma expresa puesto que he trabajado en ellas. Cabe destacar que estas oficinas y cámaras binacionales, cuentan además con líneas específicas de actuación en cada país dependiendo de las pautas e intereses de los gobiernos y estados involucrados.

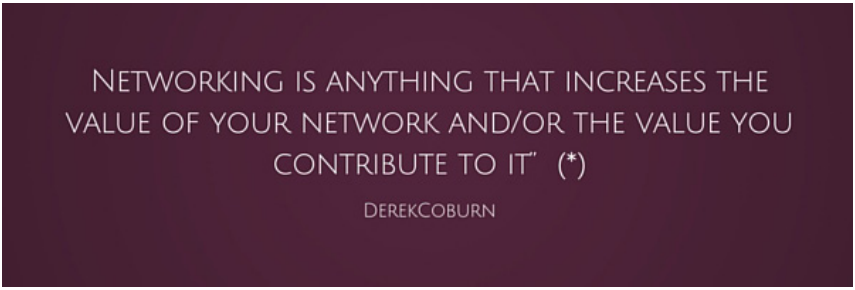
Esto lo comento con causa y conocimiento, de la misma manera, te puedo confesar que el *networking* es la mejor herramienta que he tenido a mano en mi vida de emprendedora en el extranjero. Ya te iré contando acerca de un libro en el que estoy trabajando sobre "La No Localidad del Emprendimiento", y es que yo también me diseñé una estrategia y estas actividades, en sus diferentes formatos son, todavía parte de mi estrategia personal ¿Qué te parece? y mira que aquí estoy a la mitad de un libro sobre redes de contacto e invitándote a practicar el *networking*.

- **Haciendo networking obtendrás información potencial**

Al acudir a eventos de *networking*, en cualquiera de sus estilos

y gracias al contacto directo que se genera con las personas, esta actividad es una forma crucial de obtener información potencial sobre el sector o industria donde trabajas, sobre alguna empresa y sus estrategias de compra, selección de talento, sobre algún directivo con el que quieras conectar, sobre la forma de actuar o secretos de tu competencia. La información que obtenemos en eventos de *networking* es directa y te puedo asegurar que aprenderás sobre temas que ni te imaginabas, lo mejor es que esta información te atañe directamente y te vas a sorprender de la cantidad de cosas que sólo puedes saber cuando estas activo interactuando con infinidad de personas y muchos personajes influyentes en tu sector.

Realmente el *networking* es un recurso potente para empresas que quieren instalarse en otros mercados, ya que activa su presencia y multiplica su grado de influencia, gracias a la cantidad de contactos y oportunidades, creando nuevos aliados y hasta prescriptores; equivalente a los efectos que tienen a nivel personal. Usualmente las empresas que llegan a nuevos mercados comienzan por entablar contacto directo con la Embajada respectiva a su país de origen que en su mayoría cuentan con la oficina comercial y con las cámaras de comercio binacionales quienes les acompañan a introducirse formalmente en el país receptor.



(*) "Networking es todo aquello que incrementa el valor de tu red y'/o el valor con el que contribuyes y aportas a esa red"

- **El networking consolida y realza los valores reales para una sociedad colaborativa**

El *networking* como sistema, es el punto de partida, desde cual se gesta la sociedad, la economía y la cultura colaborativa; estas no existirían sin dichos sistemas de redes que se van tejiendo en diferentes sectores o niveles gracias a la fórmula mágica de Dar – Dar, Dar aquello que mejor sabemos hacer y que tenemos en la hoja contable como excedente. Lo que arroja como resultado relaciones fructíferas, duraderas, que además tienen un potencial maravilloso y se multiplican de forma exponencial. No existe *networking* sin colaboración y no existe economía colaborativa sin una red de contactos con una óptima gestión.

En resumen, cuando hacemos *networking* nos permitimos buscar y encontrar información, obtener ayuda, consejos *feedback* sobre nuestro proyecto, podremos ver cómo está el mercado y nuestro sector, con posibilidad de hasta medir la eficacia de nuestro discurso y nuestra idea de negocio. Tenemos la oportunidad de acceder a una cantidad de gente con grandes probabilidades de que se conviertan en socios estratégicos, proveedores o clientes.

Cuando hacemos *networking*, también nos permitimos acceder directamente al terreno del mercado laboral, le ponemos cara y no estamos a merced de una acción unilateral de búsqueda de empleo en la cual existes sólo tú y el ordenador (Computador). Sobre todo sabiendo, que es más fácil conseguir un empleo si alguien nos recomienda que si lo hacemos enviando un CV, es una estupenda oportunidad conseguir un nuevo empleo, gracias a la interacción personal y estaremos actuando directamente en el mercado global. Además de conocer gente e intercambiar conocimientos y buenas

prácticas, mientras que en paralelo estamos haciendo marketing emocional o *neuromarketing* de nosotros o de nuestros productos o servicios.

En el libro "El elemento, Descubrir Tu Pasión lo Cambia Todo", me encontré con este párrafo:

> *"Encontrar tu tribu ofrece algo más que ratificación e interacción, por muy importantes que sean estas cosas. Proporciona inspiración y provocación para elevar las expectativas de tus propios logros. En todos los dominios, los miembros de una comunidad entusiasta tienden a animarse unos a otros para explorar la verdadera magnitud de sus habilidades. A veces el estímulo no se origina a partir de una estrecha colaboración, sino a través de la influencia de otras personas del campo, ya sean contemporáneas o predecesoras, ya sea directamente relacionado con tu propio dominio o solo marginalmente. Como dijo Isaac Newton: «Si yo vi más allá fue porque me apoyé sobre los hombros de gigantes». Este no es solo un fenómeno de la ciencia."*

EL NETWORKING VISTE DE EXCELENCIA A UNA DE LAS ACTIVIDADES MÁS COMPLEJAS Y VERSÁTILES QUE REALIZA EL SER HUMANO

EL TRABAJO

Para terminar este capítulo hago una recomendación, es importante que no nos dejemos deslumbrar por el poder del *networking* hasta tanto no sepamos quiénes somos y que buscamos, que aportamos y que nos diferencia, lo importante, son esos pequeños pasos que vamos dando, aportando valor, centrados en nuestras capacidades y destrezas esas que traemos ya instaladas, conocidas en el mundo anglosajón como *"soft skill"* esto es determinante para triunfar en la vida ya que crearemos la excelencia, desde la excelencia.

CAPITULO III

LA MARCA PERSONAL

1.- Sobre la Marca Personal

La Marca Personal siempre ha existido pero se le atribuye a Tom Peters quien en los años noventa, propone una serie de técnicas de comunicación y marketing comúnmente utilizadas para la proyección de marcas y personas. La marca personal lo que permite esa proyección que requerimos como personas en el mundo personal, profesional y emprendedor. No obstante su existencia la podemos verificar a lo largo de la historia de la humanidad, dónde destacan grandes pensadores, artistas y otros personajes que han dejado un legado en nuestra historia y nuestras vidas.

Con el auge de las redes sociales, del Mundo 2.0, sumado a gurús e *influencers*; la marca personal, gestionar una red de contactos y hacer *networking* ha pasado a tomar un aire *"Total On Line"* para un buen porcentaje de personas, cosa que no es muy real. Si bien es cierto que es necesario estar en la red, también es indiscutible, o por lo menos recomendable que podamos complementar nuestra actividad *On line* con actividades *off line*, como herramientas adicionales que luego de

una buena estrategia, podemos adaptar para integrar y proyectar nuestra marca personal.

Antoni Porras, profesional del sector, autor del libro "Net…Qué? Networking! para todos, fundador de 6º NetworkerClub, el primer club de profesional español, en una entrevista en La Vanguardia dice:

> *"Es importante que en el 'networking' mantengamos un equilibrio entre el on line y off line. En nuestra vida diaria hacemos muchos contactos, unos pueden ser para ocio y otros para negocio. Tampoco hay que descartar nunca que el contacto profesional puede pasar al social y al revés"*

Al igual que las empresas crean sus marcas, las desarrollan y las cuidan, los ejecutivos, empleados y directivos, aportan un gran valor a las corporaciones y de allí surge esta tendencia del *personal branding,* puesto que las empresas son creadas y gestionadas por personas de carne y hueso, al igual que nuestros proveedores y clientes.

La Marca Personal tiene como objetivo que una persona consiga desarrollar una comunicación clara sobre sí mismo, utilizando diferentes recursos para que pueda resaltar en relación al resto de las personas o competidores, he aquí la importancia que adquiere el *personal branding* en la actualidad. Crearla para proyectarnos a

nosotros mismos sabiendo que es parte de una la reflexión profunda e íntima, aportando valor a nuestros proyectos para alcanzar cierta notoriedad. Entonces queda claro que es la suma de muchas acciones, como dice Andrés Pérez Ortega, es el resultado de todo lo que hace una persona.

Al diseñar nuestra marca personal podremos llegar a establecer unas directrices para pasar a la acción con el *personal branding*, que vendría a ser como el conjunto de recursos que nos permiten proyectar esa marca, minimizando esfuerzos, convirtiendo obstáculos y problemas soluciones, permitiéndonos enfocarnos en las acciones para el logro de nuestro objetivo.

Son ingredientes reales lo que componen la Marca Personal, no es una máscara, no es una careta, no se trata de crear una marca que se quita y se pone, que utilicemos en algunos momentos y en otros no, que cuando vamos a la oficina nos ponemos la máscara de la marca personal y de camino a casa o al *gym* vuelvo a ser yo, este es un trabajo entretenido pero muy agotador y que al cabo de un tiempo pasa factura. Este es uno de los puntos en común que tienen los grandes *networkers* y han sabido integrar perfectamente, gracias a que lo han adaptado y lo proyectan de forma coherente. De allí la gran cantidad de autores y expertos con libros y ponencias que resaltan este punto en sus títulos. Lo que se puede confirmar cuando vemos la forma de actuar y los triunfos de un gran número de personalidades y empresarios.

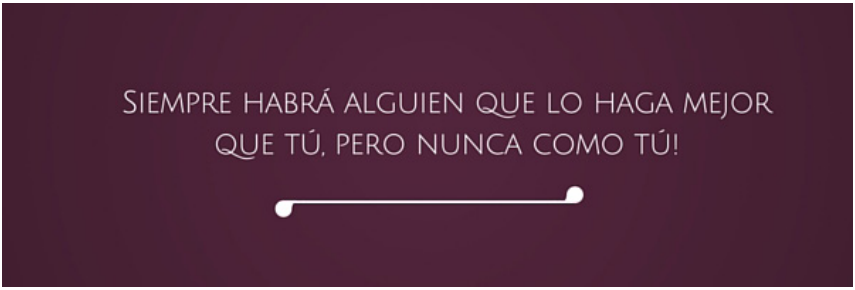
Por otra parte te comento que existen algunas etapas a tomar en cuenta y así comenzar a darle forma específica a nuestra Marca Personal, esto nos permitirá conocernos mejor y a partir de allí,

emitiremos un mensaje preciso, gracias a esos detalles únicos que nos identifican, nuestras virtudes, valores y la tan apreciada experiencia. Esta a su vez debe ser elaborada y protegida con redes de contactos a nivel profesional y personal.

De esta manera descubriremos esa energía que nos mueve a encontrar el camino del éxito según nuestras ambiciones, explotando la forma más auténtica de diferenciarnos del resto. Ese, ¿Desde dónde y para qué? Sirviéndonos de nuestras propias herramientas, sabiendo quiénes somos y lo que tenemos a mano. Incluso podría aseverar que no es necesario buscar otras cosas fuera de nosotros, toda la información y recursos las tenemos, contamos con ellas y forman parte de nosotros, solo es cuestión de encontrarlas, sacarle brillo y utilizarlas, una vez repotenciadas.

¿Y sabes que es lo mejor de encontrarnos y redescubrir nuestro Don y Talento? Que actuaremos según nuestra esencia, y el mensaje que lancemos al mundo será perfecto, transmitiremos, un mensaje desde el corazón, sin pretensiones y sin poses. Pero si muy contundente, productivo, rentable y sobre todo gratificante. Ésta, es la única forma de que nuestro mensaje llegue correctamente a otros corazones, así nos percibirán nuestros interlocutores, como seres de confianza. Esto es como *"deep branding connections"*, que

vendría a ser algo así como esas conexiones profundas de marca, utilizado en el mundo del marketing, que ahora se ha trasladado al sector de las Relaciones Públicas, La Diplomacia Corporativa para crear efectivas redes de contacto. No podemos hacer *networking* sin antes saber quiénes somos, simplemente porque, muy difícilmente transmitiremos confianza, no llegaremos a tocar los corazones de nuestros interlocutores, la idea es dejar huella.



Existe una fórmula eficiente, para construir paso a paso, proyectos profesionales y personales tomando en cuenta nuestra personalidad, talentos y aptitudes. He tenido la oportunidad de trabajarla personalmente y aplicarla con otras personas como consultora, y la verdad es que salen cosas sorprendentes, en algunos casos nos ayuda a pasar a la acción con alguna idea que teníamos en mente, y en otros caso, sorprende que muchos descubran potenciales tan maravillosos que han comenzado a dar pasos en otros caminos.

Una de las claves para triunfar con tu marca personal no es que copies a otros, puedes inspirarte con los grandes, puedes imitar algunas formas, pero no el fondo; los otros con sus ejemplos te permitirán tener una línea de acción, algo así como una guía de estilo, simplemente porque te identificas con sus formas de hacer o cualidad de alguna persona en especial, con su marca, pero no copiarlos, siguiendo rutas que otros marcan. Es verdad que existen

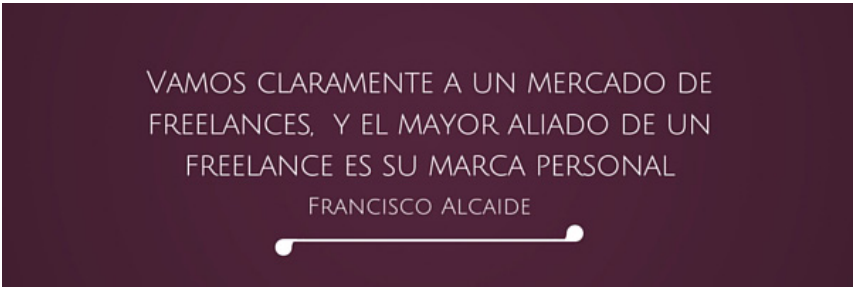
algunos parámetros, pero la idea es que logres una proyección de ti mismo, como ser único e inigualable, con poder propio, capacidades, aptitudes. No se trata de hacer según las pautas rígidas y ancestrales preestablecidas por expertos o sabiondos.

Ser único y remarcable en todos los términos, en todos los espacios y lugares, cuando vas en el metro, cuando comes, cuando caminas, cuando vas al cine, cuando interactúas en las redes sociales, cuando corres, cuando vas al concierto, cuando juegas con tus hijos en el parque, cuando estás en la universidad, cuando dictas clases, cuando trabajas, cuando buscas empleo, cuando ofreces tus servicios, cuando das y cuando recibes, también.

Seguidamente, a manera de guía, encontrarás una lista con los pasos a seguir para comenzar a crear tu Marca Personal, no es así de sencillo como te lo presento y te puedo decir que hay personas que te pueden ayudar a diseñarla o por lo menos te invito, mientras preparo algún documento serio sobre este tema, a descubrir "El Desafío de Yago: En busca de las Fuentes del Talento" de Nacho Villoch, un libro inspirador, así como el de Ami Bondia "Un Café con Chan". También te sugiero seguir y buscar a profesionales como Andrés Pérez Ortega experto en Personal Branding, con varias publicaciones y un blog que te recomiendo seguir. Eva Collado Durán quien ha publicado recientemente el libro "Tu Marca eres Tu" personajes como Francisco Alcaide con publicaciones interesantes y una filosofía que merece la pena descubrir.

Te comento esto porque están en España y los encuentras como especialista en Marca Personal, pero en Estados Unidos y América Latina, así como en el resto del mundo, encontrarás información

valiosa, para que completes este apartado. Y a como reflexión te dejo con esta frase de Francisco Alcaide sobre a la importancia de la Marca Personal en la actualidad, haciendo referencia al libro "Marca Eres Tu" de la autora Eva Collado Durán.



Continuando con esta reflexión, aunque intento transmitir el mensaje desde lo positivo evitando caer en el drama o contar mis opiniones sobre problemas que se avecinan. Sería irresponsable de mi parte, no comentar los desafíos a los que nos estamos enfrentando a nivel laboral. Internet ha pasado a ser el primer lugar dónde los candidatos buscan empleo, aunque todos los que estamos activos sepamos que la vida *off line* tenga un peso indiscutible. Particularmente me parece que la presencia tiene un poder que no es comparable con otras formas de interactuar, la presencia es realmente mágica, inigualable, poderosa. Tan poderosa que muchos autores y psicólogos han escrito sobre el tema, como es el caso de la "Estrella Ted Talk" Amy Cuddy, psicólogo de Harvard, autora del libro "Presence" quien en alguna de sus presentaciones comenta que para activar nuestro poder personal lo que necesitamos utilizar nuestra presencia, dejándonos de preocupar por la impresión que creemos que estamos causando en los demás y centrándonos en la impresión que nos causa nuestra presencia a nosotros mismos aprovechando el poder de la presencia.

2.- Selfworking y las Etapas para crear tu Marca Personal

Uno de mis dones, aparte de ayudarte a que encuentres el tuyo, es la capacidad para crear nombres "*naming*"; creo que en algún momento escuché o leí "*selfworking*" en este mundillo de los estrategas de *personal branding* y Marca Personal. La verdad es que yo hago referencia a él y lo uso en muchos artículos, dado su grado de perfección cuando escribo sobre *networking* visto desde la estrategia personal como eje central para diseñarla. Si bien es cierto que la palabra "*selfworking*" pude sonar un poco divertida, el punto de vista que pretendo compartir es más profunda e íntimo. Se trata de redescubrir nuestro "Don y Talento" para que podamos esculpir esa imagen y actuar en función de lo que somos y tenemos a mano y ¿sabes por qué? Pues porque las personas que actúan bajo su propia marca con el ánimo de diferenciarse, son quienes triunfan en su sector y consiguen mayor éxito, a otros los lleva directamente a la promoción, es decir, personal clasificable para ser promovido.

El concepto de *personal branding* se hace más necesario en la actualidad gracias a la necesidad de fortalecer las relaciones interpersonales para desarrollar nuestras redes de contacto. Por ello presento un esquema de las etapas claves para crear tu Marca Personal, pero es un proceso mucho más complejo. Si lo que necesitas, es comenzar a crear tu Marca Personal te sugiero que conectes con Andrés Pérez Ortega, es un crack con metodología propia, lleva unos quince años trabajando en esto y la verdad es que merece la pena que conectes con él y si puedes, que leas sus libros y/o artículos. Si lo que necesitas es descubrir tu Don y tu Talento puedes completar con información en mi web donde encontraras cantidad de artículos relacionados y recursos que podrán ayudarte. Ahora mismo estoy trabajando en dos libros y uno es precisamente para que Triunfes con tu Marca Personal,

gracias a tu Don y Talento,

a.- Identificación

- Que tengo, de que dispongo, con que cuento (Don, Talento y Herramientas)
- Que aportamos al mundo, que hacemos, como lo hacemos y que ganamos
- Identificar nuestros objetivos, ese ¿desde dónde y para qué? de la marca personal y de nosotros como empresa
- Identificar el mercado potencial al que nos dirigimos
- Identificar las metas a corto, mediano y largo plazo

b.- Nosotros y nuestra personalidad

Este es un trabajo de autoconocimiento o de redescubrirnos, quienes somos, nuestras virtudes, talentos, valores y el valor agregado. Ese

¿qué queremos como persona? Teniendo como punto de partida, nuestra personalidad y hasta nuestros Dones. Es un trabajo que nos puede llevar algunos días, dependerá del grado de compromiso y honestidad con nosotros mismos. Lo que propongo en este apartado es que podamos desarrollar una Personalidad Magnética por lo cual es evidente que es necesario conocernos ya que es a partir de allí que podremos aplicar los siguientes **Tips para desarrollar una personalidad magnética** en Lenguajecorporal.org como punto de partida que nos permitirá crearnos el hábito, mientras vamos trabajando los aspectos relevantes; el Don, el Talento y las Herramientas con las que contamos:

- Respirar profundo y mantener una actitud positiva
- Utilizar constantemente un tono de voz amistoso en cualquier situación
- Prestar especial atención cuando nos hablan
- Reconocer nuestras emociones y aprovéchalas
- Mantener la mente abierta y pensar dos veces antes de juzgar
- Recordar que no todos nuestros pensamientos son valiosos
- No perder el tiempo
- Reconocer los logros de otros, tan genuinamente como se pueda

Recuerda, esto sólo se logra sabiendo quienes somos, aceptando nuestras virtudes, debilidades y siendo consientes de nuestros potenciales. Ya te contaré sobre otro libro, un gran proyecto personal que estoy trabajando que habla sobre la importancia de conocernos real y profundamente para poder avanzar.

c.- Estrategia para crear un entorno

Luego de haber obtenido información de esas dos primeras etapas y ahora que contamos con datos más precisos, se nos presenta un dilema a resolver ¿Cómo lo cuento y Dónde lo cuento? El cómo lo cuento, la idea es que logremos conectar con un mensaje, se trata de transmitir la información correcta, comunicar el mensaje perfecto para posicionarnos y lograr dejar huella con el fin de que compren nuestro producto o servicio; esto se conoce en marketing como *Storytelling*. Debe tener ese toque único y personal dirigido a ese nicho que ya hemos identificado, es decir, a clientes potenciales, pero vistos como usuarios y aliados que puedan ser arte y parte de nuestra propuesta.

Por último el dónde lo cuento, se trata de definir la estrategia para darnos a conocer, ponernos a la vista, para que nos encuentren. Identificar las formas para comunicar, construir una red de contactos, redactar una bio, actualizar CV y perfiles en redes sociales que más nos convengan, además de gestionar el mundo 2.0 según nuestros intereses.

¿Cómo vamos a darnos a conocer al mundo para que nos encuentre? y ¿Cómo ser y mantenernos relevantes? La Estrategia nos lleva a evitando la dispersión de recursos y esfuerzos, minimizando obstáculos, al mismo tiempo que construimos una sólida Marca Personal. Esta etapa consta de algunos compendios esenciales, como por ejemplo, tu Don, Talento y herramientas; el proceso que vamos a aplicar para su ejecución en el espacio tiempo, y la definición un objetivo preciso conforme a los valores que ofrecemos. En fin aquí sabremos realmente si el *networking* es uno de esos espacios o

recursos que utilizaremos para darnos a conocer.

d.- Gestión de la Marca Personal

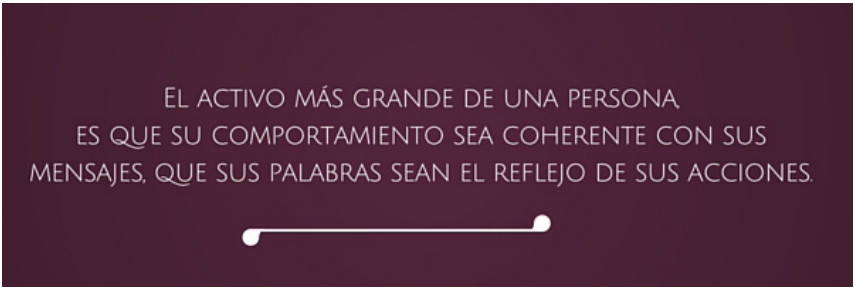
Enfocados en la de consecución de objetivos, identificar posibles obstáculos y buscar la solución para trascenderlos y poder continuar. Establecer prioridades, mantener activo y con vida este proyecto a lo largo del tiempo, léase bien activo y con vida.

Para esto es necesario ser pacientes, flexibles, saber que la reputación *on line y off line* dependerá de nosotros y esto se gestiona diariamente, es decir que debemos ocuparnos de nuestra marca personal porque si no lo hacemos nosotros, alguien lo hará por nosotros o simplemente desapareceremos, por lo que es absolutamente necesario estar a la vista de forma efectiva.

El saber quiénes somos y que queremos nos permite descubrir lo especiales y únicos que somos, nos permite encontrar el rol que debemos jugar en esta sociedad, en este camino por la vida y por consiguiente nos lleva a un estado de equilibrio que se manifiesta en éxito profesional, social, económico y emocional. Y es que además, como seres humanos, tenemos la necesidad de encontrarle el sentido a lo que hacemos y esta es una fórmula mágica que podemos aplicar.

3.- Claridad, Coherencia y Constancia = Reputación

Las estrategias de Marca y *Branding* en muy pocos casos, se diseñan en el mundo digital, aunque lo digital se insinúe en todo. Una estrategia de Marca Personal y la gestión del *personal branding* se manifiestan y se establecen en el mundo *off line*. Es preciso tener esto bien claro, puesto que somos nosotros quienes controlamos los mensajes que emitimos al mundo. El mensaje es nuestro, pero justo hasta ese momento en el que lo enviamos. En relación a este punto en particular, no hay diferencia en la reacción que se encadena al emitir el mensaje, es decir, funcionan de igual manera, tanto en el mundo terrenal, como en el virtual, sin importar que estemos hablando de grandes empresas, pymes, *start-ups* o de Marca Personal; las conversaciones son susceptibles de tomar formas incontrolables o lisa y llanamente, que tome la forma que a nosotros nos interese.



La Marca Personal debe mostrar una coherencia de identidad en cada uno de los sitios y plataformas desde dónde emitamos los mensajes, incluso *off line*. Un aspecto muy importante es que hay personas que envían mensajes chistosos o subidos de tono y cuando nos los encontramos en la vida terrenal son personas poco agradables o son tímidos y la verdad que lo único que logran es sorprendernos con este tipo de reacciones que no tienen nada que ver con esas personas que se expresan y se mueven en las redes. La marca debe ser el resultado y equilibrio a través de todos los puntos de contacto que utilizamos

para expresarla, a través de nuestra capacidad de escuchar, entender e interactuar con los demás.

Sin pretender querer marcar una pauta muy formal en torno a este tema, me gustaría comentar algunas cosas puesto que no se trata de una coherencia obligada, esto no es ficción. Es decir, somos seres humanos y podemos comportarnos como tal, el problema está en querer aparentar ser alguien quien no somos y es un grave error cuando estamos creándonos un entorno, sobre todo sabiendo que las relaciones para que sean duraderas deben cimentarse en la seguridad y la confianza, y si no somos coherentes, no trasmitimos confianza.

Promovernos a nosotros y a nuestra empresa de forma coherente y auténtica, desarrollando notoriedad y credibilidad marcando la diferencia. Creando impacto sin dejar de ser nosotros mismos, es de esta manera que podemos llegar a ser remarcables y diferenciarnos, ofreciendo en cada encuentro una imagen coherente. Te aseguro que es posible dejar huella, protegiendo nuestra vida privada, honrándonos y siendo nosotros, es decir, una persona real de gran valor intelectual/emocional, de acción, convicción y apasionada al mismo tiempo. La Marca Personal debe estar en perfecta comunicación y armonía con nuestra personalidad y prolongada a cada uno de los puntos de contacto, reales y virtuales, públicos o privados, donde nos exponemos y una vez encaminado, el trabajo dejará una huella imborrable que habrá que seguir.

PARA PODER LOGRAR COSAS QUE NUNCA HEMOS HECHO, ES NECESARIO CONVERTINOS EN SERES QUE NUNCA HEMOS SIDO

Les traigo una lista de recomendaciones que hacen los científicos en relación a las neuronas espejo, no entraré a tocar este tema de lo que son y su función porque lo pueden encontrar en la red, pero si les dejo un resumen de lo que podemos hacer para beneficiarnos de esta red neuronal, que tienen un impacto directo en nuestra marca personal. Son trucos para protegerlas y empoderarlas beneficiando nuestras relaciones con el resto del mundo.

- Buscar contacto físico que podemos traducir en este tipo de actividades como contacto visual, saber escuchar y saber hablar, ya que esto genera confianza, favorece nuestra seguridad gracias a la producción de oxitocina, mejor conocida como la hormona social.

- Salir de nuestra zona de confort, trascender el límite de nuestro círculo vicioso habitual, asistir a otras actividades, encuentros donde podamos interactuar de forma efectiva, a menor número de personas pero a gran escala.

LA SONRISA Y EL CONTACTO VISUAL, INSPIRAN CONFIANZA Y RESPETO MUTUO

- Evitar estímulos negativos que convierten estos encuentros en espacios tóxicos con personas de baja autoestima.

- Desconectarse de vez en cuando de la red y dispositivos electrónicos para poder disfrutar y vivir en momento presente. En mi blog encontrarás artículo sobre la "Importancia de Vivir en Presente".

- Cultivar la benevolencia, la sonrisa y la gratitud ya que son contagiosas y se activa la ley de la abundancia, por lo que recibirás diez veces más de forma inmediata.

- Ser un referente de buen humor, cosa que también se contagia.

- Convertirnos en agentes colaborativos y multiplicadores de confianza, ya que es más saludable que la desconfianza y la queja.

- Saber identificar las necesidades de control de espacio de nuestros interlocutores, así como reconocer sus capacidades y conocimientos.

- Generar encuentros con los contactos del Mundo 2.0 en el mundo terrenal, en la vida real.

- Intentar invertir más tiempo descubriendo la vida real sobre el terreno y no a través de las pantallas de nuestros dispositivos electrónicos, volver al presente.

- Crear redes de contacto, hacer *networking*, relacionarnos con diferentes personas es muy bueno para la salud.

Antes de pasar al siguiente capítulo te cuento un secreto, cuando diseñamos y gestionamos de forma eficiente y activa nuestra marca personal, los conflictos se anulan, las crisis en sus diferentes formas, dejan de ser un problema. Las convertimos en oportunidades que consolidad nuestra huella y nuestro sistema emocional, lo que se traduce en éxito profesional, pase lo que pase, pete lo que pete.

El *networking* es ante todo una cuestión de relaciones, que está ligada a ese tejido de personas que uno llega a conocer y cuyos intereses quedan expuestos. Sólo sobre bases de confianza, podremos expresar nuestras necesidades y permitir a nuestros interlocutores que expresen las suyas, así llegarán las recomendaciones y las ayudas.

El verdadero Engagement se logra:
actuando de forma sincera, aportando soluciones,
& resolviendo problemas.

CAPITULO IV

PREMISAS

BUSINESS & SOCIAL BEHAVIOR

1.- El Intercambio Genera Riqueza

Comienzo esta sección con una de mis máximas de vida y que repito desde que descubrí el efecto maravilloso que tiene conocer gente y más aun cuando sales de tu espacio habitual. El intercambio genera riqueza, riqueza del ser, riqueza intelectual, una riqueza relacional que incide directamente en nuestro sistema químico y neuronal, lo que permite que impacte en nuestras formas de SER Y HACER y así nuestro entorno también se enriquezca. Vayas a dónde vayas, siempre tendrás la oportunidad de intercambiar con diferentes personas. Si le sumamos a esto, la capacidad de ser curioso, aun más, cuando tenemos la disposición de aprender cosas diferentes y si esto lo aderezamos con un cambio de ambiente o lugar, los efectos son ralamente extraordinarios.

Una de las razones por los que a muchos emprendedores se les hace

cuesta arriba (difícil) mantenerse con sus proyectos en este camino y les lleva al fracaso, es no crearse una estrategia de gestión de entornos. Pero no son los emprendedores los únicos con este problema. En un estudio realizado por Oak Power PR, El 72% de las pymes españolas admite tener problemas en su comunicación externa. El 59% de las pymes y 23% de las grandes empresas admiten problemas en la *"Comunicación Interna"* dentro de su compañía, un porcentaje que aumenta considerablemente en lo relativo a su *"Comunicación Externa"*, hasta el 72 % y el 52 %, respectivamente. Tan importantes o alarmantes son estos números, que Ángel Calvo Mañas, Responsable de Expansión de Occursum y la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid, AJE Madrid, organizaron un evento en torno a este tema.

(*) "Nuestra calidad de vida está determinada en gran medida, por las personas con las que pasamos nuestro tiempo y las conversaciones que tenemos con ellos"

Intercambiar, conocer, compartir, cambiar, ir más allá de los muros de nuestras empresas es absolutamente necesario, tanto con una estrategia corporativa, como con una estrategia personal. Si tomamos en cuenta los datos anteriores, podemos observar que existen 28% de empresas que poseen una buena comunicación externa, lo que significa que han creado su estrategia para generar y mantener excelentes relaciones en su entorno económico y social en este estudio habla de una muestra de empresas en España pero que fácilmente podemos trasladar a otros países.

A nivel más personal, pero con un gran impacto en nuestra vida profesional, se debe hacer lo mismo, tener una estrategia centrada en nuestros intereses a largo plazo, para ello es necesario frecuentar y compartir con seres que tengan grandes ambiciones, para ellos mismos como seres humanos, como actores en la sociedad y como emprendedores o profesionales, lo que influye directamente en el bien común.

El intercambio genera riqueza, esta es una de mis máximas de vida y si queremos ser emprendedores de éxito, es necesario tener claro que él éxito es un camino en el cual vamos logrando nuestros objetivos y que además los logros son nuestros, para nosotros y en función de nosotros mismos, con el apoyo de una buena red de contactos, por lo tanto, hemos de frecuentar gente enriquecedora, esas personas que nos enseñan a aprender, nos cuentan sus secretos, nos inspiran con sus historias y experiencias. Éstas son las personas que lograrán resaltar nuestras aptitudes y nos ayudarán a brillar.

Habiendo ya recorrido parte del camino, estos personajes exitosos y triunfadores, han creado equipos competitivos en su terreno, se rodean de personas honestas, que los motivan, que los animan a seguir con sus proyectos, sinceras, que generan y reciben confianza, optimistas por naturaleza, sumadores y multiplicadores. ¿Te imaginas conectar con estas personas? Lo único que te pueden traer son experiencias y contactos que harán crecer tu capital, es un tesoro invaluable, riqueza intelectual, emocional, profesional que seguramente si sabemos administrar se convertirán en riqueza material.

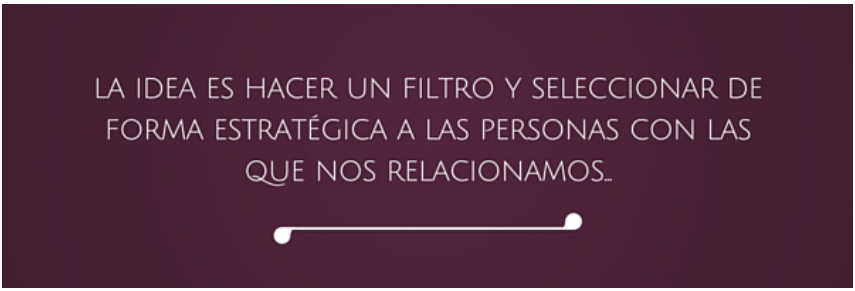
LA GENTE DE EXITO
SE RODEA DE GENTE ENTUSIASTA Y AMBICIOSA,
ESPECIALISTAS, CREATIVOS, RAROS, DIFERENTES, ÚNICOS,
SOÑADORES, GENIALES, EXPERTOS, TRIUNFADORES...

La naturaleza propia del emprendimiento (intraemprendimiento y proyectos personales incluidos) del que se hace apasionadamente, cuando emprendes por convicción y decisión, nos lleva a adquirir una confianza tan inquebrantable, que comenzamos a interactuar con ganadores. Cuando emprendemos y actuamos desde el alma con absoluta certeza; poco a poco, vamos recorriendo este camino con inspiración, con motivación, hacia la realización como emprendedor de éxito, como creadores de nuestro proyecto de vida a niveles tan elevados, que no nos damos cuenta.

Esto, evidencia la importancia vital del saber seleccionar nuestras relaciones, es decir, con la y capacidad de decir, hacer y estar de forma ágil, encantadora y apropiada en la vida social y profesional (le savoir faire). Hacer nuestra selección, así como hacen los campeones, esos que se rodean de gente positiva y de confianza, son personas que alcanzan sus objetivos reduciendo de forma exponencial el fracaso, y si lo podemos hacer por afinidad y no por necesidad mucho mejor *(affinity network)*.

Cuando permanecemos en nuestro entorno habitual, o mejor conocido como la zona de confort, con los mismos paradigmas y hacemos lo mismo que siempre hemos hecho, no podemos esperar que haya un cambio significativo. No se trata de dejar de ver, compartir e ir de

copas con tus amigos, se trata de integrar a otros actores y actuar con certeza, al mejor estilo Business & Social Behavior para crear un súper Circulo de Influencia en pro de tu vida personal y profesional.



Existen mil y una formas de hacer *networking*, membrecías en gremios o clubes de negocios, desayunos o comidas, quedadas, eventos de muchos estilos, formas y temas. No hay nada mejor que hacer *networking* por el placer de hacerlo y sorprendernos de las oportunidades potenciales que nos aporta. Se me ocurre que utilicemos el *hastag* #TriunfaAffinityNetwork en las redes sociales o a través de la sección de contactos de mi web; si tienes alguna pregunta, sugerencia o quieres iniciar una relación conmigo y ver que resulta, me encantaría leerte ¡Te espero en la red!

2.- El Networking no debe ser la última opción

Las personas y empresas que acuden a esta herramienta en caso de emergencia, es decir, cuando el barco se está hundiendo, porque han caído en una crisis y no consiguen captar clientes o crear nuevos negocios, lo único que logran es transmitir desesperación, no tengo la verdad absoluta, pero soy una *"Network Hacker"* por lo cual, se dé que hablo, te invito a aplicarlo desde ayer.

LAS PERSONAS QUE TIENEN EL MAYOR CÍRCULO DE CONTACTOS, MENTORES Y AMIGOS, SABEN QUE DEBEN ACERCARSE A LA GENTE ANTES DE QUE NECESITE SU AYUDA

FERRAZZI EN SU LIBRO NEVER EAT ALONE

El *networking* no funcionará si lo dejamos como el "Plan B" y menos aun como "Plan Z" Es una herramienta que se debe tomar en cuenta desde el principio de nuestra vida profesional y al comenzar cualquier proyecto. En cierto modo, esto ya lo hacemos pero de manera informal y sin ser conscientes de que es necesario mantenerla, gestionarla y alimentarla diariamente de forma constante. ¿Qué tal si comenzamos ahora mismo? mientras más pronto comiences mejor, de forma tal que llegado el momento de necesitar algún tipo de apoyo, tengamos la mitad del camino recorrido. Y es que esta red que vamos a ir tejiendo nos dará el *feedback* para cualquier aventura que emprendamos, sumado al hecho de que estaremos actualizados, sabremos todo lo que acontece al otro lado de los muros de nuestras oficinas o nuestra zona de confort.

Francisco Alcaide en su artículo "Prepárate cuando no haga falta para cuando haga falta estar preparado" destaca lo siguiente:

> *"La mayoría de la gente recurre al networking cuando la cosa se pone fea: sufre un despido o tiene que echar el cierre a su propia empresa. El refranero, siempre sabio, tiene su versión particular de esta actitud: Sólo nos acordamos de Santa Bárbara cuando truena.*

Esa actitud no es la más recomendable por varios motivos:

***1. Primero**, porque se da la sensación de ser una persona que se mueve exclusivamente por el interés.*

***2. Segundo**, porque nos lleva a actuar movidos por la ansiedad: hay que recuperar el tiempo perdido, y con ansiedad en el cuerpo, no se adoptan las mejores decisiones.*

***3. Tercero**, porque con las prisas nos lleva a poner a veces en compromiso a las personas forzando que se rompan las relaciones!"*

3.- Las Redes de Contacto deben estar activas

Una red de contacto sólo sirve si es utilizada, evitemos caer en la trampa del *"Big Dater"* (término que utilizo a veces para hacer referencia a los amantes de las bases de dato de contactos y no las utiliza), esto no hace una buena red. Las redes tienen un objetivo previsto, cuentan con un sinfín de actores y acciones que la nutren, indispensables para que funcionen en perfecta armonía. Esto se logra siendo proactivo, intentando conocer a nuestros contactos, generar interés, colaborar con información, interactuar en la vida real y la virtual, aportar soluciones e integrándonos. Una red de calidad es el fruto de muchos encuentros (virtuales y reales), es la suma de acciones que hacemos para desarrollarla y mantenerla en activa.

¿Pero cómo vamos a conocer a alguien, si ni siquiera me tomo la

delicadeza de mandarle un correo al día siguiente del encuentro? A pesar del tiempo que llevo en esto, aun me sorprende la cantidad de gente que recibe tarjetas de visita o presentación y no les saca el provecho que corresponde, por lo menos darles la posibilidad de iniciar una relación profesional e intercambiar ideas, sería un buen comienzo. En el Capítulo V comparto mis secretos para la Gestión de Redes de Contacto y su importancia, en relación a esos primeros pasos en la creación y desarrollo de las mismas.

Una de las razones por la que es indiscutible mantener nuestra red activa es que nos permite reinventarnos, estar actualizados y por consiguiente esa red se retroalimente. Hay redes muy monótonas y conservadoras que por más encuentros y reuniones que se hagan, siempre asisten los mismos, proponen las mismas ideas, intentan resolver los mismos problemas, con las mismas perspectivas, y dejan a estos profesionales *"Bind and Blind"* enlazados por una ceguera que los mantienen en un círculo vicioso. Por ello es tan importante mantener nuestra red activa asistiendo a diferentes tipos de actividades, ir en busca de nuevas experiencias que nos reporten nuevos contactos y refresque nuestra red, en fin abrazar la diversidad y de ser posible mantenernos en un estado beta constante.

Existen en el mercado una cantidad de herramientas y aplicaciones que sirven y nos facilitan el proceso de gestión de redes de contacto, yo utilizo algunas redes sociales para ésta tarea y tengo mis procesos particulares para llevarlas a cabo, pero la solución no está en las aplicaciones o plataformas, porque el problema sigue allí latente. Se trata de pasar a la acción, utilizar ese Big Data y sacarle provecho. Resulta que un gran número de personas se quedan con la información y no la explotan y no dan el siguiente paso, que es tomar el teléfono y hacer una llamada, o simplemente enviar un correo con

una breve nota introductoria.

Otras formas de mantener activas las redes, además de dar, que ya es un derecho y un deber, es pidiendo apoyo, pedir favores, puesto que el ser humano tiene una necesidad intrínseca de ayudar y sentirse útil. Un buen hacedor de entornos aprovecha todas las oportunidades para dar y recibir de una red, independientemente de requerir ayuda o no, sabe que una red se mantiene viva mientras estemos tejiéndola, nutriéndola, dando y recibiendo de ella, porque de lo contrario dejaría de ser eficaz.

4.- Habilidades a Desarrollar

Llevo muchos años aplicando estas formas de actuar y como me apasiona, he ido preguntando a varios de mis conocido, colegas, empresarios, caza talentos, consultores, CEO's de varias *start-ups,* estrategas del mundo 2.0, especialistas en relaciones públicas y marca personal; todos están de acuerdo en los beneficios que han generado sus relaciones y sus contactos a nivel social y profesional. De manera poco científica he ido preguntando en diferentes ocasiones a muchos personajes lo que me ha llevado a crear una lista de habilidades en las que todos coincidimos, ya que son necesarias a toar en cuenta y desarrollar para un *networking* exitoso. Nuestro comportamiento influye sistemáticamente en el desarrollo efectivo de nuestra red de contactos, pero como también hay estudios que garantizan el fracaso, aquí tienes una pequeña lista de las habilidades que necesitamos desarrollar:

Habilidades Técnicas

- Marketing
- Gestión
- Negociación
- Psicología y estrategia

Habilidades Relacionales

- Capacidad de ser Curiosos
- Capacidad de Sorpresa o Dejarse Sorprender
- Buena voluntad y actitud
- Persuasión
- Paciencia y dedicación
- Desinterés, ofrecer, dar mucho de nosotros mismos

Se trata de generar relaciones, no transacciones, es posible que suenen un poco monótono, pero la esencia del *networking*, de ese que se hace a partir de la excelencia al mejor estilo *Business & Social Behavior*; es hacer relaciones sólidas, personalizadas y de confianza. No se trata de salir corriendo a registrarte en cada Master o Curso para sacar un diploma de cada técnica, ni de que te conviertas en el especialista de todo. Se trata de reconocer cual es aquella mejor dominas para potenciarlas y a partir de allí, logres reconocer las que no manejamos muy bien. De este modo y con un mínimo esfuerzo para asumir la actividad como un Estilo de Vida, harás *networking* para triunfar.

Víctor Sánchez del Real, un crack de la comunicación personal y corporativa, autor del libro "Palabras de honor: cómo construir una imagen personal basada en la vida real" en una ponencia que pude asistir, hablaba de lo inquietante que resultan algunas formas culturales de actuar que tenemos los seres humanos y ha creado una lista de 15 palabras y/o acciones, que espera reducir. Esta lista es el resultado de una observación que ha hecho este profesional de la comunicación y oratoria, en busca de algunas respuestas para ofrecer soluciones eficaces y técnicas a sus clientes y alumnos.

Comparto contigo esta lista, sin darle mayor explicación y apuesto un litro de sangre a que entenderás perfectamente de que se trata y que de ahora en adelante, al igual que yo utilizarás de forma consciente y activa. Por ahora te dejo la lista de Víctor con trece palabras, pues a mí me ha tocado una lista ya reducida de palabras y/o acciones con algunos significados de gran valor y que además nos cuesta un montón aplicar a los seres humanos, de forma responsable para con nosotros y el resto, tan importantes que las he colocado con algunos comentarios personales, según lo que puedo recordar de ese charla; evitando que pierdan su esencia y con un breve comentario, intentando ubicarnos en el espacio tiempo:

- **Si - No:** Saber cuándo decir Si o decir No.
- **Bien & Mal:** Identificar aquellas cosas que están bien o mal para tomar una decisión.
- **Gracias & Por Favor:** Creemos que las utilizamos, pero la verdad es que no lo hacemos con la frecuencia que deberíamos hacerlo, obviarlas o sustituirlas por alguna otra palabra o acción tienen un efecto muy corrosivo.

- **Lo Siendo & Perdón:** Asumir los errores de forma responsable y acompañados con el respectivo, Perdón o Lo Siento es indispensable, al igual que las anteriores, obviarlas es un grave error.

- **¿Cuánto?:** No sabemos preguntar cuanto, es una palabra que a muchos les da hasta vergüenza, tanto en una entrevista de trabajo como cuando vamos a una tienda, por nombrar solo dos situaciones.

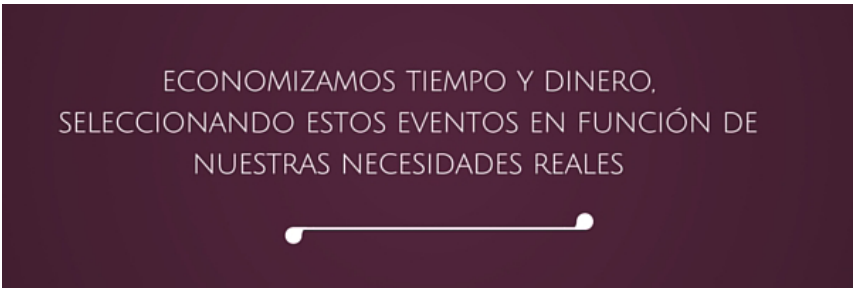
- **Entiendo – Creo – Quiero:** Asumir que hemos entendido, saber opinar y dar nuestro punto de vista o simplemente saber pedir y transmitir lo que se quiere, se nos hace cuesta arriba a muchos y hay quienes asumen que ha llegado el mensaje, pero no es así.

- **Escuchar:** Saber escuchar, dejar hablar y prestar atención a lo que dicen nuestros interlocutores

Víctor Sánchez de Real intenta desde hace un tiempo, eliminar algunas palabras o acciones de esta lista, así que no dudes en escribirle y hacer tu propuesta. Yo por ahora creo que la lista así como está, es la Perfección y puede llevarnos a mi formula de la perfección. ¿Conoces mi formula de la perfección?

5.- Estrategia

Serie de acciones muy meditadas, pero simples y sencillas, encaminadas hacia un fin determinado. Recuerda que en el capítulo III sobre Marca Personal, presento cuatro etapas para crear tu estrategia de *personal branding* que puedes adaptar perfectamente a la estrategia de *networking* y te servirá de guía.



La estrategia consiste en destacar y ver en la gran pantalla, aquellos elementos que aportan aspectos fundamentales para la creación de un Circulo de Influencia. Claves que van, desde la narrativa que utilizaremos para la comunicación efectiva de nuestro mensaje, de nosotros como producto y como persona. Saber quiénes somos, que buscamos, que aportamos y cuáles son nuestros objetivos.

Debe quedar muy claro que hacer *networking* es una de las acciones más efectivas que tenemos a mano para darnos a conocer, pero esto forma parte de una estrategia principal de tu Marca Personal, en la cual está incluida esta actividad entre otras tantas, para identificar y hacer una selección de eventos acordes con nuestro intereses, tiempo, temática o formato que más nos convenga.

El *networking* se maneja siempre en función del principio de la reciprocidad, me atrevo a señalar que el *networking* se ejecuta enfocado desde la regla elemental, "Dar – Dar", más evidente y honesta que, "Ganar – Ganar", estar dispuestos a dar y ofrecer sin importar que nos hayan dado antes a nosotros y sin pretender dar para obtener.

La estrategia tiene que estar bien demarcada, de forma tal que podamos trabajarla en su globalidad, ya que el *networking* para que surta efectos positivos, debe trabajarse a largo plazo, teniendo una presencia activa, aportando valor a través de los detalles y atenciones a las personas que vamos encontrando, no caigamos en la trampa de acumular seguidores o llenar nuestra agenda de números y correos electrónicos.

Identificar las posibles ayudas haciéndote preguntas como:

- ¿Quién me puede dar información sobre un sector o profesión que yo no conozco muy bien, un sector de actividad, información sobre tal o cual empresa?

- ¿Quién me puede informar si hay vacantes u ofertas de empleo que se van a gestionar?

- ¿Quién me puede conectar o dónde puedo encontrar profesionales interesantes para ampliar mi campo de búsqueda de empleo o negocio?

- ¿Dónde puedo encontrar clientes potenciales?

- ¿Dónde puedo encontrar directores de recursos humanos, jefes de empresas o responsables de captación de talento?

- ¿Quién puede referenciarme o hablar de mí en su sector profesional, compartir mi CV o referirme con posibles inversores?

- ¿Quién me puede recomendar o servir de referencia para presentar mi candidatura, producto o servicio utilizando sus datos?

6.- Preparación

Pareciera obvio que la preparación la tenemos que hacer, que es un aspecto evidente, pero habitualmente las personas fallan por que no tienen ni idea a donde van, y mucho menos, que esto del *networking* se trata de detalles. Parecen cosas elementales, estrictamente lógicas, pero más que eso, es que son inmensamente importantes. Por tanto no está de más insistir en la preparación.

A esto se le suma el impacto de "La Primera Impresión y el "*savoir fair"*, esas buenas prácticas de los hacedores de entornos y aliados;

cuando vamos de *networking*, lo que menos hacemos es vender ¿Queda claro? Perfecto ahora sigamos, si ya estamos en este punto del libro y más importante aún, en el punto de los preparativos para ir de *networking*, es decir, que hemos llegado a los preliminares; suponemos que es debido al trabajo previo realizado, y que ahora tenemos, por lo menos esquematizada nuestra estrategia, por consiguiente, estamos al corriente de cuáles son los eventos que más nos convienen.

No sólo los eventos llamados *networking* nos sirven para tal fin, hay millones de actividades, encuentros, presentaciones, charlas, cursos, ponencias y *masterclass*, entre tantos otros, que terminan con un brindis, cóctel o picoteo; que además tienen una característica en común, la función de sociabilizar, los que nos convida a preguntar, conocer interactuar. En estos espacios, siempre tenemos la oportunidad de hablar sobre nuestros proyectos, darnos a conocer y alimentar nuestra agenda de contactos.

La idea fundamental es que aquellas personas que tengamos la suerte de encontrar, se queden con nuestra cara y la mejor impresión que podamos ofrecer de nosotros mismos. Hay que tener mucho cuidado con eventos de *networking* organizados sólo con este fin, ya que nos limita a seguir unas pautas que a fin de cuentas, no son más que técnicas de venta agotadoras.

Una de las finalidades de este libro, es que alcances a sacar el mayor provecho de tus potencialidades en lugares y espacios dónde realmente puedas brillar. Esto sólo se logra cuando estamos a gusto y cómodos, cuando estamos seguros de nosotros mismos, cuando lo hacemos por el placer de hacer *networking*, cuando nos sentimos en

nuestro terreno, lo conseguimos con nuestra estrategia de *Personal Branding*. Te propongo comenzar a trabajarla, utilizando el esquema y los pasos que te sugiero en el capítulo III. Recuerda que estaré colgando en mi portal y difundiendo por las redes sociales, material con plantillas, artículos y sugerencias prácticas que te ayudarán a entender de que se trata todo esto. Estarás en la capacidad de identificar tus potencialidades y tu valor añadido, ese valor que sólo tú puedes aportar al mundo social y económico.

Habiendo aclarado este punto, he creado una lista de espacios, eventos y lugares donde puedes hacer *networking* y aprovechar realmente esta inversión de tiempo y energía, sin tener que pagar por eventos creados para acumular tarjetas, que si bien, puede tener un impacto positivo y es posible conocer gente súper interesante, la verdad es que no lo harás más de tres veces, el formato de este tipo de eventos es agotador, y te aseguro que a la tercera que asistas, descubrirás que estos eventos se van llenando de "Big Daters", que coleccionan contactos y vendedores puerta a puerta, además de volverse monótonos, las caras se convierten en caras conocidas y repetidas.

La Fundación Factor Humano en un trabajo publicado en 2004, que tienen como título "Networking: la gestión de las redes relacionales" habla de dos tipos de redes relacionales, las formales y las informales:

> **"Redes relacionales formales:** *son las impulsadas o lideradas por alguna institución u organización, tienen mecanismos pautados de relación (reuniones periódicas, fuentes de información comunes, espacios virtuales o físicos de relación, etc.) así como objetivos específicos y compartidos por todos sus miembros.* ¸

> ***Redes relacionales informales:*** *son las que todo individuo va construyendo a lo largo de su vida personal y profesional. Dada su informalidad y poca estructuración institucional son las que requieren unos instrumentos de gestión más intensivos para que generen valor para sus miembros".*

Es hora de comenzar a integrar y refrescar vocabulario y actitudes en nuestro día a día, variedad, diversidad, curiosidad, a mí particularmente se me da muy bien esto de ir cambiado de ambientes porque es lo que realmente nos permite innovar. Crear una red de contactos es cuestión de actitud y será necesario asumirlo como estilo de vida, visto que, realmente, esto comienza en nuestra vida cotidiana, es en ese día a día dónde sumaremos acciones, para cumplir con el objetivo previsto, es decir, expandir y fortalecer nuestra red.

(*) "Usted tiene que estar preparado para lanzar/hablar de su negocio en cualquier lugar, en cualquier momento"

Me gustaría que reflexionáramos un poco sobre la frase anterior, porque cuando somos emprendedores o si no lo somos, el apogeo del emprendimiento nos llevaría a prestar más atención a la creación de un buen discurso, es decir nos centraríamos más en el primer mensaje de la frase, al que no le quito peso, dada la importancia de poder contar con un buen mensaje para que podamos comunicar; pero es más poderosa, a mi parecer, la segunda parte de esta frase.

¿Y sabes por qué? bien, porque lo que quiere decir realmente es que este trabajo debe hacerse en cada uno de los lugares a donde acudamos, es aquí donde tenemos que poner la atención, y es que, sin duda alguna, es donde está el mensaje real, **"en cualquier lugar y el cualquier momento"**, no limitarnos a un evento de *networking*. Dicho esto, no me queda más que recomendarte, que saques provecho de todos los espacios que tienes a tu alcance para lanzar tu mensaje y dejar huella.

La creatividad en este tipo de actividades la podemos ver también, en empresas que han utilizado el *networking*, como tema para atraer clientes. Los casos más conocidos, son los bares y restaurantes, pero hemos visto ejemplo como el de Vueling que innovó con sesiones de *netwroking* en unas jornadas para emprendedores a 30mil pies de altura. Muy parecido al Concurso *Elevator Pitch* bajo el nombre *Invest On Board*, llevada a cabo por Turkish Airlines, hace unos años. En 2014 la compañía aérea Delta aprovechando los beneficios de la red social LinkedIn puso en marcha el programa *Delta Innovation Class*, Asimismo British Airways hizo una jugada destacable reuniendo a 100 de los más reconocidos empresarios en el aire con el fin de interactuar y debatir sobre cómo resolver los grandes problemas que enfrenta la humanidad.

Te puedo nombrar otro tipo de eventos, aunque no es el objetivo de este libro, pero por ejemplo, con el apogeo de la economía colaborativa y del emprendimiento, vemos empresas como blablacar, que sin ser explicito, se ha fomentado la creación de redes de contacto, en virtud del servicio y el formato ofrecido, que además tiene un punto importante a destacar, que es la evaluación a la que se le da nombre de comentario o reseña, los famosos *"reviews"* que van posicionando a quienes participan, como cliente o usuario y

como prestador del servicio. Al final se hace necesario tener buenas prácticas, debido a que esto influye en nuestra huella digital, es decir, en tu marca personal como usuario o como prestador de servicio.

Me atrevo a tocar tópicos un poco más atrevido y disruptivo, mencionando la excelente propuesta de hoteles como Room Mate, que a mí particularmente me ha cautivado como modelo de negocio innovador y rompedor, ha logrado posicionarse en su nicho, rompiendo esquemas y triunfando gracias a la necesidad de compartir y vivir experiencias únicas que tienen sus clientes potenciales. Otro ejemplo de eventos fuera de contexto que se prestan para el *networking* son las propuestas de centenares de *start-ups,* como ejemplo cito a Milingual, que ha reunido a diferentes actores en el aprendizaje de idiomas fuera de las aulas, en bares, restaurantes, teatros, mercados, una forma ideal de hacer *networking* y aprender idiomas.

Ahora que contamos con toda esta información sobre el *networking* te invito a tomar una actitud más abierta con sonrisa en el rostro, puedes comenzar por tu entorno habitual, observando más y estando dispuesto a escuchar a quienes te encuentres. No cabe duda que las ocasiones de hacer *networking* son múltiples y en todos los dominios que nos podamos imaginar, la clave es estar atentos a las actividades que se pasan en nuestro entorno habitual. En fin, es hacer *networking* por afinidad y no por necesidad, enfocados en nuestros intereses reales y personales.

El *networking* por afinidad, también conocido como *"affinity network"* es término que está en tendencia gracias a una cantidad de aplicaciones y plataformas que buscan entrar con sus propuestas tecnológicas en este nicho de mercado, como es el caso de bebee.

com y MoCity con sus matices respectivos y con una importante diferencia en relación a linkedIn.

a. Haciendo deporte y cerrando negocios

A través de generaciones los *businessmen* han hecho negocios y creado entornos en el *green*, en los campos de glof y en otra cantidad de actividades deportivas y no deportivas que se prestan para ello. Hace un año se puso de moda en "*Sweatnetworking*" una tendencia que ya no pertenece sólo a las élites y altos ejecutivos, que ha llegado gracias al interés de las personas por las actividades al aire libre, la comida *slow*, las carreras y maratones. Personas que prefieren hacer deporte, en lugar de ir a tomarse unas copas en el *afterwork* del club de negocios.

"Sweatnetworking o Sweatworking" que proviene del inglés y la combinación "*sweat*" que significa sudor y de *networking* como la acción de crear una red de contactos, en principio, se refiere a la acción de reunirse con clientes potenciales o colegas en un entorno deportivo con el fin de conectar en forma de camaradería en un ambiente apto para que fluya la creatividad y el intercambio de ideas y que dicha actividad no requiera de mucho esfuerzo y concentración. Es decir actividades como correr o jugar al golf en las que se pueda mantener una conversación fluida y permita reflexionar a la hora de tomar una decisión.

Hay cada vez más clubes deportivos y gimnasios en las grandes ciudades que ofrecen sesiones de *networking*. Hay empresas que están aplicando este tipo de actividades en sus procesos de reclutamiento y captación de talento, así como muchas otras están saliendo de los muros de las grandes corporaciones para una entrevista con sus posibles candidatos, incluso bebiendo un café o jugando ajedrez.

b. Encuentros de Alumni:

La mayoría de las grandes escuelas y universidades cuentan con plataformas Alumni y ofrecen actividades súper interesantes y de las cuales tendremos hasta la oportunidad de refrescar conocimientos. Esta es una de las actividades que más disfruto ya que usualmente son charlas, ponencias y *masterclass* de actualización de tendencias y nuevas perspectiva o aplicaciones en nuestro sector. Esta es una actividad que hago por lo menos dos veces al mes, ya que como alumni aprovecho algunas clases magistrales para actualizarme o aprender de algo novedoso, encontrando viejas y nuevas caras.

c. Eventos, charlas y ponencias:

Estas instituciones educativas también organizan presentaciones, eventos, charlas y ponencias para otro público que no son solo los egresados, sino en colaboración con otras empresas e instituciones. Altamente recomendables, en su mayoría abiertos al público, no desestimes seguir la agenda de eventos de las grandes escuelas, universidades y otras instituciones. Por mi parte los eventos que me interesan son aquellos del ecosistema emprendedor.

d. Ferias y Exposiciones:

Además de emprendedora soy muy curiosa y trato de asistir a eventos de diferentes sectores, lo que me permite descubrir puntos de vista diversos, seguir tendencias e inspirarme. Los hay de todo tipo, en cuanto sale alguno interesante, me apunto, ya que esto me permite actualizarme en relación al mercado, ver como se mueve y hacia dónde apunta.

e. Cámaras de Comercio, gremios y asociaciones:

Cada una de ellas con su particular estilo, organizan y ofrecen a sus miembros y al público en general, eventos realizados con el objetivo de hacer *networking*, usualmente en torno a algún tema de interés, dependiendo del tipo de cámara de comercio a la que se asista. Yo recomiendo asistir a eventos de cámaras binacionales, dónde se gestan oportunidades interesantes, conoces gente de muchas latitudes y siempre tienes la posibilidad de aportar valor e intercambiar.

f. Parques tecnológicos, Valleys, Business Center, Coworking y Clubes para negocios y emprendimiento:

He tenido la oportunidad de conocer, trabajar y disfrutar de algunos exclusivamente diseñados, tanto en forma como en esencia, para la vida empresarial y emprendedora, cada uno en su estilo aportan un ambiente ideal para la creación de entornos y relaciones sostenibles en el tiempo. Sólo beneficios, derivados de grupos, reuniones, intereses y sobre todo apoyo mutuo y colaboración.

g. Cursos, Talleres y Workshops:

Esta es una de mis actividades preferidas porque las hago de forma presencial, ya que siempre se conoce gente *cool* y además lo hacemos aprendiendo algo que nos interesa o nos sirve para llevar a cabo nuestro proyecto. La ventaja de los cursos y talleres es que gran parte son dictados por *influencers*. Muchas de estas personas son quienes usualmente organizan e imparten esos cursos, expertos del sector, gracias a su talento, su trabajo y su marca personal. Aprenderás de los *cracks* y con los *cracks*, yo disfruto mucho de la formación presencial, recuerda el poder que tiene la presencia.

h. Eventos sociales y culturales:

Inauguraciones de toda índole, desde galerías, museos, presentación de algún escritor o científico. Las hay sobre tecnología, sobre educación, periodismo, librerías, encuentros diplomáticos, eventos sociales, catas de vino, chocolates, quesos, aceites, encuentros artísticos, exhibiciones en espacios distendidos, presentaciones de libros, etc. En ellos, además tienes la oportunidad de encontrar personas simpáticas a los que puedes sorprender con tu idea o proyecto, simplemente por atreverte a contarlo a otra audiencia diferente, es decir, que sales de tu entorno habitual y natural y te encuentras, hasta con la posibilidad, de conocer periodistas y celebridades.

i. Formación presencial

Privilegiar la formación presencial es una de las cosas que yo hago y que además recomiendo a emprendedores, inmigrantes y personas en general. No estoy en contra de la formación *OnLine* o a distancia, pero la verdad como siempre he tenido mi estrategia o mis estrategias en diferentes oportunidades, según las diferentes acciones y objetivos; una de las pautas que sigo para seleccionar cualquier tipo de formación que pretenda hacer, es que sea presencial. Pienso que no tengo que explayarme mucho en este tema, por ser tan evidente, sobre todo cuando tenemos un proyecto, buscamos empleo y más aun cuando estamos emprendiendo en el extranjero.

Es una recomendación que además viene reforzada por algunos estudios recientes de la neurociencia y el cerebro, la importancia del contacto humano, en el aprendizaje y arrojan resultados interesantes, confirmando que el ser humano no aprende sin el contacto humano, lo que les lleva a proyectar que la figura del maestro y el médico no desaparecerán, pero si se convertirán en guías, en ese contacto

personal que te escucha y te orienta, como lo saben hacer los mejores compañeros de camino, gracias a ese intercambio de experiencias que nos permites aprender y proyectarnos.

j. El voluntariado y hablar con extraños:

Intencionalmente he agrupado estas dos y las he dejado de último en la lista por que justamente hay varios personajes a los que les he escuchado esto. Una de ellas es Jacqueline Whitmore, colaboradora y articulista en www.entrepreneur.com, autora, experta en *Business Etiquette* y fundadora de The Protocol School of Palm Beach, quien recomienda entre decenas de opciones para hacer *networking*, el voluntariado. Aquí resalto algo que ella aplica a la perfección, hablar con extraños, cada vez que se le presenta la oportunidad. Lo mismo escuché de Robin Sharma, autor de varios libros, entre ellos "El monje que vendió su Ferrari" y "¿Quién se ha llevado mi queso" hace unos años en un *workshop* que pude participar sobre liderazgo; dónde también hizo referencia al voluntariado y hablar con extraños ya que esto nos permite conocer personas y aprender cosas inimaginables.

7.- Recomendaciones para seleccionar espacios o plataformas

Sea cual sea tu selección, será necesario integrar algunas cosas

básicas, recuerda que los pequeños detalles hacen la diferencia. Al igual que para la estrategia de Marca Personal y nuestra estrategia de Gestión de Entornos, será mucho más efectivo si tenemos nuestros objetivos bien definidos. Comparto algunas claves que te permitirán comenzar este camino mientras vas diseñando o rediseñando tus estrategias tanto de *personal branding* como de *networking*.

Lo que sugiero es que no caigamos en la trampa de ir a un solo tipo de eventos y mal gastar tiempo y energía. Cuando estamos en ambientes agradables, dónde se tocan temas que conocemos y nos apasionan tenemos la oportunidad de brillar y de aportar valor a ese entorno.

En la siguiente lista encontrarás cosas muy evidentes y básicas pero que nadie aplica, encontrarás algunos que ni te imaginabas, otros que son muy a mi estilo, tal cual soy, es decir, centradamente dispersa, marcadamente directa y encantadoramente borde (antipática), aunque yo estoy convencida de que soy extremadamente inocente, de una candidez tan ingenua que se percibe de forma errada jajajajaja. Volviendo al tema que me compete, aquí voy. Déjate Sorprender!

1. **Hacer** una lista de nuestras motivaciones, pasiones y hobbies independientemente del objetivo. ¿Sabías que la diversidad puede generar grandes satisfacciones? Pues sí, imagínate si además nos permitimos departir y compartir en diferentes audiencias, esto lo dotará de un matiz especial y único, como nosotros mismos.

2 **Identificar** nuestras expectativas, esto nos ayudará a descartar eventos y actividades que no nos beneficien y dónde realmente no nos sintamos a gusto. La idea no es forzarte a asistir a todos los eventos. En mi caso por ejemplo, solo voy a eventos que me gusten, en los que pueda disfrutar del tema y de la gente, aquellos que me hagan sentir cómoda y que me permitan conocer gente interesante, a mí como persona y que sean de utilidad para mi vida profesional.

3 **Como ya contamos** con nuestra estrategia personal y tenemos en ella la opción de hacer *networking*, encontraremos más fácilmente las redes y espacios a las que deseemos acercarnos para interactuar, según nuestro grado de entusiasmo y apertura a movernos en entornos diferentes.

4 **Buscar espacios,** eventos y plataformas de *networking* en torno a esa lista que hemos hecho anteriormente, si te apasionan las finanzas seguramente encuentres conferencias y ponencias dónde se actualicen estos temas y en los que logres conectar con gente del sector. Igualmente si te gusta el arte o la literatura, son miles los eventos a los que podemos asistir y compartir entorno a estos temas. Evitemos acudir a los mismos espacios, asistiendo a eventos que no solo sean el de nuestro sector o el de nuestro proyecto.

5 **Agendar** como mínimo un evento o actividad social por semana, más allá de los eventos familiares y encuentros con nuestros amigos para ver el *football*. Se trata de ponernos como regla inquebrantable, asistir a eventos constantemente, estar activo en la vida terrenal, en el mundo *off line,* lo que

equivale a estar activo en las redes sociales, es indiscutible que esto aumenta y fortalece tu red.

6 **Estar abiertos**, ser flexibles y agradables con las personas que nos encontremos. En alguna parte del libro he colocado la frase "La Sonrisa y el contacto visual, inspiran confianza y respeto mutuo" y seguramente la leerás otras cuantas veces. Cuando hablo de contacto visual, me refiero a ver con todos los sentidos, incluso con el sexto sentido, ver con la vista, ver con el olfato, ver con el gusto, ver con el oído, ver con el tacto, ahhh y sonreír con el corazón.

7 **Sobre tutear**, no hay más que saber y asumir, dónde estamos, quienes somos y tomar la decisión de tutear o no. Elena Valor, profesional del protocolo y las relaciones públicas hace referencia a este tema:

> *"En el ámbito empresarial cada vez es más frecuente el tuteo, el tú acerca, rompe barreras, hace iguales. Hablar de usted puede significar poner una distancia no siempre conveniente o, lo que es peor, cargar a la otra persona de una solemnidad que casi siempre va a asociada a la edad"*

.

Por mi parte, creo que puedes tutear a alguien sin faltar el respeto y siendo muy profesional, recuerda mi frase del punto anterior, sobre la sonrisa y el contacto visual. La idea es conectar como seres humanos siendo nosotros.

8 **Saber** cuáles son nuestras virtudes y debilidades, junto con

el punto que sigue sobre el discurso, ya que estaremos en un ambiente abierto y somos nuestro propio producto. Nosotros somos la marca o la cara que se ve primeramente, pero no podemos negar que dentro hay contenido, ese contenido que seremos capaz de transmitir para develar información concreta sin caer en el autobombo, tan desatestado y mal gastado por vendedores de puerta fría.

9 **La timidez** la dejamos en casa, en un principio, sobre todo cuando no forma parte de tu día a día, se te puede hacer cuesta arriba, en casos extremos puedes optar por decirle a un amigo que te acompañe, esto tiene ventajas y desventajas. Se trata de práctica y entrenamiento, con el tiempo ya podrás dominarlo, no te garantizo que puedas eliminarlo por completo, somos seres humanos. En encuentros con grades expertos de *networking*, relaciones públicas, diplomáticos y famosos que confiesan que aun pasan por esos momentos de incomodidad, es una condición natural y emocional. Así que no temas, ya que en el resto de la sala hay muchos que están pasando por lo mismo, atrévete a dar el primer paso, ellos te lo agradecerán.

10 **Tener preparado tu discurso con mensaje claro y efectivo** ¿Quiénes somos y qué hacemos? A medida que avancemos y asistamos a eventos obtendremos *feedback*, ya verás cómo le vas sacando brillo a ese discurso, la práctica es muy importante. Tener preparado el discurso no significa que ataques a la primera, es necesario generar confianza, sobre todo escuchar, ya llegará la oportunidad de hablar de ti. Es recomendable hacerse preguntas precisas, como por ejemplo: ¿Qué busco en este evento, información, una entrevista, una cita para proponer mi producto o servicio, una recomendación, busco conocer gente que pueda (…), busco un socio, busco

un inversor? De esta forma, nuestro discurso estará enfocado en ese objetivo y lo podremos transmitir correctamente. Tendremos, además la posibilidad de hacer un filtro, a medida que vamos conociendo a nuestros interlocutores. Y recuerda no pasar los límites ni las recomendaciones del punto 6.

11 **Tarjetas de visita o tarjetas de presentación** en buen estado y recuerda es mejor que sobren a que falten. Esto es muy importante y no hay *app*, ni tecnología que sustituya este ritual tan valioso, por lo menos que genere el poderoso efecto de una tarjeta entregada por ti mismo. Por otra parte hay momentos para entregar las tarjetas, yo por ejemplo con tantos años de experiencia me he dado cuenta que el momento perfecto para entregar una tarjeta lo dicta el estilo de evento al que vamos y dependerá de cada persona que encontremos y la conversación que tengamos.

Me explico, me ha pasado toparme con eventos en los que he tenido que acercarme a la persona que me interesa conectar, y es que resulta que es el ponente de la charla, además un tío muy influyente y justo cuando he llegado está solo, en ese momento me acerco y me presento, disculpándome por el atrevimiento, con mucha seguridad, sonrisa en el rostro y tarjeta en mano. En estos casos también he evaluado diferentes opciones, ahora lo hago de forma automática, analizo el tiempo y la disponibilidad que tendré al finalizar, ya que usualmente estarán agobiados con organizadores, prensa u otros personajes como yo. En otros casos es recomendable tomarnos un tiempo antes de entregar la tarjeta, así evitamos pasar por un vendedor o el autobombo.

12 **Tomar en cuenta** que la gente más influyente se mueve en otros niveles, con otras formas de ser y hacer, son personas que aprecian mucho el valor del tiempo. Si por ejemplo, sabes que al evento que vas, estará el Rey, que sepas que sí, que es una gran oportunidad, pero su tiempo es valioso y aun más el tuyo, por lo cual estar en una esquina esperando la oportunidad de hacerte un *selfie* con el Rey, hará que pierdas tus mejores oportunidades de interactuar con otras personas, recuerda, esta es una acción de marketing, es necesario generar un impacto de calidad al mayor número de personas que podamos.

13 **Aporta valor** sin esperar nada a cambio, dar por el placer de dar, y esta es una ley universal, ofrecer, en lugar de pedir, "la generosidad real" mueve montañas. Aquí es muy importante que hayas hecho tu estrategia de Marca Personal, ya que al hacerla sabrás perfectamente ese valor que aportas al mundo OJO porque en definitiva, es más valioso que lo que le pides al mundo.

14 **Saber escuchar y saber hablar:** Saber escuchar es un Don, se trata de honrarte a ti, permitiendo que el otro se exprese. Es darte el permiso de saber quién es esa persona que tienes al frente. "Es más efectivo saber escuchar que dejar hablar", no es lo mismo y si lo hacemos con placer y agradecidos, habrás creado un impacto mágico en tu interlocutor y la relación comenzará con buen pie. Te confieso que a mí, me ha costado un montón, pero lo estoy integrando y he logrado cosas maravillosas.

15 **Estar preparado** para estrechar la mano con seguridad y

confianza, este es un tema tan delicado que a especialistas en lenguaje corporal, protocolo, relaciones públicas, a mí como estratega de Gestión de Entornos y hasta a expertos en Recursos Humanos; aun nos sorprende la cantidad de gente que no saber dar buen apretón de mano. El lenguaje corporal y nuestros primeros pasos al momento de conocer y acercarnos a otras personas es de gran valía.

Estoy segura que personajes como por ejemplo, la Reina de Inglaterra, tendrá algo que comentarnos al respecto. Y ya que nombro a la Reina, subrayo la necesidad de saber dar la mano y estar preparado para saber darla, en caso de que se nos presente la mismísima Reina. La vida da muchas vueltas y siempre será posible que nos encontremos con personajes famosos hasta en el metro y esto te lo digo porque a mí me ha pasado, todavía no con la Reina de Inglaterra, pero si con otras personalidades.

16 **Ser agradecidos**, sobre todo al ser presentado a alguien o al recibir apoyo de otros. La gratitud genera un impacto positivo en el otro, no somos conscientes, pero en caso de no hacerlo, el ego salta para recordarle al otro que no nos ha dado las gracias. Esta gratitud debe ser sincera y real, debe salir de forma espontánea, mientras menos forzada mejor. Agradecer porque nos han tomado en cuenta, que han invertido su tiempo y energía en ese acto maravilloso de conectarnos con quienes ellos consideran conveniente (según lo que nosotros vamos transmitiendo). En fin, agradecerles, dado que nuestra marca personal está funcionando, estas dejando una huella y este es el resultado. Ser agradecidos les confirmará que están ayudándonos y es una necesidad que tenemos los seres

humanos, lo que nos lleva a enaltecer esta relación.

17 **No imponernos**, ni obligar a los demás a escucharnos o compartir, todos somos diferentes y tenemos gustos muy variados. Hay personas que tienen muy definido sus objetivos, otras que emocional e inconscientemente les recordamos a alguien desagradable. Nos podemos encontrar con otros, que simplemente no soportan nuestra formar de vestir. A mí por ejemplo, hay tonos de voz que no soporto e inconscientemente paso de esas personas, en muchos casos, hago un esfuerzo pero eso no es recomendable, aunque la sociedad lo imponga como políticamente correcto. Si alguien pasa de ti, no lo tomes mal, sigue tu camino, sin prejuicios y sin quejas, ya verás como el evento o el universo de forma mágica, te pone a las personas adecuadas al frente para triunfar.

18 **Centrarnos en la calidad y no en la cantidad**, es preferible conectar de forma honesta y real con 10 personas y no pasar por el repartidor de *flayer* el *"Big Dater"* que pide tarjetas para su colección, lo que da como resultado, un desastroso seguimiento porque no recordaremos ni sus caras, ni sus actividades o los servicios que ofrecen, además resta puntos y obtendremos una pésima reputación en esa etapa crucial que es la de la primera impresión.

19 **Al presentarno**s y tener la oportunidad de hablar de nosotros mismos, o cuando presentamos o introducimos a otras personas; mi recomendación es que hagamos introducciones interesantes, presentaciones diferentes, en ambos casos es una forma de entrar en confianza y romper el hielo.

20 **Para romper el hielo** podemos hacerlo con temas banales y no tan profesionales, que reine el buen humor y la genialidad, siempre se agradece la gente que nos hace sonreír, además de que nos deja una marca, un recuerdo agradable.

21 **Hacer una revisión visual del espacio**, esto nos ayuda a ubicarnos en el espacio/tiempo, nos permite visualizar, nodos y grupos, donde se sitúan esas personas que nos interesa abordar, que tan accesibles son los personajes influyentes y hasta las posibles opciones de retirada discreta, esta última a mí se me da muy bien sobre todo si se trata de mi *"family fools and friends"* jajaja para nada recomendable en un ambiente profesional.

22 **Recuerda la regla de la triple GGG** para presentar e introducir a diferentes personas, esto lo detallo en el capítulo VI, y de la de igual manera es importante presentar al resto del grupo con las personas que se acercan.

23 **Al presentar a alguien recuerda** hacer una descripción de quién es y que hace, de forma que se genere una conversación siendo tú el moderador, lo que permite que todos se sientan cómodos y puedan expresarse, los halagos siempre funcionan.

24 **Tenemos que ser remarcables**, inolvidables y esto solo se logra actuando con naturalidad, es necesario ser auténticos, genuinos, ser nosotros mismos, seguros, agradables, dóciles, y sobre todo estar a la escucha, ya tendremos tiempo de hablar

de nosotros, saber escuchar es un don. Y esto te lo digo con propiedad, no porque saber escuchar sea uno de mis atributos, sino porque para mí ha sido un verdadero desafío, aun me queda mucho que recorrer con este tema pero te garantizo que funciona y es maravilloso aplicarlo.

25 **Encontraremos gente a la que no le hacemos la más mínima gracia**, es decir, habrán personas que no te harán caso, que pasan de ti, no tenemos por qué caerle bien a todos, no pasa nada, hay para todos los gustos y estas cosas pueden pasar. Perdona si te parece que ya lo he dicho, pero es adrede, puesto que es uno de los aspectos por los cuales centenares de personas dejan de hacer estas actividades. No es en tu contra ¿Vale? es cosa de ellos, te recomiendo que lo aceptes, ya que de presentarse una situación así, no te afectará de forma negativa y seguirás tú camino al éxito. Ahhh y otra cosa, esto es cuestión entrenamiento y entonación, a medida que participemos en diferentes eventos y descubramos las formas de ser y hacer, las mejores prácticas, eso que de verdad nos funciona; nos iremos colmando de confianza y estaremos en sintonía con lo que realmente nos importa, enfocados en el logro de nuestros objetivos previstos, y entonces, en este momento, desaparecerán los pesados que nos ignoran.

26 **Importante alejarse del "Ayyy pobre de mí"** no caer la lista del pequeño pero turbador porcentaje de personas también conocidos como "Nube Gris", la gente huye de la gente que se queja y de las víctimas, sólo los verdugos se quedan al lado de las víctimas. La gente que encontramos en el día a día, no está al tanto de saber sobre tus desdichas. Cuando huyen y desaparecen no es en tu contra, es gracias a que saben la clase

de personas a las que les gustaría tener a su lado.

Dejemos entrar la luz a nuestra vida personal y emprendedora, ser positivo, saber que hay nuevas posibilidades y nuevas perspectivas pero que depende de nosotros mismos, ACTITUD, para eso vamos de *networking*. Evitemos también los cuentos y noticias desagradables, esto es de muy mal gusto. Y te digo un secreto, no eres el único que tiene problemas, todos los tenemos, así que fuera el drama. Cuando las personas se sienten bien con lo que hay a su alrededor, tendrán una excelente impresión de ti, entonces intentemos crear el mejor ambiente.

27 **De ser posible, tener preparado algún tema neutro** para iniciar una conversación en caso de emergencia, en momentos de silencio o de tensión por comentarios y temas poco prudentes que puedan salir a relucir, esta será la carta bajo la manga y ten por seguro, que al salir del evento te lo agradecerán.

28 **Terminar** las conversaciones con agradecimiento y despedirnos siempre dando las gracias con contacto visual, esto es una de las cosas más valiosas y económicas que tenemos a mano.

29 **Permitirnos disfrutar** de cada momento, de cada encuentro, de forma relajada para que podamos conectar con nuestros interlocutores de forma genuina.

30 **Conviértete en el Invitado Perfecto**, a lo largo del libro encuentras consejos claves, herramientas, secretos de maestros y los míos también. Se trata de ser el invitado ideal, convertirte en esa persona irresistible, al que todo el mundo quiere invitar y si por casualidad eres de los que organiza eventos, entonces conviértete en el anfitrión perfecto. Usualmente no son los más populares, son esas personas con las que siempre da gusto encontrarse. Un anfitrión perfecto, siempre estará rodeado de invitados perfectos y viceversa.

CAPÍTULO V

GESTIÓN DE CONTACTOS

1.- La Importancia de la Gestión de Contactos

Luego de desarrollar nuestra estrategia y comenzar a crear nuestra **red de contactos** es indispensable gestionarla, lo que para mí es una agradable experiencia y si consigues hacerlo de forma recurrente y simple, alcanzarás a convertirlo en un Estilo de Vida. ¿Por qué es necesario el mantenimiento y gestión de esas personas que vas incluyendo en tu red? En primer lugar porque el tiempo vale oro. En segundo lugar porque la mente puede obviar algunas caras y personajes y jugar en nuestra contra, por tanto es necesario aplicar técnicas, que nos permiten identificar a las personas que hemos conocido, así fijaremos en nuestra memoria, sus caras, nombre y algún dato más, lo que nos autoriza, ahora sí, a presentarnos formalmente para que tenga un impacto con nuestros perfiles y nuestro trabajo.

A este nivel de la lectura ya sabemos que el *networking* es una actividad que se realiza de forma activa, en cada una de sus etapas,

no sirve de mucho, al menos que sea parte de tu estrategia, ir de evento en evento y recolectar tarjetas y luego dejar de hacer el seguimiento respectivo, *(Big Dater Style)*. La verdad, es que en la vida cualquier cosa puede pasar y pensándolo bien, esto puede ser un objetivo, si lo único que buscamos es distracción. Ahora bien, como yo soy una *"Hacker del Networking",* que es algo así como, una bruja vidente que se las sabe todas, asumo que si estás leyendo el libro, lo mínimo que te interesa es desarrollar una sólida red de contactos, por ello hago énfasis en lo siguiente.

Te recuerdo que el *networking* es una actividad, un trabajo, una acción continua que no termina al salir del evento. Una de las partes más interesantes es su mantenimiento, alimentar a esta red y esto se traduce un una gestión óptima de contactos, que además será necesario hacer de forma ágil y majestuosa. Esto involucra compromiso, seriedad, honestidad, mucho tiempo y paciencia, no se queda en el evento, es necesario estar activos al mejor estilo Business & Social Behavior para poder triunfar.

UN BUEN CREADOR DE ENTORNOS, SABE QUE LA ASTUCIA, EN LA GESTIÓN DE CONTACTOS, LE PERMITIRÁ EXPANDIR SU RED

Esta parte tan importante del *networking*, para que puedas visualizarla mejor y para, yo poder trabajar con mis aliados, la divido en dos tiempos debido a que tienen dos objetivos medianamente diferentes. La Gestión de Contactos en el corto plazo y otra a largo plazo, por lo que es importante concebirlo como parte de la estrategia. Si

asumimos, que estamos en busca de instaurar relaciones duraderas, entonces, estos dos tiempos son complementarios, de tal forma que tengan un real y verdadero impacto, lo que nos llevara a dejar huella, gracias a una conexión efectiva y eficiente.

Algunas personas a quienes he hecho algún acompañamiento y hemos creado juntos sus estrategias, se incomodan cuando les comento que ambas acciones son incluyentes y están integradas, puesto que no ven el interés en mantener relaciones a largo plazo. Realmente estas son las relaciones que más nos favorecen y nos benefician, por no decir, que son las únicas. Esto es así, como cada una de las cosas que hacemos en la vida, es un compromiso, por ello se hace indispensable integrarlo como Estilo de Vida. Cuando integramos estas actividades, las transformamos en nuestros hábitos y rutinas, lo podemos convertir hacer de forma automática y por consiguiente deja de ser un trabajo para convertirse en una actividad placentera de gran potencial.

La vida da mucha vueltas y por más organizados y visionarios que seamos, no tenemos ni idea de lo que pueda pasar en 3 o 5 años, lo que carga de sentido nuestro cometido. Por el contrario, si eres del tipo de personas, que no abundan, pero existen, que tienen bien definidos sus objetivos y saben dónde estarán y que obtendrán en 5 o 10 años, entonces la gestión de contactos, seguramente ya sea parte de tus hábitos.

La Gestión de Contactos debe comenzar al surgir un primer encuentro, intercambio de ideas o tarjetas, junto a una conversación en un ambiente distendido, de tal manera que se vea reforzado con la etapa de seguimiento en el corto plazo, para que luego, la gestión

de ese contacto a lo largo del tiempo, convierta a estas personas en nuestros aliados, socios, clientes, usuarios o prescriptores. Lo mínimo que puede pasar en el corto plazo es que comience una amistad de esas valiosas que a veces nos remite la vida.

Urge, apremia e impera que actuemos desde ya, es necesario que cambiemos nuestros conceptos y saber que nos encontraremos, no solo con contactos o conocidos. Debido a esto, será necesario convertirlos en aliados con los que podamos contar para un futuro proyecto, para el lanzamiento oficial de nuestra *start-up*, en alguien que nos recomiende, que nos conecte con algún colaborador o proveedor y hasta para que seamos nosotros quienes le podamos aportar algo en algún otro negocio o proyecto que pueda surgir de su parte en un futuro.

2.- Gestión de Contactos en el Corto Plazo – Inmediato:

Me refiero a esas personas que encontraste en algún evento, reunión, cóctel, importante no dejar pasar mucho tiempo, ya que la información debe estar fresca. Esto con el fin específico de conseguir que estos contactos puedan recordar nuestra cara, la conversación amena del el día anterior, para que tengan nuestra tarjeta de visita o

presentación a mano y de esta forma facilitar que nos incluyan en su agenda de contactos con alguna referencia.

Inmediato: ¿Por qué es tan importante hacerlo a las pocas horas o al día siguiente? Gracias a los avances de las neurociencias, estudios confirman que los seres humanos tenemos varios tipos de memoria, y justamente cuando hacemos *networking* se activa la memoria de trabajo, es como una memoria virtual, conocida como *"Working Memory"*.

Es una memoria afectada por la atención, es decir, que cuando no estamos en un ambiente ideal, en un entorno dónde no corremos peligro o que simplemente no es una actividad vital a nivel físico o social; la *"Working Memory"* es la memoria que se nos activa y al cabo de unas horas o días, esa información la perdemos. Lo que afecta principalmente a esta memoria es la "Atención", es decir, que si estamos en un evento, en el que conocemos a un número de personas y lo hacemos, según nuestro plan, nos disponemos a alcanzar algunos unos objetivos bajo ciertas pautas de ejecución, para así lograr ser remarcables; nuestra atención se dispersa y no está al 100% en ninguna de las conversaciones y encuentros que tenemos.

Esta es la razón científica por la cual expertos en PNL, del *networking*, coachs y tantos otros, nos recomiendan tomar notas. Es muy importante anotar, pero es que a veces ni siquiera esas notas nos dan la pista, porque esas notas que hemos tomado también están marcadas por la *"Working Memory"*. Quizá tu tengas la memoria perfecta, pero tu interlocutor seguramente haya estado en el evento con esta memoria virtual activada y eso, a ti no te conviene. Aquí una lista de sugerencias para comenzar de forma optima tu gestión de contactos:

● **Enviar un correo** introductorio, haciendo alguna referencia para ponernos en contexto, agradeciendo por la conversación e intercambio de ideas que han tenido en el evento o coctel del día anterior. Colocar un enlace a linkedIn o invitándole a compartir en esa red social información profesional o a tu blog, así como a tus perfiles en redes sociales.

● **Seguir a estas** personas en las redes sociales, sin esperar un *fallow*, simplemente sigue y ya veremos, es una forma de invitarles a descubrir nuestros perfiles y toda esa información que compartimos. Es una manera profesional de decir. ¡Bienvenido!

● **Hacer**, si es posible una mención en las redes sociales, hoy en día la gente está muy abierta a tomarse fotos y que al llegar a la oficina al día siguiente, se encuentre con una mención en twitter, instagram o fecebook. No tiene por qué ser invasivo, hay formas y maneras muy elegantes de hacer cumplidos profesionales. ¡Que no falten los cumplidos y agradecimientos!

Notas:

* **Tus perfiles en redes sociales** deben ser coherente con tu personalidad y tu andar en la vida terrenal. Los perfiles cerrados y blindados generan desconfianza, me da igual si lo haces por privacidad o por seguridad, NO ERES VISIBLE, es decir, tienes mucho que esconder, lo que se traduce en una persona con la cual no podemos interactuar y eso genera desconfianza. No me interesa caer en el tema de la privacidad

porque es relativa, en el mundo actual si quieres crearte una red de contactos debes estar disponible y visible. Si por el contrario el no tener presencia en las redes, forma parte de tu estrategia, te comento que será necesario estar muy activo en la vida *Off Line*.

*** Sólo los "influencers"** se pueden dar el lujo de no seguir a esas personas a las que han estrechado la mano, muchos se toman un tiempo, por ello la importancia de saber estar activo y hacerte visible. Además la mayoría llevan años en estas redes y son *influenecers* porque han hecho su trabajo a lo largo de los años. Así que nosotros no somos personajes influyentes aun. Me permito recordarte, lo que he resaltado en el capítulo II sobre las leyes universales que se activan en el *networking* y en la vida en general; pues sí, nos toca dar el primer paso, sin esperar nada a cambio, pero sabiendo que si estas activo y tienes tu estrategia de marca personal, esto es parte de esa labor de hormiguita, así que ni lo pienses, GO! Alguien tiene que dar el primer paso, y ese eres tú.

*** Tener en cuenta la plataforma o vía de comunicación** que tienen cada uno de los contactos de tu red. Simplemente cada persona tiene preferencias para comunicarse. Hay personas que se comunican directo por las redes sociales y nunca contestan un correo, o en mi caso, por ejemplo, que prefiero la comunicación escrita, a una llamada telefónica, me cuesta un montón hablar por teléfono, a la gente no le gusta lo parca que soy al hablar por teléfono, así que desde hace mucho años decidí, no hacerlo vía telefónica y de hecho, suelo no contestar llamadas telefónicas de números que no tengo registrados en mi teléfono.

Antes de pasar al siguiente punto te sugiero seguir a Pedro Rojas @seniormanager un crack del mundo digital, pero que al encontrar en la vida terrenal, sella de forma autentica y natural estos encuentros con sus valiosos aportes, su presencia y sentido del humor; un claro ejemplo de coherencia *On & Off* en Marca Personal. Recomiendo especialmente los cursos que ofrece a personas para mejorar su posicionamiento y visibilidad en la búsqueda de empleo, altamente recomendados a emprendedores y profesionales en general ya que sus consejos son un *must* en la ejecución de nuestro *personal branding*.

3.- Gestión de Contactos en el mediano y largo plazo

En esta segunda etapa de la Gestión de Contactos tendrás la oportunidad de identificar y clasificar a tus contactos según su sector e intereses. Estarás en la capacidad de saber cómo y cuándo te pueden ayudar, podrás saber la forma más apropiada de interactuar con ellos, según sus perfiles, sus intereses y los tuyos y hasta podrás depurar tu base de datos.

Esta es una de las tareas más importantes, suponemos que ya en el primer contacto tienes idea de las actividades e intereses de esos nuevos contactos, si son *influencers* o no, ya sabrás por lo menos, el sector o empresa donde trabaja y su estilo también, ya tienes un sinfín de información profesional y de intereses, esto te permite entrar al juego, así que manos a la obra. Aquí una guía de esas acciones que tenemos que hacer:

- **Poner en práctica** todos los puntos de la Gestión de Contactos en el Corto Plazo (punto anterior), es incluyente y debe obligatoriamente integrarse.

- **Hacer mención** de esos contactos en las redes sociales, cada cierto tiempo, esto demuestra interés y respeto por sus aportes, les estamos transmitiendo interés.

- **Generar una conversación** con ellos en algún post, compartiendo contenido con tus contactos. Interactuar de forma esporádica es una forma de recordarles que existes y que además los lees

- **Darle Like o RT** a algunas de sus publicaciones (OJO, algunas).

- **Un correo para saludarle** o felicitarle por algún logro o publicación o simplemente enviarle alguna noticia de su interés.

- **Citar y agradecer** a tus contactos regularmente en tus artículos o escribir sobre su trabajo y sus aportes.

- **Crear grupos o participar** en los grupos que ellos han creado, como ejemplo te recomiendo seguir a Alex López experto en linkedIn que maneja tres grandes grupos absolutamente profesionales y podrás aprender de él un sinfín de trucos para posicionarte y ser influyente.

- **Invitar a estos contactos** a eventos profesionales donde tu participas, como esa oportunidad de re encontrarse e intercambiar intereses, esto nos permite desvirtualizar la relación y se agradece un montón.

- **Quedar con tus contactos** para un desayuno, café o unas copas, siempre se agradece, hay personas que lo hacen muy bien y esto nos permite sellar la relación.

- **Introducir y presentar** a tus contactos con aquellos que creas pertinente. Te sugiero leer con cuidado la regla GGG (Good Project – Good Person – Good Timing) de la que hablo en el siguiente capítulo.

- **Organizar encuentros** esporádicos en pequeños grupos, por ejemplo: intercambios virtuales o presenciales con grupos de Master Minds, ecoemprendedores, RRPP, Marketing Digital, E-commerce, Consumo Responsable, etc.

- **Asistir a las charlas** de tus contactos, aniversarios, fiestas, presentaciones, hay muchísimos encuentros profesionales y sociales en los que puedes hacer *networking*, siempre podrás encontrarte a personas que haz conocido en otro lugar, en empresas o instituciones de otros sectores o eventos hechos con este fin que organizan terceros. Son una excelente opción cuando comienzas con este proceso ya que te pueden dar algunas técnicas y tips.

Notas:

*** En ambos casos, el tiempo de la gestión de contactos**, al igual que en todo el proceso de *networking*, es recomendable conversar de forma apasionada, no hay nada peor que las conversaciones aburridas, tenemos que hacerlo con entusiasmo, pero sobre todo conversar sobre cosas trascendentes, conversaciones que estén cargadas de energía, incluso hasta de sorpresas.

A medida que pase el tiempo, estos nuevos contactos te seguirán, generarás conversación, harán lo mismo contigo, pero lo más importante es que se convertirán en aliados, de esos aliados de los que podamos presumir y que podamos mantener a lo largo del tiempo. Allí estarán y hablarán de ti gracias a la confianza y profesionalidad con que lo has hecho y que les has generado. Por último, recuerda siempre agradecer y resaltar las virtudes de tus contactos, a todos nos gustan que nos piropeen.

Si necesitas más detalles sobre este tema puedes sacarle el brillo y complementar con las publicaciones de dos autores con los que he tenido la oportunidad de conversar, te recomiendo sus libros, porque desmenuzan con profesionalidad la gestión de contactos. Uno de ellos es Félix López Capel un *networker* nato con su libro "Quiero ser emprendedor" y el otro libro es, "Abre Puertas" de Gonzalo Osés otro astuto conector.

CAPÍTULO VI

REGLA DE LA TRIPLE GGG

Para los lectores interesados en las relaciones públicas y *networking*, les explico una de las reglas que aplico para la creación de entornos, sobre todo cuando se trata de presentar a personas, introducir o conectar a emprendedores con clientes, con proveedores, con aliados con *influencers*, cosa que también podemos aplicar a la vida personal y profesional (*bizworking*).

1.- Good Project – Good Person – Good Timing

Personalmente esto de conectar a terceros se me da muy bien y me sale de forma natural, así como a un chef le sale un plato absolutamente exquisito con tres ingredientes, simplemente como una capacidad innata. Ahora bien, debo confesar que esto también lo hago con cierta perspicacia y delicadeza, son muchas las personas que creen que todo encaja o combina con todo y que si es mi amigo, también será amigo de toda la gente que yo conozco, y de la que medio conozco, ahhh y del otro también. No caigamos en esta trampa, porque al final los perjudicados seremos nosotros mismos

y no podemos permitirnos dañar nuestra reputación, con lo que nos ha costado crear una súper mega marca personal y una huella digital y terrenal.

LA IDEA ES NO HACER PERDER EL TIEMPO,
Y SI PODEMOS APALICAR LA REGLA DE LA TRIPLE GGG,
PUES MUCHO MEJOR

Pues no, y no, OJO con esto, por ello es tan importante este tema, si bien es cierto que hay conexiones naturales y que aproximadamente el 90% de las decisiones que tomamos los seres humanos se hacen a través de nuestro inconsciente, no deja de ser verdad que por alguna razón cósmica y nada casual nos encontramos con personas y creamos redes insospechadas de gran valor.

Pero la verdad es que existen intereses contrapuestos, hay personas que creen, si fulanito es emprendedor y menganita busca trabajo; nosotros asumimos que deben conocerse y además que sean socios, pues no! Es importante ser un poco astuto a la hora de conectar gente, es lo que pasa en algunos eventos de *networking* y no resulta nada efectivo, eso de andar conectando a todos con todos. De allí la importancia de generar confianza y crear una relación duradera, los referidos son importantes pero esto se hace con elegancia y estilo.

Como Estratega de Entornos, aclaro el tema, si eres de esos que como a mí, te gusta este rollo apasionante de las relaciones públicas, al mejor estilo ***Business & Social Behavior*** y más aún, de esos que saben

que es necesario crear un circulo de influencia y hablar, conocer, participar y ofrecer ayuda, no a todos se nos da bien, se requiere un mínimo de *Savoir Faire*. La cosa es que hay personas a las que es necesario ayudar, pero es importante tener claro algunas pautas para conectar ¿Vale? Y es tan simple como tener en cuenta estas tres cosas: La persona correcta, con el proyecto correcto en el momento indicado (buena persona, con buen proyecto, en el buen momento).

Lo más valioso de la regla de la triple **GGG** es la percepción que tienen estas personas a las que conectamos, sobre nosotros, es algo invisible, pero sabemos ¿quién es quién? ¿Que podrían necesitar? ¿Nos hemos tomado el tiempo de saber que ofrecen y quienes podrían ser sus clientes potenciales? Es cierto que esto nadie lo ve, es un trabajo que se realiza en la sombra, pero se transmite a la perfección y se percibe. Tú y yo sabemos que en la toma de decisiones, las emociones tienen mucha influencia y las leyes universales se activan para lo visible y lo invisible.

Muy clara y explícita, esta fórmula de la triple **GGG**, te invito a emplearla sobre todo en el terreno profesional. Luego el resto del trabajo se debe hacer con mucha delicadeza, además de ser cauteloso, a veces la gente no quiere que lo hagas o simplemente no te lo ha pedido, es importante respetar el territorio de cada persona o saber cuándo parar, es decir hacerlo hasta cierto punto del recorrido.

Aquí te dejo una frase que he escuchado varias veces a un personaje de esos que siempre te enseñan cosas interesantes, y dice algo así: *"Si alguien te pide que le acompañes un kilómetro, tú acompáñale tres, pero si te retrasa en tu camino, no le sigas acompañando".* Y si te interesa hacer seguimiento a personas para inspirarte, te sugiero que busques a Emilo Márquez en las redes, fundador de "Networking Activo" es uno de los referentes del marketing y el emprendimiento digital y destaca por su capacidad de conectar a start-ups, emprendedores y Business Angels tanto a nivel digital como a nivel real, aplicando a la perfección la regla de la triple **GGG**.

2.- Los referidos y El Marketing Boca a Boca

Solicitar referidos es una de las técnicas más utilizadas por comerciales o vendedores cuando se trata de hacer negocios directos, utilizada por agentes de seguros, personas que trabajan bajo la forma de multinivel, ahora conocido como *Network Marketing*. Algunos utilizan la palabra negociación, pero las técnicas de negociación son completamente distintas. Ya que es un encuentro para solucionar una situación dónde dos o más actores necesitan llegar a un acuerdo que sea beneficioso para todos, por lo cual las partes pueden ceder, dar, proponer, en fin la negociación es un acuerdo. En ventas cuando solicitamos referidos y los encontramos, sólo vamos con el fin de cerrar una transacción. Por lo tanto esta tarea debe hacerse de forma adecuada para que no tenga un efecto negativo. Hemos visto a lo largo de este libro la importancia de ser sutil y hacer las cosas con especial encanto y además, la importancia de crear relaciones de confianza, como lo hacen los empresarios y CEO`s y altos ejecutivos, no hablan de ventas, hablan de negocios, contratos y lo hacen con

amigos (contactos).

El tema de los referidos o referencias funciona mejor en algunos sectores que en otros, pero la verdad los referidos más potentes son aquellos que logras obtener cuando conoces a las personas, es decir, si aciertas conectar con alguien y crear una relación de confianza, automáticamente algunas redes neuronales se activan de forma diligente en esas personas y el efecto, es que de forma casi mágica o automática, aquella persona a la que pensabas solicitar referidos, te los dará voluntariamente y no sólo eso, sino que hará el lobby, introducción o presentación con especial interés.

Pedir referidos es un arma poderosa para hacer crecer nuestra red de contactos, OJO hablamos de red y la potencia de la red, que además radica en los contactos de tus contactos, a los que podrás llegar sólo si hay confianza, si tienes un producto o servicio de calidad y de confianza y si logras traspasar la frontera de lo invisible. Un buen *netwroker* sabe que el poder está en los contactos de tus contactos, Alex López experto en linkedIn y *Top 20 Mundial influencers,* en esta red social, lo dice a menudo ¿Por qué crees que en esta red social se clasifican a los contactos en 1ro, 2do y 3er Grado? Es precisamente por esta razón.

La idea es que tus contactos de 1er grado logren conocerte lo suficiente como para que pueden darte referidos, es decir, tengo que estar activa en la red, debo compartir, dialogar, interactuar de forma enriquecedora, aportar valor, de ser posible que hablen de mi sin que sea una venta, y luego a partir del momento que me conocen y confían en mí, puedo permitirme solicitar referidos, pero en mi caso por ejemplo, los referidos me los va dando la misma red.

Los maestros del *networking* saben que esto funciona así, las redes sociales son un claro ejemplo de ello, son esos referidos que querías solicitar, quienes llegarán a ti por sus propios medios. Lo mejor es que llegan a nosotros saltándose el tener que pedir a su contacto que le conecte contigo.

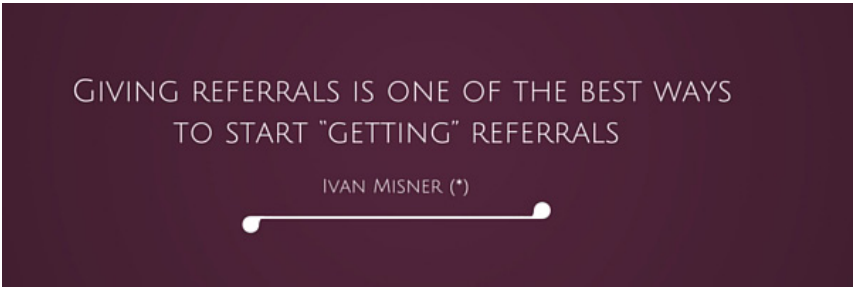
Las redes sociales bien gestionadas funcionan así, mientras más confianza generes más grande será tu red y tus contactos compartirán la información que aportas, los contactos de tus contactos podrán verte y serán ellos quienes vengan a ti. Un perfil social de un *"influencer"* en las redes sociales ha llegado a ese nivel; gracias al trabajo de que ha realizado a lo largo del tiempo ha logrado captar la atención. Y como un plus te comento, que hay *influencers* con mil seguidores y los hay de un millón.

También tendremos que apelar a la genialidad y tirar de la creatividad, es como infinidad de marcas y personas han logrado aumentar sus usuarios, fíjate bien que hasta el nombre ha cambiado, ya no se habla de cliente, se habla de usuario y para lograr esto recurren a la creatividad ofreciendo regalos, descargas de libros o lo hacen a manera de concurso.

En la vida terrenal, es decir, en el mundo *off line*, funciona de la misma manera, lo vemos en los clubes sociales y de negocio, Cámara de Comercio regionales y binacionales, asociaciones, gremios y ahora en formatos como *coworking* y campos tecnológicos, donde se crean ecosistemas entorno al emprendimiento favoreciendo relaciones de confianza, aliados y grandes posibilidades de negocios. Son grupos con diferentes intereses y temas, lo que los dota de un estilo muy particular permitiendo desarrollar sinergias en diferentes formatos.

Cuando vamos de evento en evento, repartiendo tarjetas o coleccionándolas, y pidiendo referidos de buenas a primeras, pasamos por pesados, pero los gurús de las ventas insisten en que esto funciona, yo no digo lo contrario, pero les está pasando como a la publicidad en TV y prensa escrita y los banner publicitarios en portales digitales, incluso lo podemos observar en lo pesadas y fastidiosas que son las publicidades en Youtube y lo invasivo de anuncios patrocinados, ya en tantas otras redes sociales.

Uno de los consejos que da Ivan Misner *fundador y Chief Visionary Office de BNI International (Business Networking & Referals)* escribe entrepreneur.com para obtener referidos es que lo hagamos al contrario. No pedir referidos sino dar referidos, de esta manera se activa una energía única, como lo comenté en el capítulo I, sobre las leyes universales que se activan al hacer *networking*. Las referencias hacen que se activen el marketing boca a boca y esto aporta un inmenso valor.



(*) Ofrecer referidos es una de las mejores maneras de comenzar a "obtener " referencias

Entonces la consigna es, **"ser siempre el primero en dar"**, piropear, halagar, presentar, introducir. Y esto no es más que dar referidos en lugar de pedirlos, hacer cumplidos profesionales es posible, presentar e introducir a las personas recordando la regla de la triple GGG, ofrecer ayuda, aportar. Los referidos son una excelente

opción si la sabemos utilizar, en el *networking* no deberíamos pedir referidos o por lo menos hacerlo con mucha elegancia y discreción, sin preocuparnos, puesto que ellos, llegarán de forma natural.

Por otra parte Ángel Calvo Mañas Director de Occursum un Club de negocio sirve de complemento ayudar a las empresas que necesitan incrementar su productividad. Organizan eventos en diferentes formatos y para diferentes usuarios, como tantos otros clubes que ofrecen estas actividades. Ángel comenta, que cada grupo y cada evento tiene su propio estilo y forma de desarrollarse, en el caso por ejemplo de los Grupos de Alto Rendimiento en el que participan socios del club.

> *"El funcionamiento de cada grupo es totalmente diferente, pues depende directamente del compromiso y calidad de los integrantes. Para que una persona pueda referenciar a otra, antes tienes que haber mutua confianza. Por eso, nuestro GAR, tiene una primera fase de conocimiento, con el fin de generar la confianza suficiente para que se generen las referencias comerciales. Pasada esa fase, si todos ellos están comprometidos en ese grupo, te aseguro que funciona, indistintamente del sector al que quieras acceder."*

Ahora te hablaré de uno de los personajes que siempre nombro porque se ha atrevido a Ser y Hacer con su propio estilo y además es un referente del Savoir Faire. Jon Levy, es uno de los *"Networker Master"* que más me agrada porque es lo más parecido al concepto de **Business & Social Behavior.** Es el creador de ***"Influencers Dinner"*** que comenzó en 2009 en Nueva York, es una especie curso o workshop bajo el formato de *"Secret Dinner Experience".* En el cual participan alrededor de veinte líderes y personajes influyentes de

diferentes sectores. Políticos, actores, escritores, funcionarios de prestigio, empresarios, científicos, acuden y deben regirse a las reglas del anfitrión, las reglas principales son:

a.- Prohibido hablar de su carrera y vida profesional

b.- Prohibido decir ni compartir su apellido

¿Fácil verdad? Pues a partir de aquí comienza la noche en un ambiente especialmente diseñado por Jon con el fin de guiar a sus invitados, desde el comienzo, todos participan en la preparación de la cena y sólo, luego cuando estén sentados brindando y cenando en la mesa, es justo en este momento donde ya se les permite hablar sobre sus vidas profesionales.

¿Te imaginas todo lo que tú puedes compartir e intercambiar con alguien mientras preparas una cena? Una cena para 20 personas es un trabajo que requiere tiempo y coordinación, al participar todos, se genera un trabajo de confianza, participativo de colaboración. ¿Sabías la coordinación que se genera a partir de la sorpresa y el ambiente es de absoluto disfrute? Se efectúa un trabajo en equipo que ha permitido sacar a la luz nuestro tesoro, nuestras cualidades y aptitudes más reales y profundas. En un ambiente con estas reglas y de estas características sale a la luz, nuestro verdadero Yo, simplemente porque nadie ha sacado sus títulos a resaltar, dándole el permiso a nuestros Dones y Talentos de brillar. De esta manera nos relacionamos tal y como somos con personas autenticas y sin pose, sin postureo, sin cargos y sin títulos.

Jon Levy vendría a ser como un ingeniero experto en comportamiento social, quién evidentemente logra de forma majestuosa enseñar y transmitir su *savoir faire*. La verdad a mi me encanta lo que hace y como lo hace, ya que es la esencia misma de saber relacionarnos y dónde además vemos la importancia de seleccionar muy bien a esos aliados. Sin duda, es una forma muy potente de hacer *networking* y obtener referidos, mira lo que dice una de las escritoras de *New York Times-bestselling* en una artículo de Richard Feloni para Business Insider *"Amazing things happen at this master networker's New York apartment"* en relación a estas cenas y los referidos; y recuerda la frase popular "Todo cae por su propio peso", así que déjate sorprender.

(*) "Creo que es la red por referencias - que sólo necesita de pocas y buenas conexiones en un primer tiempo. Y luego que estas buenas personas conozcan a más gente buena. Y una vez tengamos una masa crítica la red se impulsa-proyecta por sí misma".

Por último te dejo unas recomendaciones para que obtengas los mejores beneficios:

1.- Agradecer inmediatamente a la persona que te ha facilitado el contacto.

2.- Inmediatamente después de haberte reunido o conversado con el referido, ponerte en contacto con la persona que te ha facilitado el contacto para agradecerle.

3.- En caso de haber sido de provecho, que hayas alcanzado algún trato, negocio o incluso más referidos, ponernos en contacto con ambas personas, aquel que te facilitó el contacto y aquel nuevo referido que nos ha recibido.

En un mundo donde las cosas a escala macro parecen imposible, es difícil encontrar nuestro lugar y más difícil aun es encontrar un rol, la idea es que podamos lograr ambos sin aislarnos del mundo. Yo particularmente no creo que sea por la percepción de lo macro, sino porque nos es más cómodo trabajar y movernos desde lo micro. Saber la posición donde nos encontramos nos permite visualizar el objetivo para poder trazarnos una estrategia.

El mejor ejemplo que he escuchado para explicar esto. Es como el GPS cuando le indicamos que queremos ir a Roma, el aparato, automáticamente identifica donde nos ubicamos y así desde ese punto nos indica la ruta a seguir para llegar a Roma. ¿Te puedes imaginar, que el aparato no geolocalizara y quisiéramos ir a Roma, pero nos indique la ruta desde Milano, pero resulta pues que yo

estoy en Argentina? He aquí la importancia de saber dónde estamos, que queremos, que tenemos y que aportamos; así trazaremos la ruta más adecuada para el logro de nuestros objetivos, personales, emocionales y profesionales.

CAPÍTULO VII

REFLEXIONES FINALES

Como has podido observar, en este libro no hablo de eventos específicos de *networking* a los que considero necesario asistir, ni te doy reglas sobre protocolo o etiqueta y mucho menos sobre imagen personal. En principio porque creo que no es relevante y es información que puedes encontrar como material complementario en las redes y librerías. Pero es mi manera de honrarte como ser único e irrepetible, con patrones muy personales que marcarán la diferencia y te harán brillar, creando valor y compartiendo valor. Por otra parte, existen colegas que se dedican a crear estas estrategias, y yo misma, te doy información en mi web www.NohelisBSB.com. Si bien es cierto que mi fuerte es guiarte para que encuentres tu DON y puedas complementar tu talento, la verdad es que prefiero dedicarme a este tema en otro libro, dada la abundante información y detalles que debemos desgranar.

Tanto a nivel personal como profesional, nos hemos manejado bajo una estructura de distribución de poder, precisamente por el miedo a perderlo, sea cual sea el nivel, que además arroja una distribución, algo parecido a esto: **Yo Controlo, tu compartes y ellos colaboran;** que replicamos cada uno de nosotros en nuestros espacios más o menos íntimos o personales. En la era de la economía colaborativa

habitada por un sinfín de actores interconectados, esta estructura tradicional deja de tener significado y se ha ido desvaneciendo, aunque a mí me gusta utilizar la palabra trascender. En breve, cada uno de nosotros estará actuando de forma genuina, utilizando a su máxima potencia nuestrose propios recursos o herramientas, con aquello que además tenemos de exclusivo y en abundancia en nuestro inventario personal, seremos, actuaremos y compartiremos de forma transversal. Para ello será necesario tener claro cuáles son nuestras habilidades *(Soft Skills)* y mantenernos en un estado beta permanente, con singularidad, en el que siempre tenga cabida la curiosidad, la sorpresa y la inocencia, con el fin de que logremos gestionar nuestros recursos en cada momento en beneficio nuestro y por el bien común.

A nivel corporativo se evidencia la necesidad de hacer seguimiento y establecer estrategias para lograr mantenerse relevante y seguir trascendiendo estos novedosos entornos de negocios. Al respecto Juan Luis Manfredi Sánchez, profesor de la Universidad de Castilla-La Mancha, plasma en la publicación para el Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) "La inteligencia directiva y la diplomacia corporativa, excelencia estratégica para la globalización":

> *Los directivos del siglo XXI tienen que ampliar su abanico de habilidades y competencias. No basta con entender los estados financieros, sino que es necesario saber hablar y comunicar en público, comprender la multiculturalidad, aprender a gestionar en la incertidumbre, abrazar la disrupción tecnológica y ser emprendedor cada día.*

A lo largo de los diferentes capítulos de este libro hemos podido

observar que el factor más importante para triunfar haciendo *networking*, se centra primordialmente en nosotros como seres únicos e irrepetibles, además que se pone de manifiesto la Marca Personal. Sumado a esto puedo confirmar que el *networking* resalta por su efecto a largo plazo en el que deben aplicarse reglas básicas de cortesía, cordialidad y respeto mutuo con el fin de lograr estar al mismo nivel que nuestro interlocutor, tanto para las relaciones sociales, como para las profesionales.

Dentro de un contexto cambiante, para muchos caótico y lleno de incertidumbres, no es importante el nombre que le demos a esta acción (*networking*) y mucho menos aun importa que seamos una persona jurídica (empresa) o natural, lo que si importa realmente es el valor que esa red tiene para nuestras vidas y nuestros proyectos. Lo trascendental, es saber que solo podemos tener confianza ante las personas que nos conocen, para el resto ni siquiera existimos. Lo que me lleva a ratificar que mientras más personas conozcamos, mayor será nuestro impacto, nuestras ventas, nuestro éxito. Pero evidentemente nos toca hacer un trabajo minucioso y acertado con el fin de que nos conozcan como una persona de confianza ¿Pero qué significar conocer y ser fiable? Veamos la siguiente lista, que pretende solo observar de forma sencilla y esquematizada los niveles de relaciones que tenemos con el entorno.

La verdad es que esto es muy sencillo, cada uno de nosotros tiene amigos, conocidos y relaciones con diferentes grados de valor, según la confianza que nos genera, gracias al tiempo y la calidad (el cómo nutrimos) de esta relación que se podría traducir en fases de maduración. Y esto es lo que pasa, por ejemplo, cuando conocemos a alguien en una reunión social o eventos más profesionales, si nos preguntaran sobre esa persona, lo que responderíamos sería "Me Suena su Cara" este es el nivel del *networking* puro y duro, por ello la importancia de la Estrategia y la Gestión de Contactos.

Si vamos viendo en la escala, podemos observar que el segundo y tercer nivel que he colocado son, los de la etapa de Gestión de Contactos (GDC) en el corto y largo plazo. Y es aquí cuando comenzamos la labor de generar confianza y nos permitimos tener una relación fructífera y esto funciona a nivel social-personal y profesional, "Lo Conozco y Es Amigo de Amigo" o alguna referencia.

Por otra parte nos encontramos con el cuarto y quinto nivel en los

que no me explayaré mucho, pues asumo que todos tenemos amigos y grandes amigos, esos a los que muchos llaman hermanos, con los que podemos contar con los ojos cerrados o no tan cerrados, pero que al fin y al cabo siempre están allí sea cual sea la afinidad. En el mundo del emprendimiento y sobre todo cuando se habla de financiación es el famoso *"Family, fools and friends"* perfectamente armónico para describir estos dos niveles tan importantes en el desarrollo de Redes Colaborativas.

En definitiva esto se trata de establecer relaciones de confianza con nuestros interlocutores basadas en sus necesidades y ofrecer, una o varias opciones de solución a la medida. Construyendo relaciones profesionales gracias a nuestro liderazgo y al cuidado, al mimo y por su puesto al intercambio de información pertinente.

Un buen hacedor de entornos, difícilmente podrá lograr sus objetivos si no inspira confianza. Este sentimiento de confianza va unido a la percepción de seguridad en uno mismo y en los demás y a la esperanza de que todo vaya bien y en caso de no ser así, se encontrarán vías para satisfacer. Para llegar a ser conocidos es crucial que estemos activos, que nos vean continuamente en diferentes escenarios o plataformas (virtuales o reales) de esta forma estaremos construyendo nuestra reputación. Una reputación que se va consolidando a medida que vamos perfeccionando nuestras habilidades en la construcción de relaciones, con pasos firmes, evitando empañar cualquier proyecto o relación de negocio.

De esta manera avanzamos dando pasos en espacios donde podamos impactar y generar esa confianza. Sabremos que el día de lanzar al mercado una empresa o producto, de presentar un proyecto dentro

de la empresa dónde trabajamos o nuestra idea de negocio, que busquemos un cambio o un nuevo empleo, lo que necesitamos es contar con clientes (o empleadores) a los cuales lograremos llegar gracias las personas que nos conocen, que nos pueden recomendar o conectar.

(*) Si quieres construir una red de contactos, primero constrúyete a ti mismo. Yoni Dina in The Art of Charm

En uno de los artículos de Yoni Dina quien colabora como autor en " The Art of Charm" confirma que hay mucho poder en una sólida Red de Contacto, pero que ésta sólida red se basa en el SER como individuo capaz de desarrollarla para su propio beneficio. Concluyo con esta fórmula final de Yoni Dina que me ha encantado: Si la fuerza, es igual a la masa por aceleración (Fuerza = masa * aceleración) entonces esas masas son tu producto (tu valor) y la aceleración son tus redes (tus relaciones) lo que da lugar a la fuerza de la red.

Ahora puedo celebrar que puedas encontrar tu Don y tu Talento usando las herramientas que tienes a mano, sin buscar nada fuera y así definir tu marca personal y una estrategia óptima de *networking*. Me encantaría que escribieras a info@LatamAndSpian.com y me cuentes que lo has hecho rompiendo los cánones limitantes que alguna vez defendimos con tan inusitada pasión y convicción en la creación de Redes de contactos formales y menos formales, al mejor estilo Business & Social Behavior.

EPÍLOGO

En el momento que Nohelis me propuso colaborar en su libro con la tarea de presentar las conclusiones, me asaltó el sentimiento de curiosidad por saber más sobre un tema que no me es ajeno en virtud de los años que llevo inmerso en la diplomacia y en el periodismo internacional. Una visión menos pública de las relaciones internacionales, dónde lo individual se vuelve global y la globalidad impacta directamente en todos los muchos aspectos de nuestra vida diaria. Relaciones complejas, variadas y sobre todo apresuradas, dada la notable velocidad con que se sucede todo en la actualidad.

Una obra que recopila cuestiones esenciales permitiendo al lector navegar y conocer, desde una perspectiva personal, las bondades de las redes de contacto como sistema necesario para lograr sus propósitos como persona individual en una realidad mundial pero a su vez local, contrastada por sus diversos entornos y acaecimientos. Un neologismo recoge esta interrelación entre lo universal y lo personal como es el término "glocalidad".

El hilo que sostiene la obra en su recorrido, conduce al lector a plantearse o replantearse su rol en esta sociedad, desde sus propios intereses, vistos como elemento fundamental, para el logro de objetivos propios y comunes a su entorno. La autora busca enaltecer al ser humano como individuo único que cuenta con sus

propias herramientas y habilidades para encontrar su espacio y así proyectarse aportando valor a ese ecosistema del que forma parte.

A pesar de que la era digital ha llegado para quedarse, este libro plantea la necesidad de seguir desarrollando redes sin desplazar lo real, las relaciones cara a cara, el intercambio y la colaboración de forma presencial.

Son notables las barreras a la que se enfrenta la fuerza laboral, desafíos a las que nuevas y no tan nuevas generaciones tienen que hacer frente con entusiasmo y sagacidad utilizando las formas más auténticas y colaborativas, que no son tan novedosas, pero lamentablemente poco divulgadas por una estructura que está dejando de imperar.

Este libro es un recurso para personas, corporaciones e instituciones que ofrece, desde disciplinas como la Diplomacia y las Relaciones públicas, conceptos y herramientas de gran interés para todos, otorgando poder a lo individual en beneficio de lo colectivo y no al revés; lo que nos lleva a cuestionarnos y reflexionar, pero sobre todo llevarnos a cambiar de forma radical la forma de relacionarnos o poder triunfar gracias a acertadas redes basadas en la colaboración y el bien común.

Con Ulises, emprendamos este nuevo viaje en la diplomacia Corporativa y con el Quijote el sentido de lo posible en este nuevo emprendimiento.

Julio César Pineda

Gracias, no dudes en escribirme y recuerda que las redes sociales son una excelente alternativa para proyectar tu Marca Personal y fortalecer tus redes de contacto

Web: www.NohelisBSB.com
E-mail: info@latamandspain.com
Facebook: NohelisRuizATriunfa
Twitter: @LatamAndSpain & @NohelisRuizA
Instagram: @NohelisRuizA

Edición Especial #PONTECARA

www.pontecara.com

#TOMA NOTA

Nohelis

PRÓLOGO
Embajador, Carmelo Angulo Barturen, Presidente del Comité Español UNICEF. Profesor Universitario y Espacilaista en RSE y Diplomacia Corporativa.

"Este libro pretende crear conciencia sobre la importancia que tienen para cada uno de nosotros, como profesionales, como emprendedores, como empleados, y como colaboradores de las pymes y las grandes corporaciones, esas redes de contactos y un conocimiento preciso de los contextos en los que ellas se mueven"

EPÍLOGO
Embajador Julio César Pineda analista internacional y profesor universitario. Miembro del Parlamento Internacional por la Seguridad y la Paz.

"Son notables las barreras a la que se enfrenta la fuerza laboral, desafíos a las que nuevas y no tan nuevas generaciones tienen que hacer frente con entusiasmo y sagacidad utilizando las formas más auténticas y colaborativas, que no son tan novedosas, pero lamentablemente poco divulgadas por una estructura que está dejando de imperar"

www.NohelisBSB.com

/nohelisruizarvelo

/NohelisRuizATriunfa/

@NohelisRuizA