

CON DUMMIES ES MÁS FÁCIL



Networking

para
dummies[®]



Construye
relaciones estratégicas
y de confianza

Evalúa tu red actual
y descubre su valor

Saca provecho de
la gestión
de contactos

Nohelis Ruiz Arvelo

*Experta en networking
y posicionamiento personal*



Networking

para
dummies[®]

Nohelis Ruiz Arvelo

para
dummies[®]

Edición publicada mediante acuerdo con Wiley Publishing, Inc.
...For Dummies, el señor Dummy y los logos de Wiley Publishing, Inc. son marcas registradas
utilizadas con licencia exclusiva de Wiley Publishing, Inc.

© Nohelis Ruiz Arvelo, 2018
© de la imagen de la cubierta: Klaus Vedfelt - Getty Images

© Centro Libros PAF, SLU, 2018
Grupo Planeta
Avda. Diagonal, 662-664
08034 - Barcelona

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

ISBN: 978-84-329-0477-6
Depósito legal: B. 11.439-2018

Primera edición: septiembre de 2018
Preimpresión: Toni Clapés
Impresión: Huertas Industrias Gráficas, S. A.

Impreso en España - Printed in Spain
www.dummies.es
www.planetadelibros.com

Sumario

INTRODUCCIÓN	1
Acerca de este libro	2
Iconos usados en este libro	2
¿A quién le interesa este libro?	2
Para qué sirve este libro	3
Cómo está organizado este libro	4
Parte I: Guía de inicio para networkers	4
Parte II: Sobrevivirán los más aptos	5
Parte III: Networking como herramienta de estrategia personal	5
Parte IV: Manos a la obra	5
Parte V: Gestión de contactos	6
Parte VI: Los decálogos	6
PARTE I: GUÍA DE INICIO PARA NETWORKERS	7
CAPÍTULO 1 Conceptos básicos	9
Networking y noción de red	10
¿De qué va esto del networking?	11
¿Cuál es el objetivo del networking?	12
Formas de networking	13
Operacional	13
Personal	13
Estratégico	14
Networkers: los tres perfiles profesionales más comunes	14
Los personajes que encontrarás en eventos y que debes evitar ..	16
El introvertido	17
El adulator	17
El parlanchín	17
El ególatra	17
El quejica o nube gris	17
El cotilla	18
El borracho	18
El BCD del networking	18
Amplitud (<i>breadth</i>)	18
Conectividad (<i>connectivity</i>)	18
Dinamismo (<i>dynamism</i>)	19
El principio “ganar-ganar” no funciona	20
CAPÍTULO 2 Beneficios del networking	23
Networking en el contexto empresarial y laboral	24
A nivel individual	24

	Beneficios del networking en el ámbito profesional-individual	24
	A nivel corporativo	26
	Beneficios del networking para las corporaciones	29
	El networking ayuda a expatriados y emprendedores extranjeros	29
CAPÍTULO 3	Networking como estilo de vida	33
	El placer de conversar e intercambiar ideas	34
	¿Cuáles son las principales condiciones que debe tener una conversación para ser de calidad?	35
	El intercambio genera riqueza	36
	El networking no debe ser la última opción	38
	Las redes de contactos deben estar activas	39
CAPÍTULO 4	Conoce y puntúa tu red	43
	Retoma, nutre y gestiona tu red actual	44
	El valor de tu red actual	45
	Audita tu red	45
	¿Cómo saber si es hora de cambiar y refrescar tu red de contactos profesionales?	50
	Puntuación total	51
	Círculos de influencia para la gestión inicial de tu red	52
	La regla del 5 + 50 + 100	53
	PARTE II: SOBREVIVIRÁN LOS MÁS APTOS	55
CAPÍTULO 5	Habilidades que debes desarrollar	57
	Habilidades relacionales	57
	Escuchar de forma activa	58
	Ser agradecido	58
	Asertividad	59
	Respeto mutuo	59
	Credibilidad	59
	Paciencia	59
	Cortesía	60
	Saber expresarse	60
	Saber estrechar la mano	60
	Empatía	60
	Habilidades técnicas	61
	Marketing	61
	Gestión	61
	Negociación	62
	Psicología	62
	Estrategia	62
	Habilidades emocionales	62

CAPÍTULO 6	La neurociencia y el networking	65
	Las relaciones interpersonales potencian nuestro bienestar ...	65
	Las neuronas espejo y la empatía	66
	Fortalecer las neuronas para relacionarte mejor	68
	La sonrisa y el contacto visual	69
	El valor de la presencia	70
CAPÍTULO 7	Actores globales que debes tener en cuenta	75
	<i>Lobby for business</i>	76
	Diplomacia corporativa	78
	Economía colaborativa	80
	Todo lo que precede a la palabra colaborativo debe tener 2 + 1 ingredientes clave	81
	Emprendimiento en todas sus formas y colores	82
	El futuro y las nuevas tecnologías	85
PARTE III: NETWORKING COMO HERRAMIENTA DE ESTRATEGIA PERSONAL		91
CAPÍTULO 8	Primero constrúyete a ti mismo	93
	Sobre la marca personal	94
	Sobre dones, talentos, defectos y virtudes	98
	Todo defecto está unido a una virtud	100
	Entonces, ¿qué puedes hacer con ellos?	101
CAPÍTULO 9	Etapas de la marca personal	103
	Identificación	103
	Personalidad	105
	Estrategia	106
	Los seis pasos clave para plasmar una estrategia	107
	Gestión de la marca personal	108
	Claridad, coherencia y constancia = reputación	108
CAPÍTULO 10	Networking y posicionamiento personal	111
	¿De qué va esto del posicionamiento personal?	112
	Los cinco reinos del posicionamiento personal	114
	La importancia de aportar valor	115
PARTE IV: MANOS A LA OBRA		119
CAPÍTULO 11	<i>Welcome to the dark side!</i>	121
	Etapas del networking	121
	1. Conocer	122
	2. Gustar	122
	3. Confianza	122

4. Comprar – Amistad	123
Los eventos de networking... ¿funcionan?	123
Organiza tus propios eventos de networking	125
Retomar los contactos dormidos	126
Refrescar los contactos actuales	126
Invitaciones dobles	126
CAPÍTULO 12 Decidido, haré networking	127
Estrategia	128
¿Dónde estoy?	128
Preparación	129
¿Hacia dónde voy?	129
Los mil y un espacios o plataformas para hacer networking	131
El deporte y los negocios	132
Encuentros de <i>alumni</i>	132
Eventos, charlas y ponencias	132
Ferias y exposiciones	133
Cámaras de comercio, gremios y asociaciones	133
Parques tecnológicos, <i>valleys</i> , <i>business centers</i> , <i>coworking</i> y clubes de negocios y emprendimiento	133
Cursos, talleres y formación presencial	134
Eventos sociales y culturales	134
Voluntariado y hablar con extraños	134
Seleccionar espacios o plataformas	135
Los nodos más importantes en los eventos de networking	136
El solitario	137
Los pares	137
Los nodos de tres o más personas	137
Networking, la versión <i>business</i> de hacer amigos	138
Crear relaciones de confianza	139
Niveles de confianza relacional	139
La confianza	141
PARTE V: GESTIÓN DE CONTACTOS	143
CAPÍTULO 13 Aspectos clave	145
La importancia de la gestión de contactos	145
¿Por qué es necesario mantener y gestionar a las personas que incluyes en tu red?	146
No te conviertas en un <i>big dater</i>	147
Las redes sociales	148
Selección	149
Clasificación de las redes sociales	150
Para qué sirven las redes sociales cuando hablamos de networking	152
Revisión y optimización de perfiles	153
Huella digital	154

	Apps y plataformas de networking, <i>matching</i> y gestión de contactos	155
CAPÍTULO 14	Gestión de contactos a corto plazo	157
	¿Por qué la inmediatez?	157
	¿Por qué olvidamos los nombres?	159
	Las tres acciones básicas para iniciar la gestión de contactos	160
	Las 8 partes de un correo electrónico para la gestión de contactos	160
CAPÍTULO 15	Gestión de contactos a medio y largo plazo	163
	12 pasos básicos para continuar con la gestión de contactos	164
	La regla de las 3G: <i>Good Project – Good Person – Good Timing</i> . . .	165
	Los referidos y el marketing boca a boca	166
	Introducción	168
	Contar una historia	168
	Llamada a la acción	168
	La mejor manera de obtener referidos	169
	El invitado perfecto	171
	¿Qué tiene de especial un invitado perfecto?	172
	El anfitrión perfecto	173
	Pero ¿cómo va eso del anfitrión perfecto?	173
	PARTE 6: LOS DECÁLOGOS	177
CAPÍTULO 16	Diez cosas que se deben evitar al hacer networking	179
	La timidez	180
	Imponernos	180
	El “Ayyy, pobre de mí” y las quejas eternas	181
	Noticias desagradables y chistes malos	181
	Monopolizar a tu interlocutor	181
	Enfocarte en los perfiles más altos	182
	Esperar algo a cambio	182
	Compartir un contacto sin tener en cuenta la regla de las 3G	183
	Acercarte o interrumpir en un momento inapropiado	183
	No saber pedir u ofrecer	184
CAPÍTULO 17	Las diez cualidades de un networker exitoso	185
	Pulido	186
	Prepárate para el éxito	186
	Cultiva tus relaciones vip	187
	Presencia	187
	Hospitalidad genuina	187

	Deja que tu actitud conduzca tu altitud	188
	La red más efectiva es la que puede darse el lujo de diezmar su capital social	189
	La solución para los tímidos	189
	Disfruta de la profundidad de la diversidad	190
	Lidera escuchando	190
CAPÍTULO 18	Las diez acciones para expandir tu red	191
	<i>Mentoring</i>	192
	Conferencias para conocer gente	192
	Crea un grupo en LinkedIn o Facebook	193
	Pasa un día con un <i>millennial</i>	193
	Ponte en contacto con un inversor	193
	Imparte clases en universidades	194
	Ponente, orador, conferenciante	194
	Come con ejecutivos de la competencia	194
	Comienza un blog y averigua quién lo lee	195
	Aprovecha tu próximo viaje de negocios	195
CAPÍTULO 19	Decálogo sobre la colaboración	197
	La colaboración es pura biología	198
	Por naturaleza, primero somos colaborativos	198
	La colaboración necesita de meditación	198
	La colaboración es un proceso para ir juntos	199
	La colaboración en la acción es diferente a ayudar, cooperar o competir	199
	La colaboración requiere armonía	200
	La colaboración genera abundancia	200
	La colaboración va acompañada de transparencia	201
	La colaboración se celebra	201
	La colaboración no es para todos	201
CAPÍTULO 20	Los diez trucos para relacionarnos mejor	203
	Aparta el ego	204
	Conecta y posiciona a tus contactos	204
	Haz que los demás se sientan bien	205
	Ayuda a que pasen cosas	205
	Saca el máximo partido de la tecnología	206
	Enriquece y comparte tu agenda	206
	Huye de la gente tóxica	207
	Rodearte de buena gente	207
	Aprende a reírte de ti mismo	208
	Sé sincero y claro con los demás	208
ÍNDICE		209

Capítulo 1

Conceptos básicos

En gran medida, conseguir el éxito profesional y personal depende de las personas que nos rodean y de aquellos que nos acompañan. El networking es una actividad que debes realizar con el fin de darte a conocer a un gran número de personas y establecer relaciones fructíferas.

En los siguientes puntos encontrarás conceptos para que veas el networking desde otro punto de vista, ya que, por razones idiomáticas y de simplicidad popular, se ha tomado como una actividad que tiene un principio y un fin, pero en realidad está en constante movimiento. Es decir, es un proceso que se decide hacer después de diseñar una estrategia (ya que es una opción entre otras) para forjar el camino que te llevará a aumentar tu red o *network*.

En la actualidad, solemos oír la palabra «networking» saliendo de la boca de profesionales de todos los sectores, lo que significa que se está percibiendo su importancia en todos los ámbitos de la vida, aunque todavía sea necesario aclarar ciertos conceptos para evitar trampas y errores en los que se está cayendo. Vamos a aclararlos.

Networking y noción de red

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 sinnúmero de redes hacen referencia a esta palabra que se ha usado a lo largo de la historia de la humanidad. La noción de «red» siempre se ha presentado bajo diferentes formas, adaptándose en la cultura popular y haciendo referencia a tendencias coyunturales en diferentes épocas.

En el ámbito de la informática, por ejemplo, el propósito al crear una red es compartir recursos e información a distancia, garantizar la fiabilidad y la disponibilidad de dicha información, y aumentar la velocidad de transmisión de datos reduciendo los costes. Si lo llevamos a la vida cotidiana, una red de contactos o *network* debe fomentar una interconexión real, eficiente y eficaz que nos permita compartir información y recursos en beneficio de todos.

En la actualidad, quizá parezca que el networking es un término nuevo, pero hemos creado redes de contacto desde que existimos como seres humanos. Suena como un término supermoderno, pero es tan viejo como el mundo. Esto me lleva a afirmar que no es más que una herramienta que nos permite poner en práctica nuestras habilidades sociales, aunque únicamente lo haremos cuando nos conocemos y aceptamos nuestros defectos y virtudes. Solo entonces podremos utilizar de forma óptima estas habilidades sociales en cualquier situación de nuestra vida: desde sentarnos frente al maestro en el primer puesto de la clase, pasando por destacar y ser visto o seleccionado para el equipo de fútbol del barrio o que un vecino te eche una mano, hasta conseguir un empleo, un ascenso o una entrevista en la radio para promocionar tu marca o producto.



RECUERDA

El networking debe tomarse como una actividad, ya que es experimental, es decir, evoca a la acción, y sugiere un camino con varias etapas clave. El networking puede verse como el proceso de creación de redes que cuenta con fases que van desde la ejecución y el seguimiento hasta la gestión de la red y de cada uno de sus integrantes.

El networking es una actividad que puede tener un inicio, pero, por sus características, no tiene un final, sino que funciona como ciclos de retroalimentación; es decir, cada cierto tiempo tomamos los resultados obtenidos, los evaluamos y, a partir de ahí, con esta nueva información, contactos y resultados de las acciones aplicadas, volvemos al sistema o red y lo reactivamos. Es lo que podríamos llamar *optimiza-*

ción de la red. Una excelente red de contactos es el escenario ideal, porque te ayuda a proyectarte. En el caso de las empresas, emprendedores y startups más aún, porque, cuando inician sus proyectos, sus redes de contactos se acaban en un pispás.

¿De qué va esto del networking?

Según el diccionario de Cambridge, el networking es el proceso de conocer y hablar con un montón de gente con el fin de obtener información que pueda ayudarte. Pero va mucho más allá, e incluye un trabajo de personalización con el que podrás definir una estrategia para moverte en el mundo actual.

Los seres humanos actuamos guiados por una serie de patrones sociales y culturales definidos por nuestras emociones, creencias, valores e intereses. Es decir, nos movemos por un conjunto que da forma a nuestra personalidad biológica, que además también define nuestro comportamiento y la toma de decisiones. Independientemente del ámbito en el que te desenvuelvas e interactúes, lo ideal es que aciertes diseñando esa estrategia, que le des ese toque personal y humano, sin dejar de ser tú, como profesional serio y respetable, pero auténtico.

Herminia Ibarra, miembro del Foro Económico Mundial y profesora de INSEAD, argumenta que, cuando se trata de avanzar como líder o referente, nuestra red de contactos es la 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 ideas y proyectos que sirvan de apoyo y presten colaboración a los demás.

DEFINICIÓN DE NETWORKING

Una de las definiciones que mejor abarca el significado real de networking es la propuesta por Antoni Porras: "Networking es el arte de crear, gestionar, ampliar y mantener tu red de contactos, vía online (virtual: redes sociales, profesionales, IM, blog, web, etc.) y offline (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".



CONSEJO

Te propongo que veas el networking como una cadena de favores, es decir, que lo asumas como un estilo diferente para intercambiar conocimientos, experiencias y pasiones. He aquí un enfoque clave que puede favorecer la creación de tu círculo de influencia para que juegue a tu favor en lugar de crearte y mantenerte en un círculo vicioso.

El networking no es una actividad exclusiva de una élite, sino que es una herramienta que se puede utilizar en todos los aspectos de la vida. Y aquí me aventuro a enaltecer las habilidades y el saber hacer de políticos, diplomáticos, celebridades, atletas, gente de todos los ámbitos posibles... A fin de cuentas, ellos conocen gente, intercambian información y afinidades, disfrutan de su presencia mutua, les honran y quizá, en algún momento, se encuentran para algún negocio o para recomendarse mutuamente.

¿Cuál es el objetivo del networking?

Pues bien, eso depende del interés de cada persona o empresa. ¿Qué te ha impulsado a leer o curiosear este libro? ¿Han dejado de funcionar tus estrategias tradicionales para captar clientes? ¿Qué ha ocurrido para que tanta gente se interese por estos conceptos y quiera aplicarlos para alcanzar sus objetivos?

Uno de los objetivos del networking es que conozcas a personas que se conviertan en tus amigos y, de ser posible, que sean influyentes. No se trata de que vayas a eventos en busca de trabajo, a vender o a buscar clientes; hay que hacerlo con sutileza, discreción y, sobre todo, respeto. Debes hacerlo con tu propio estilo, fundamentado en la no agresividad, de forma que puedas crear relaciones verdaderas, duraderas, basadas en la confianza, crear experiencias enriquecedoras que, directa o indirectamente, te sorprendan intercambiando conocimientos, contactos y posibles negocios contigo.

El objetivo es que establezcas relaciones de confianza que se traduzcan en una sólida red de contactos, que lo hagas paso a paso, con el propósito de aplicar diferentes herramientas en la ejecución de esta actividad, permitiendo de forma estratégica que diseñes, desarrolles y gestiones una red capaz de proyectarte y enriquecerte como persona y profesional.

Formas de networking

Diversos profesionales que se dedican al liderazgo organizacional y al networking han logrado darle un aspecto más formal y técnico a esta actividad. Muchos han trabajado el networking clásico durante años y otros siguen estudiando la creación de redes y sus beneficios. En estos trabajos de investigación, y como resultado de la observación de muchos profesionales en esta especialidad, se han identificado tres tipos de networking:

Operacional

El networking operacional es aquel que realizas en tu empresa, entorno profesional o sector que te permite cumplir con los objetivos y tareas asignadas según las exigencias intrínsecas del rol que cumples en tu organización, de forma eficiente y sostenido por las capacidades de tu función en ese entorno o sistema. El networking operacional se trata de establecer las relaciones aptas y adecuadas, basadas en la confianza, con las personas con las que tienes que trabajar; esto con el fin de cumplir con las tareas asignadas que corresponden a tu rol o cargo dentro de la empresa.

Las redes operacionales son la forma más utilizada de networking en el mundo empresarial. En el caso de autónomos o profesionales independientes, por ejemplo, como consultores y abogados, enfocan las redes operacionales hacia gremios e instituciones que complementan su trabajo.

Los contactos o personas clave no son circunstanciales, son personajes impuestos por la estructura organizacional o por el sistema, es decir, son tus pares, colaboradores y superiores donde, además, están muy claras las jerarquías. Por tanto, son redes con un marcado compromiso profesional.

Personal

Es la capacidad de diversificar una red a través del intercambio, es decir, las relaciones que puedas mantener con personas ajenas a tu organización, especialidad o sector. Las personas que integran esta red personal se complementan gracias a intereses personales y proyectos de futuro.

Se trata de desarrollar una red profesional con contactos personales que te proporcionarán otros contactos por referencia y con la infor-

mación que aportan estas personas de tu red. El valor de una red de contactos reside en los contactos de tus contactos; es una de las premisas del networking.

Los contactos clave no están muy definidos en este tipo de redes, y cuesta identificar a los que son realmente relevantes. No obstante, esta red se desarrolla bajo una absoluta libertad circunstancial por tu parte. ¿Y sabes qué es lo mejor de este tipo de redes personales? Que obtendrás contactos de calidad y te ofrecerán referidos con un enorme potencial.

Estratégico

Esta es la red más importante, pues engloba las dos anteriores. Por lo general, no suele valorarse mucho y los mandos medios y altos la utilizan muy poco. Con esta forma de networking se pretenden unir los puntos necesarios, sabiendo que estás en un entorno profesional y que cuentas con una red a ese nivel; además, debes tener en cuenta tus objetivos. La idea es que traces una estrategia para crear acciones y conexiones relevantes. Identifica tus prioridades y los desafíos a corto y a largo plazo con el fin de crear aliados y conseguir colaboradores.

Los contactos de las redes estratégicas provienen de tus redes operacionales y personales y se orientan a proyectos y eventualidades futuras. Asimismo, las personas más relevantes de tu red estratégica han surgido de un contexto clave a nivel profesional (redes operacionales), pero están formadas por miembros de tus redes personales, según tus intereses y el valor de cada proyecto o eventualidad.

Networkers: los tres perfiles profesionales más comunes

¿Con cuál de estos tres tipos de networker te identificas? En un reciente estudio de Ben M. Bensaou, Charles Galunic y Claudia Jonczyk-Sédès, colaboradores de HBR France y profesores de liderazgo, gestión y estrategia organizacional en ISEAD y ESCP, se resaltan las características y formas de hacer networking de una muestra de ejecutivos. Gracias a este estudio, se ha realizado la siguiente clasificación que coincide con decenas de estudios realizados por otras empresas e instituciones alrededor del mundo.

1. Los entusiastas, emprendedores relacionales

- Les encanta conocer gente.
- Tienen una estrategia, saben cuándo, cómo y dónde conocer gente.
- Crean contactos, incluso antes de necesitarlos.
- Son socialmente hiperactivos y se ocupan de su red más cercana.
- Son proactivos y diversifican sus acciones.
- Promueven ideas transversales dentro y fuera de la organización, lo que hace crecer su visibilidad.
- Sus acciones se dan dentro y fuera de la organización.
- Privilegian sus relaciones con líderes y personas influyentes.
- Ofrecen ayuda emocional y técnica a sus pares.
- Comparten información técnica de forma eficaz con sus subordinados para que vuelvan a su equipo.

2. Los moderados, ejemplos de equilibrio y prudencia

- Son personas que saben apreciar esta actividad, pero desconfían de su poder.
- La creación de redes se basa en el entorno laboral y se genera gracias a ese entorno.
- Las relaciones que mantienen se centran en sus tareas, proyectos en equipo y departamentos.
- La mayoría de su red se relaciona con su función, departamento o grupo.
- Los contactos más importantes de su red son sus superiores.
- No se consideran aptos para buscar a personas que no conozcan por el mero hecho de expandir su red.
- Tienden a ver que su red disminuye con el tiempo.
- Gestionan y mantienen a sus contactos, incluso después de que termine el proyecto.
- Buscan oportunidades para explotar relaciones útiles.
- Son poco dados a pedir favores, como, por ejemplo, que les presenten a alguien o que les recomienden para algún proyecto,
- Creen que es importante elegir a personas talentosas para que trabajen en su equipo.

3. Puristas, profesionales que prefieren crear otro tipo de relaciones

- Les parece muy pesado el proceso de creación de redes.
- Sus objetivos profesionales son más importantes que la creación de redes de contacto.
- Prefieren trabajar con un equipo que les guste y pueda ayudarles a proyectarse en lugar de luchar por las “estrellas”.
- No asisten a eventos de networking porque piensan que la creación de redes debe hacerse de forma natural.
- Solo utilizan el networking si su posición o tarea lo requiere.
- Tienden a dejar que sus vínculos se marchiten con el tiempo.
- Su energía relacional se centra en su equipo.
- Son relativamente activos cuando se trata de crear relaciones con clientes, porque así se aprecia la calidad de su trabajo.
- Desconfían cuando hay relaciones cercanas con sus superiores.
- No les gusta mezclar sus contactos internos y externos.

Según el estudio, a pesar de su renuencia al networking, recientemente los puristas han sido promovidos, al igual que los demás participantes en el estudio. No obstante, se observaron algunas desventajas en las redes de los puristas, pues estas se deterioraron y, además, los puristas mostraron menos compromiso organizacional y menor integración entre sus pares, con lo que corren el riesgo de “flotar” dentro de la empresa, teniendo que jugar un papel profesional menos importante de lo esperado.

Los personajes que encontrarás en eventos y que debes evitar

En el día a día nos encontramos con personas que pueden convertirse en un obstáculo para que alcancemos nuestros objetivos. Una frase popular afirma: “Si alguien te pide que le acompañes un kilómetro, acompáñale tres; pero si te retrasa en el camino, no le sigas acompañando”. Muchas veces, lo único que deben hacer las personas para que las acompañen es convertirse en alguien “acompañable”, es decir, en una persona fácil de acompañar y estos personajes no lo son. He creado una lista de los más populares para que los identifiques y evites estancarte y perder el tiempo en eventos.

Para completar los tipos de personas que seguramente te encuentres en eventos de networking y otras actividades, he incluido una lista de personajes pintorescos. Los hay de muchos tipos, pero si te encuentras con uno de estos, ni te acerques.

El introvertido

Los hay a montones. En lugar de evitarlos, te recomiendo que les des una oportunidad. Son personajes a los que debes abordar lo antes posible y convertirte en su maestro, pues te agradecerán la conversación y la compañía. Los especialistas de networking aconsejamos acercarse a estas personas y ayudarlas a conectar con otras, pero manteniendo un contacto breve, porque, además, siempre están dispuestas a ayudarte y aportar.

El adulator

Ten cuidado. Este personaje sabe que a todos nos encanta que nos colmen de halagos y cumplidos, pero si han pasado cinco minutos y la conversación sigue centrada en los halagos y cumplidos, aléjate cuanto antes.

El parlanchín

Hablar es lo que mejor sabe hacer. Habla y opina sobre todos los temas y es experto en todo; no escucha a nadie y pasa de lo que le pueden aportar otras personas.

El ególatra

Muy parecido al anterior, pero se centra en decir lo bueno que es, echarse flores y contar sus hazañas. Si bien la premisa de las redes es conocer gente nueva y aprender más sobre ella, ten en cuenta que puede ser un arma de doble filo. No pierdas el tiempo acariciando egos ajenos.

El quejica o nube gris

Las quejas no deberían ser el centro de las conversaciones, y menos aún en un evento social o de networking. Todos pasamos por malos momentos y tenemos problemas. Las quejas son uno de los aspectos más corrosivos que existen para la inteligencia emocional. No caigas en la trampa del quejica, porque es muy efectivo convirtiendo la con-

versación en una crítica colectiva, nada conveniente si tu misión es conectar y ampliar tu círculo de influencia. ¡Sigue tu camino!

El cotilla

Siempre al tanto de los principales acontecimientos sociales y de la vida personal de los demás. Aléjate de estas personas con delicadeza y evitarás convertirte en su personaje de cotilleo favorito.

El borracho

Son muchos los eventos donde se comparte con copa en mano, así que habrá personas que hayan bebido. Las personas que sobrepasen los límites del alcohol no recordarán nada al día siguiente, así que evita relacionarte con estos personajes.

El BCD del networking

Dentro del conjunto de ventajas del networking, encontrarás la perspectiva del trabajo de Herminia Ibarra, a las que la autora llama “The BCDs (Breadth, Connectivity and Dynamism) of Networking Advantage”, donde $A = B + C + D$, que se traduce en que networking es igual a la suma de la amplitud + la conectividad + el dinamismo. Son las cualidades que deben tener tus redes de contacto con sus respectivas ventajas estratégicas, puesto que estas ayudan a intensificar el liderazgo y, por consiguiente, a consolidar la red.

Amplitud (*breadth*)

Relaciones sólidas de confianza con una alta gama de contactos. Es la capacidad de conectar y crear relaciones valiosas con una gran diversidad de personas, no solo con los de tu entorno más cercano o tus pares. Te permites traspasar las fronteras y relacionarte con personas de otros departamentos, conectar con personas de bajos y altos mandos, y con otras unidades o corporaciones.

Conectividad (*connectivity*)

La capacidad de nexo o vínculo a través del cual las personas y grupos pueden conectarse entre sí. Es la capacidad de establecer conexiones

con las personas de tu entorno más cercano, es decir, con aquellas con las que existe una relación de confianza. A través de estos contactos, puedes acercarte a diferentes departamentos, equipos, organizaciones o comunidades y estas, a su vez, beneficiarse de tu red.

Dinamismo (*dynamism*)

Un conjunto dinámico de relaciones extendidas que evolucionan a medida que haces networking. Influye en la retroalimentación de tu red y eficacia para desarrollarla a medida que avanzas en tu vida personal y profesional.



RECUERDA

Tendrás más oportunidades personales o profesionales cuanto mejor relacionado estés.

LA FÓRMULA DEL NETWORKING

Yoni Dina es un músico percusionista que colabora como autor en *The Art of Charm*. En uno de sus artículos afirma que, si quieres desarrollar tu red, primero debes desarrollarte como persona. Dina confirma que una red de contactos sólida es muy poderosa, pero que esta se basa en el ser capaz de desarrollarla para su beneficio, y, así, que sirva de soporte a su entorno. La representa con esta fórmula:

$$\text{Fuerza} = \text{masa} \times \text{aceleración}$$

Si la fuerza es igual a la masa por la aceleración, esas masas son tu producto, es decir, el valor que ofreces; la aceleración son tus redes, tus contactos, tus relaciones; todo esto arroja como resultado la fuerza de la red.

Para Yoni Dina y la mayoría de quienes nos dedicamos a esta especialidad, el networking como concepto está compuesto por dos ingredientes clave: crear y compartir valor, crear valor en tu vida profesional y personal y compartir ese valor con otras personas. El networking te ofrece la oportunidad de encontrar soluciones a los problemas de los demás y a los tuyos.

Networking es ese “espacio-tiempo” que te ofrece diferentes perspectivas, ideas, experiencias y la posibilidad de aportar soluciones diferentes a un gran número de personas, que a su vez te ofrecerán respuestas y soluciones inimaginables.

El principio “ganar-ganar” no funciona

“Dar-dar” es más evidente y honesto que “ganar-ganar”. Te preguntaré qué me traigo entre manos con esta frase y es que esto va de sinergias... Te explico. Cuando los integrantes de una red actúan de forma real y sincera, la energía fluye y se retroalimenta, lo que la fortalece, agiliza y revaloriza de forma exponencial, lo que la convierte en un círculo de influencia que beneficia a todos.

Suponiendo que has seguido todos los pasos, que has preparado tu estrategia y creado un plan, deberías saber qué necesitas, qué buscas, cuándo y dónde vas a ir a buscarlo, cuáles son esos espacios... Tienes tu discurso armado y pulido, tarjetas de presentación y la mejor actitud. Al llegar al evento, sea cual sea el formato que hayas elegido, cada uno de los asistentes también tienen su propia estrategia, con lo cual cada uno juega a su propio juego, con sus normas. ¿Y sabes qué? Si todos juegan a diferentes juegos, no puede haber un ganador. Esto confirma que la teoría “ganar-ganar” no funciona cuando se trata de relaciones, de crear confianza.

“Ganar-ganar” es un principio y una frase muy chula arraigada en la cultura popular, pero que el fondo es una trampa que condiciona cualquier relación. Si tú me das, yo te doy, si tú me ayudas, yo te ayudo. Las relaciones condicionadas nos son reales ni sinceras, se basan en un interés y en ver quién puede obtener más beneficios. Hay muchas personas a quienes les parece que las relaciones deberían ser de esta manera... Te aseguro que con esto lo único que ganas son pequeños objetivos mediocres. Esto agota y desgasta cualquier relación.

Ahora imagínate un evento en el que las personas se escuchan y se preocupan por conocer las necesidades del otro, preguntan cómo pueden ayudarte y tú haces lo mismo con otras personas, y todos están pendientes de saber cómo van a colaborar, a quién te pueden presentar, qué buscar en su agenda para conectarte con personas que realmente necesitas, que saben cuáles son sus herramientas y con cuáles pueden ayudarte. La energía es otra, y es exponencial. Esto garantiza la retroalimentación de tu red, la desarrollas y generas la confianza que requiere cualquier relación a largo plazo. Salen a la luz el agradecimiento y las ganas de seguir aportando, porque tú haces por los demás, los demás ayudan a otros, otros te ayudan y te proyectan...

Tienes que actuar de forma auténtica, realzando los valores de la amistad y el bien común. Esto te ayudará cuando tengas que conseguir algo, obtener una ventaja profesional, dinero, información o una opinión favorable, colaborar y aportar valor a tu red. Hay muchas formas de hacerlo, dependiendo de la persona con quien estás interactuando, del grupo o espacio al que vayas y según los niveles de confianza relacional que tengas con cada uno de tus interlocutores. Se trata, como siempre digo, de convertir a la gente en aliados, a tus clientes y a todas esas personas que te encuentres en el camino.

Podría sonar a utopía, pero no es así. Miles de empresarios y profesionales lo han confirmado. La única forma de saber que esta fórmula funciona es aplicándola. No caigas en la trampa del “ganar-ganar”: sirve cuando estamos negociando, cuando queremos repartirnos la tarta o cuando se discute por un territorio, pero no para las relaciones interpersonales. Y de eso va este libro, de crear y desarrollar un círculo de influencia que te garantice el éxito.

En las redes profesionales, es muy importante aportar de forma genuina. Cuando ofreces ayuda, invocas la regla de la reciprocidad, pero también dices: “Tengo valor para darte, y estoy dispuesto a dártelo sin expectativas”.

Todos tenemos algo que ofrecer, y siempre hay maneras de ser útiles. Dar sin expectativas implica tomarse el tiempo necesario para conocer a la persona que quieres ayudar. Se trata de entender sus intereses, sus valores, sus sueños, encontrar soluciones. La idea es que te conviertas en un auténtico colaborador sin esperar algo a cambio. ¡Es la manera más genuina de hacerlo!



RECUERDA

Tú también tienes tus necesidades y hay gente que espera que le cuentes qué haces y qué necesitas.

Por último, para saber cómo y a quién ayudar, lo ideal es que hagas dos listas, una de “Favores por hacer” y otra de “Personas a las que ayudar”. Ten en cuenta tus dones y talentos, virtudes y valores (después de trabajar tu marca personal), y utiliza los ingredientes clave que encontrarás en el apartado “Economía colaborativa” del capítulo 7. Así sabrás lo que puedes dar y a quién puedes ayudar. Muchas veces pensamos que podemos ayudar a algunas personas y nos desgastamos intentado hacerlo, porque estamos ayudando con aquello que no les podemos ofrecer. Será necesario cambiar a las personas con las que vamos a colaborar tomando en consideración aquello que tenemos en abundancia. Te lo recordaré con un ejercicio práctico en el apartado “Audita tu red” del capítulo 4.



CONSEJO

Prepara bien tu discurso y verás lo divertido que resulta. En menos de lo que te imaginas descubrirás que, en lugar de clientes, conseguirás prescriptores, y tu red se llenará de aliados y colaboradores, no de simples clientes, proveedores, jefes o empleados.

LORENA MEDINA | DIRECTORA NACIONAL – BNI MÉXICO

“¿Cómo te puedo ayudar?” Solo cuatro palabras, pero las más importantes. La mayoría de los empresarios piensan que el networking consiste en conocer personas nuevas, sacar de ellas lo que necesitamos y continuar con la siguiente “víctima”. El networking estratégico se trata más sobre cultivar que sobre cazar. Consiste en cultivar relaciones significativas a largo plazo, en ayudar primero a los compañeros de tu red para que logren sus objetivos. Una vez desarrollada una poderosa red de contactos, y apoyados en ella, lograremos nuestros objetivos.