

Artículo
La Inteligencia Emocional en la Empresa
Nunca nada antes había sido tan trascendental para el éxito y nuestra felicidad.

Siempre ha existido una extraordinaria similitud entre las Personas y las Empresas, no solo por las relaciones comerciales o de trabajo, sino por la forma en que funcionan y se desenvuelven. Una y otra cumplen una misión de servicio, se valen de su cuerpo para entrar en contacto con el entorno y utilizan sus sentidos para compenetrarse con él. Su mente les define las estrategias y objetivos, y sus emociones le dan vida y sentido a los mismos.

Si en el caso de las personas nos valemos de las manos y piernas, en las empresas de las oficinas y canales de distribución. En ambos casos, los ojos nos guían, los oídos nos alertan, el olfato nos prepara y el tacto nos acerca. Cientos y miles de personas de manera mancomunada participan con sus cuerpos, sentidos, mentes y emociones, en pro de alcanzar los objetivos empresariales. Sin las personas no existirían empresas, ya que faltarían los invaluable aportes de sus accionistas, empleados, familiares y clientes.

Entonces, porqué continuar creyendo que las Empresas son bloques de concreto, papeles y muchos productos. No, en realidad detrás de todas esas cosas, muy importantes, existe una fábrica de emociones que le da vida, movimiento y sentido a lo que hacemos. La gente ya no quiere solo comprar productos sino vivir experiencias placenteras y mágicas. Detrás del helado, televisor o juguete, sobresale el interés por vivir y sentir al máximo las diferentes y variadas emociones. La Alegría, el Amor, la Esperanza, el Placer o el Poder, y aún el Miedo o la Tristeza.

La Imagen de una Empresa o Marca de un Producto nacen con un nombre y logotipo, pero en realidad solo se desarrollan y reconocen, cuando se involucran en ellas las emociones de las personas. ¿Qué hay en realidad detrás de la preferencia, hacia una determinada gaseosa, programa de televisión, cadena de supermercado, Entidad Financiera o modelo de automóvil? Posiblemente sentimientos de aprecio, cercanía, felicidad y placer. En resumidas cuentas, preferimos una u otra marca, porque nos hace sentir, más y mejor.

Cuando ingresamos a una Empresa, se vuelve fundamental la forma en que nos integramos al grupo de trabajo, nos comunicamos y relacionamos. Por ello, hay que adicionar a los conocimientos y habilidades técnicas, algo de caer bien en el grupo, otro tanto de aceptación y mucho de personalidad y fluidez para relacionarnos con los demás. No se trata de perder nuestra propia identidad pero si de abrirnos emocionalmente para compenetrarnos y realizar intercambios mutuamente atrayentes. ¿Cómo lograrlo? Desarrollando nuestra Inteligencia Emocional, nuestra capacidad para percibir, entender, expresar, regular y crear las emociones.

Para ello, hay que mejorar nuestro sentido de la Oportunidad. Anticipar e intuir los sentimientos de los demás para, compartir, apoyar o respetar las emociones presentes en un momento determinado. Algunas veces, será conveniente gritar y festejar al lado del compañero, otras veces será más apropiado, escuchar y dar una palmadita en el hombro, y en otras oportunidades será mejor permanecer a cierta distancia sin intervenir. Lo mismo

puede ocurrir con el jefe, se presentarán momentos en los cuales es conveniente discutir y controvertir, pero, igualmente existirán otros tantos en donde lo mejor es aceptar sus argumentos sin mediar palabra. ¿Porqué? Porque el estado emocional de nuestro jefe no es siempre el mismo. Hay que percibirlo e intuirlo, y actuar acorde con ello.

¿Porqué nos queda más fácil aprender en algunos momentos y en otros no?, ¿Porqué nuestros resultados son mejores en ciertas actividades y en otras no, a pesar de haber invertido la misma cantidad de esfuerzo? La explicación a esta y otras tantas preguntas se deposita en las emociones y en su poder que ejerce sobre nosotros, para actuar a favor o en contra de nuestros propios intereses. Lo primero que hay que destacar es que nuestro desempeño varía en relación directa a nuestras ganas y deseos de alcanzar el resultado. A mayor ganas, mejores resultados y viceversa. Resulta bastante lógico observar que si no le ponemos empeño a la actividad, nuestra concentración y energías se dispersarán, en detrimento del objetivo principal. Pero, ¿Qué hay detrás del deseo? Una mayor o menor motivación y una mayor o menor participación emotiva. De nuevo las Emociones están presentes.

De otra parte, tampoco se descubre nada, cuando se resalta que una persona triste, tensa o con miedo, no puede obtener el mismo resultado que aquella que no lo está. No se trata de eliminar los estados de ánimo negativos, que además sería imposible, sino de aceptarlos y superarlos con la mayor rapidez posible. ¿Cómo hacerlo? Reconociendo que nuestra percepción sobre los eventos y personas pueden ser modificados a nuestra conveniencia. Nuestra mente es tan poderosa, que puede crear emociones. La mayoría de las veces lo realiza sin nuestro consentimiento y a partir de ahora, nuestro objetivo es crearlas y modificarlas a nuestro libre albedrío.

Supongamos que nos asalta una tristeza profunda por la pérdida de un ser querido. Para superarlo, es importante realizar el duelo porque somos seres humanos, pero acto seguido también es indispensable cambiar nuestros pensamientos sobre la situación. La persona se fue y no hay nada que podamos hacer. Con seguridad se encontrará en un sitio mejor y estará feliz. ¿Porqué no pensarlo así y dejar de sufrir?, ¿Se trata del vacío que sentimos? Aunque parezca descarnado, modifiquemos el ángulo de visión sobre las cosas para encontrar nuevas oportunidades. Tal vez a partir de ahora, se nos abre un nuevo camino con mayor independencia, nuevos retos e ilusiones. Todo es válido y hay que utilizarlo. No le estamos haciendo daño a nadie con nuestra manera de pensar y si nos beneficiamos de manera importante.

Cuando nuestra mirada meticulosa se dirige a otro ángulo de la empresa, como lo son las quejas y reclamos, los problemas internos y las pérdidas de ventas, con seguridad detrás de cada uno de ellos se encuentra también involucrada algún tipo de emoción. Analicemos el ejemplo, de un Cliente que se acerca a hacer la devolución del producto que adquirió dos semanas atrás. Se encuentra bastante tenso, porque le aburren este tipo de reclamos, los cuales considera desafortunados y una pérdida de tiempo. Se encuentra absolutamente seguro, que la culpa por los defectos en el producto comprado corresponde al proveedor, pero le asalta la duda de que la empresa asuma su responsabilidad y le cambie con facilidad el producto. Varios sentimientos y presunciones están presentes en el cliente mientras solicita el servicio de reposición del producto. ¿Qué creen que ocurriría, si el representante

del servicio le pone el más mínimo inconveniente para cambiarle el producto? Nada bueno, con seguridad. Esta escena podría ser totalmente diferente para otro cliente que llega relajado, después de un día feliz en el que todo le ha salido de maravilla.

Hasta aquí hemos visto que, las Empresas son Emocionales por la influencia que ejercen en ellas las Personas y la importancia que representan las emociones para los Clientes. Las Relaciones están teñidas por emociones de toda índole, las cuales debemos aprender a reconocer, moldear y crear. Nuestro sentido de Oportunidad o comúnmente denominado "Sexto Sentido", debe sacarse del cuarto de zanalejo y ponerse a funcionar a su máxima capacidad. El Deseo para hacer las cosas influye de manera exponencial en los resultados alcanzados. Nuestra Percepción sobre los hechos puede y debe ser modificada, cuando necesitemos cambiar nuestro estado de ánimo. Este a su vez, afecta nuestro Comportamiento y la forma como vemos las cosas. Todo reclamo, problema y fracaso debe analizarse bajo el lente emocional, para detectar y aislar las emociones presentes, y luego sí emprender la solución más apropiada.

Ahora, viemos hacia el puerto de la Competitividad, en donde no existe duda de su importancia y complejidad. El Entorno y el Cliente nos exigen respuestas cada vez mejores y más rápidas, y nos advierte que hoy en día dispone de un mayor número de ofertas calificadas. ¿Cómo mejorar nuestro procesamiento de información, visión y adaptación a los cambios, y toma de decisiones? Si estaban esperando otra respuesta, no la hay. La solución de nuevo reside en las Emociones. Nuestros Sensores externos e internos deben expandirse para adaptarse a los nuevos requerimientos. Hoy en día, debemos sentir más fuerte, rápido y lejos. En el ámbito visual, conocemos las nuevas técnicas de lectura rápida y mejora en la retención de información. ¿Pero que pasa con los demás sentidos, oído, olfato, tacto, gusto e intuición? También deben evolucionar a la par.

En la medida en que nos desapeguemos de la manera tradicional de aprehender y actuar, de convivir y relacionarnos, de mirar al cliente y las empresas, y sobre todo de apoyarnos en nuestro rico mundo emocional, habremos dado un paso gigantesco hacia nuestra productividad, éxito, bienestar y felicidad.

¡Nunca nada antes había sido tan trascendental para el éxito y la felicidad! Y lo mejor es que, Nunca es tarde para iniciar.

Juan Carlos Medina Velandia
conideas_plus@yahoo.com
www.educacion-virtual.org