

Los antídotos para acabar con un día de ira

Hablar es el primer paso para el entendimiento y para evitar un enfado contenido que puede tener consecuencias irremediables en tu carrera profesional.

Montse Mateos. Madrid

Un malentendido con tu jefe, las quejas reiteradas del colega de turno y, otra vez, el experto en colgarse medallas por méritos ajenos consigue el ascenso por el que llevas meses luchando. Son los ingredientes perfectos para aderezar un día de ira laboral que te podías haber ahorrado con una conversación a tiempo. Hablar, intercambiar opiniones, es el antídoto para evitar situaciones de este tipo que lo único que generan es estrés y un malestar que merma tu productividad y perjudica tu estado de ánimo. Eso que muchos han acuñado como felicidad laboral desaparece de un plumazo. El peaje que tienes que pagar para ponerle fin es una conversación difícil. Ignacio Belinchón, socio de Ban Consultores, identifica tres componentes para definir esta charla como crucial: "Que las opiniones sean opuestas, que el tema a tratar sea importante y que contenga una carga emocional fuerte. Esos factores son los responsables de que esa conversación no fluya y quede estancada".

● **Salir airoso o ganar no debe ser tu objetivo** –"lo importante no es tener razón, sino tener éxito", sentencia Belinchón-. Como dice Pilar Jericó, presidenta de Be-Up, "es importante definir claramente qué necesitamos de la otra persona y hacerlo de la mejor manera posible, mediante la gestión de nuestras emociones negativas que, en estas situaciones, es fácil que ganen la partida consiguiendo el peor de los resultados". Juan Antonio Fernández, socio y director general de Habbitud Consulting, recomienda olvidarnos de la frase *trata a los demás como a ti te gustaría que te trataran*: "No es así si el objetivo es la máxima conexión con la otra persona. La clave está en introducirse en

Lo importante no es tener razón, sino éxito; llegar a un entendimiento en el que ganemos todos



El diálogo es la única solución para conflictos imposibles.

el mapa mental de la otra persona yendo con la mente en blanco, es decir, 'cero suposiciones', aceptando la verdad en parte. Cada uno tiene la suya y la interpretación de los hechos no siempre es la misma".

● **Qué quieres conseguir es prioritario.** "El factor más relevante es tener claro el objeti-

vo. Por eso hay que evitar que las emociones u otras motivaciones como el ego, vencer o tener razón, nos desvíen de lo que queremos conseguir", añade Ignacio Novo, socio de Ban Consultores.

● **En estas conversaciones lo racional se impone.** "Debemos pasar de lo emocional a lo racional rápidamente. Es co-

Conversaciones cruciales

Ban Consultores acaba de desembarcar en nuestro país como licenciatario en exclusiva de VitalSmarts, una consultora estadounidense con una tradición de más de 30 años y cuyos programas están asociados a un libro. En España sólo está traducido uno de ellos, 'Conversaciones cruciales' (Ed. Empresa Activa), que ya ha vendido más de tres millones de ejemplares. En uno de sus primeros capítulos menciona el poder del diálogo como el arma más poderosa para solucionar conflictos. La frase que encabeza el mismo es de Martin Luther King, Jr., y le sobra elocuencia y certeza: "Nuestras vidas empiezan a acabarse el día en que guardamos silencio sobre las cosas importantes". Callarse frente a aquellos que tratan de imponer su opinión no lleva a ningún lado, enquina una relación que al final se rompe. Una conversación o, simplemente, mostrar acuerdo o desacuerdo sienta las bases para llegar a un entendimiento entre ambas partes o en un equipo y ganar productividad. Aprender a reconocer conversaciones cruciales es el primer paso; y la seguridad es el mejor antídoto contra el miedo, lo que más atenta contra el flujo de significados.

Las habilidades imprescindibles

Gestionar una conversación difícil depende de uno mismo. Éstas son las habilidades que debes dominar:

- **Identifica dónde te bloqueas y por qué para afrontarlo.**
- **Enfócate en los que quieres realmente. Reflexiona sobre qué quieres para ti, para la otra persona y para la relación.**
- **Escucha, practica la empatía y la flexibilidad mental.**
- **Mantén la calma con un tono pausado, sin rapidez.**

mo ir desinflando poco a poco desde la empatía, la calma y la asertividad un globo lleno de aire. Si lo hago bruscamente con comunicación agresiva, el globo podría explotar", apunta Fernández.

● **Para no perder los nervios,** Jericó recomienda "centrarnos siempre en hechos no cuestionables y hablar desde uno mismo. También a la hora de exponer los argumentos necesitamos evitar caer en reproches, quejas o tonos que molesten a la otra persona y le impidan fijarse en el mensaje". Porque no tienes que olvidar que, como asegura Belinchón, "es difícil controlar mis emociones pero resulta imposible controlar las de mi interlocutor en una conversación profesional, por eso muchas veces se atraviesa esa barrera y la relación queda tocada. Actitudes o comportamientos de huida, agresividad verbal, el sarcasmo o no afrontar la situación contribuyen a ello".

● **La escucha activa,** la empatía o la flexibilidad mental son tus armas, "en una conversación crucial, la honestidad expresada con inteligencia emocional es, valga la redundancia, crucial", sentencia Jericó.

Stripe aprovecha el tirón del negocio online

M. Mateos. Madrid

La puesta de largo de Stripe en España coincidió con la inauguración de *South Summit*. Entre el 5 y el 7 de octubre, y organizado por Spain Startup, esta convocatoria anual dispuso *containers* alrededor de La N@ve, un nuevo emplazamiento al que como, otros años, acudieron multitud de emprendedores y expertos en la creación y lanzamiento de empresas. Guillaume Princen, director para el Sur de Europa de Stripe, fue uno de ellos y no quiso perder la oportunidad de contar con su propio *container* para recibir a los medios y clientes. La ocasión así lo merecía.

Después de un año en pruebas, el miércoles 5 de octubre Stripe estaba oficialmente disponible para las empresas españolas. Esta plataforma de software permite poner en marcha un negocio online de forma instantánea y a escala internacional, y sus números hablan por sí solos: con sede en San Francisco, nació en 2011, cuenta con más de 550 empleados repartidos en sus 10 oficinas distribuidas por el mundo y ha sido valorada recientemente en 5.000 millones de dólares.

Inversores como Sequoia Capital, Andreessen Horowitz, General Catalyst, Elon Musk y Peter Thiel participan en Stripe, que además cuenta con alguno de los principales actores en el sector financiero como Visa y American Express. "Somos conscientes de la importancia de

Esta plataforma de software permite poner en marcha un 'ecommerce' de forma instantánea

Valorada en 5.000 millones de dólares, ha recibido 300 millones de dólares de financiación

España como mercado. Llevamos un año con la plataforma en pruebas y tenemos el *feedback* de miles de usuarios que ya utilizan nuestros servicios. Y nos hemos dado cuenta de que 500 de los que ya disponen de nuestra plataforma facturan más del 50% en el extranjero", explica Princen. Glovo, Deliveroo, Typeform y El Corte Inglés son algunas de las compañías españolas que cuentan con Stripe para gestionar su negocio.

Princen confía en el potencial de nuestro país y en el desarrollo de su ecosistema de *start up* que define como joven pero dinámico. "Entre 2014 y 2015 ha habido un incremento del 83% del capital invertido en *start up*. El consumo online en España supone menos del 5% del PIB, pero entre 2001 y 2011 el 43% del PIB procede de Internet. En España es más que previsible un traslado del consumo *offline* a la parte online. Estamos preparados y queremos estar presentes cuando esto se produzca", asegura.



Guillaume Princen, director para el Sur de Europa de Stripe.