

SI YA TIENES TU "POR QUÉ", TE ESTÁS ACERCANDO AL ÉXITO

POR: LIC. EDUARDO MONDRAGÓN ZUBIRÍA

En el mundo de los negocios y la superación personal está de moda preguntarse ¿Cuál es tu "por qué"? Frase rimbombante que por más simple que parezca, contiene un alto grado de profundidad. Se pueden encontrar cantidad de autores que escriben, ponen videos en youtube, incluso en películas; hablan o hacen referencia a esta pregunta.

Pareciera que es algo nuevo, hay estudios formales que concluyen en que la respuesta de cualquier comportamiento del ser humano responde desde su propia composición biológica a este interior denominado tu "por qué". El significado de esta pregunta se define desde un concepto que se hace llamar el Circulo de Oro, (lo escuche de Simón Sinek). Este círculo, se describe en tres pasos, desde su circunferencia hacia el centro; la primera etapa responde a la descripción de lo "que se hace", la segunda en el "cómo se hace" y finalmente, la tercera etapa y central del círculo responde a "¿por qué se hace?"; esta idea explica por qué hay líderes que inspiran y otros no; empresas que marcan la historia y otras pasan sin pena ni gloria.

En la mayoría de los casos todos saben lo que hacen, es una acción decidida; por otro lado, no todos saben el cómo hacen lo que hacen; pueden no tener claridad si la forma es adecuada o no. Y menos aún, ya muy

pocos, esos que marcan la historia; tienen muy claro el por qué hacen lo que hacen. Supone este círculo de oro, que el común de la gente y las empresas viven en un proceso de afuera hacia adentro, de lo tangible a lo intangible, sin embargo, sin saberlo; sus actos siempre actúan de dentro hacia fuera.

Por otro lado, los grandes líderes, actúan de adentro hacia afuera de forma consistente, esto es, saben el por qué, su razón, su visión; generando como consecuencia el saber cómo harán todo aquello que harán para hacer realidad su propia visión de algo. Aquí lo más importante es pensar que si se tiene claridad en la vida hacia dónde caminar y por cuál camino; se podrá ser una persona, una comunidad o una empresa; rica, llena de sentido; y de eso habla toda esta idea del círculo de oro y el famoso ¿Por qué?

En cualquiera de las dimensiones y a lo largo de la historia de una persona o empresa; hay una gran cantidad de actores y se busca que los más posibles adopten la misión de esta; no se trata de contratar gente que necesita un empleo y sabe lo que hace, se trata de contar con aquellos que cuentan con un "¿por qué?"

Para que una persona o empresa mantenga viva la flama del ¿por qué?, necesariamente debe de haber un líder que su ¿por qué?

Maestría en

ESTRATEGIA E INNOVACIÓN EN MARCAS

ENERO 2020



Informes:

Bernardo Arechandía
tel. (998) 886 22 01 ext. 259

promocion@progrado@lasallecancun.edu.mx

esté alineado al ¿por qué? de una comunidad o institución; y así, más actores se contagien de la pasión que emite tener claro el ¿por qué?

Daremos cuenta que no es nada nuevo este concepto; es en realidad una constante; personajes, comunidades y empresas que tienen claro su "¿por qué?", por ejemplo, Martin Luther King, Gandhi, Apple y algunos otros, son famosos o han ido cambiando la historia. Cabe señalar que cualquier vocación hacia cualquier tarea o forma de vida de una comunidad o institución, es creer y respetar y actuar en consecuencia de la creencia que se tenga.

Si de forma personal se tiene el claro el ¿Por qué?, actuará en consecuencia con el estilo adecuado en cualquier cosa que se haga. Pero si, además, este ¿por qué? está alineando a la razón de cualquier agrupación, será un líder natural. Son muy necesarios en las agrupaciones, ya sean comunidades o grandes corporativos, son la energía espiritual que contagia a una comunidad, que alinea, que recuerda el camino que se debe de caminar como agrupación. Ayudan a definir el que hacer y cómo hacer de cualquier actividad o acción.

Si están bien alineadas las tres etapas, con el ¿por qué? por delante, toda planeación estratégica será fortalecida, haciendo frente desde todas las dimensiones de una agrupación con un fin común. Con un ¿por qué? bien definido, toda actividad o producto que se haga tendrá todas

las características necesarias, la locación será ideal para aquellos que desean unirse a ese ¿por qué? y por supuesto, la comunicación será coherente; todo lo que diga, lo que haga y en donde lo haga, tendrá su razón de ser, tendrá sentido y generará una imagen fortalecida y planeada.

Si se tiene un restaurante, ¿es para el deleite del paladar de quien disfruta su comida o es para hacer dinero únicamente?, ¿Realmente todo gira en torno a ello, menú, ambientación, precio, calidad de producto, actitud de su gente, etc.? O una marina para turistas que viven en grandes ciudades; ¿es para que tengan un espacio de naturaleza tan necesario para sensibilizarlos de la importancia de convivir con la madre tierra? Cualquier ¿por qué? es valioso, lo importante es tenerlo claro y vivirlo, perseguirlo, y actuar en consecuencia.

Hoy en día, para los que hacen planeación estratégica, mercadólogos, comunicólogos, y otras áreas de profesionalización; es un tema presente, se deriva de muchas formas como, vender experiencias, apuntar hacia lo cualitativo, neuromarketing, etc. Todos reaccionan a fin de cuentas a una visión, a un sueño, a una razón, a un ¿por qué?

No está escrita la historia de nadie, pero se anticipa que todos, como personas o empresarios se desea ser feliz y tener éxito; y mientras más profundo y claro se tenga un ¿por qué?, más se cerca estará del éxito en la vida.

Maestría en
**ESTRATEGIA E
INNOVACIÓN
EN MARCAS**
ENERO 2020



Informes:

Bernardo Arechandía
tel. (998) 886 22 01 ext. 259

promocionp@grado@lasallecancun.edu.mx