

INTELIGENCIA EMOCIONAL vs INTELIGENCIA INTELECTUAL

Es sintomático que un científico como Einstein dijera que la imaginación es mucho más importante que el conocimiento. En el siglo de la globalización, los conocimientos técnicos han perdido importancia, sobre todo en los niveles superiores de dirección. La inteligencia emocional es una de las competencias imprescindibles de un auténtico líder.

Hace poco un profesional me contaba que había tenido una experiencia turbadora. En una entrevista de trabajo, le preguntaron cual era su nivel de inteligencia emocional. El profesional no supo qué contestar, se quedó sin habla.

Los líderes tienen la obligación de comprender sus emociones y gestionarlas, para así poder entender y empatizar con las emociones de sus colaboradores y colegas, y para poder entender mejor a los clientes y proveedores, que al fin y al cabo se mueven también por emociones y sensaciones. De hecho, varias investigaciones revelan que la inteligencia emocional tiene más importancia que la inteligencia intelectual para el éxito profesional en cualquier tipo de profesión, aunque este porcentaje es abrumador cuando se trata de cargos directivos. Cuanto más alto sea la posición profesional, más importancia tiene desarrollar el coeficiente emocional.

El escudo de la omnipotencia ya no funciona, sobre todo en el aspecto práctico, ya que un líder autoritario conseguirá un equivalente en sus colaboradores. Si él no les transmite emoción, ellos realizarán su trabajo sin emoción. Si él no cuenta con ellos para las decisiones y trabajos importantes, ellos dejarán de tomar decisiones o bien, harán el trabajo por su cuenta, sin ninguna visión global o espíritu de equipo. Si él no muestra su vulnerabilidad y humanidad, ellos se cerrarán en banda y serán meros robots ejecutores. La mayoría de las veces el mal funcionamiento de un equipo es el reflejo perfecto del pobre liderazgo de su director, de su pobre inteligencia emocional. Y un trabajo sin emoción, hoy en día, está predestinado a morir.

Los 5 puntos fundamentales que conforman la inteligencia emocional son:

Autoconciencia. La capacidad para darse cuenta y reconocer nuestras propias emociones y las de los demás. Tomar conciencia es el primer paso para cambiar y mejorar cualquier aspecto. ¿Cómo? Potenciando nuestra atención en el día a día, a nuestras emociones y las de los demás.

Autorregulación. Es la capacidad para gestionar las emociones propias y las de los demás, y reconducirla hacia comportamientos y conductas adecuadas, efectivas y positivas. En este sentido, es importante tener en cuenta que “cualquier emoción es válida, cualquier comportamiento no.”

Automotivación. Es la capacidad para llevar a la acción y al movimiento la gestión de emociones, dirigidas a los objetivos marcados e influenciando en nuestro entorno. Hay que destacar la trascendencia de observar nuestro diálogo interno, nuestra comunicación con nosotros mismos.

Empatía. Es la capacidad para conectar a nivel profundo con las demás personas. Va más allá del entendimiento de las emociones de los demás. Implica un interés verdadero y auténtico por conectar con sus necesidades emocionales, con el fin de satisfacerlas. Para empatizar con los demás lo primero que hay que hacer es escuchar y observar, algo de lo que adolecen muchos directivos.

Habilidades sociales. Se trata de crear relaciones sólidas y duraderas, utilizando habilidades de comunicación verbal y no verbal, en base a un potente radar social, que permite captar cuales son las intenciones ocultas de los demás y el comportamiento adecuado a adoptar.

La empresa emocional

Si los líderes actuales necesitan desarrollar altos niveles de inteligencia emocional para ser competitivos, ocurre lo mismo con las empresas. Cada vez es más evidente que la única forma que tiene una empresa de lograr auténticos beneficios es atraer la parte emocional de los consumidores y de los empleados apelando a sus sentimientos e imaginación y no centrarse en la parte racional. Ha llegado la hora de acercarse a la gente, de contar con ella, de ayudarla, de apelar a sus sentimientos, intuición y deseos. Ha llegado la hora de escuchar, de liderar con un espíritu de servir a los demás, no sólo a los clientes. Ya es imprescindible cuidar por igual a los empleados y proveedores de la empresa. Porque de lo contrario, los más valiosos se marcharán de la empresa, sean consumidores o empleados. El talento se escapará de sus manos, y la compañía estará abocada al fracaso absoluto.

Pero ¿Cómo se crea la empresa emocional? En la década de los 60, las compañías crearon departamentos de planificación estratégica, y sin embargo, no pudieron prever ni la caída del muro de Berlín ni la crisis del petróleo. En los 80 la moda fue crear un departamento de calidad; hoy en día las empresas con calidad se cuentan con los dedos de una mano y la atención al cliente es tan mala como de costumbre. Más tarde se crearon departamentos de innovación que no consiguieron innovar nada. Hoy en día, la necesidad de impregnar de emoción a la empresa no implica una solución como aquellas.

No se trata de crear un departamento de emoción e imaginación. Se trata de que constituya la filosofía y la actitud global de una empresa, debe formar parte de su cultura corporativa, de sus valores empresariales. Esto implica un cambio radical de actitud, en una sociedad como la occidental basada en la razón, en los conocimientos técnicos e intelectuales. Es todo un reto, pero sin duda es el futuro de la empresa en el mundo del siglo XXI.