



Cuatro claves de las **CONEXIONES HUMANAS** en la empresa y en la vida

En un mundo cada vez más complejo, es cada día más cierto que las creaciones, proyectos y empresas representan la suma dinámica y agregada de un conjunto de personas que se conectan entre sí para trabajar juntas. Es verdad que muchas veces solo los líderes son visibles, y también lo es que sin su visión pocas cosas serían posibles, pero en nuestro mundo digital, globalizado y alterado por una disrupción económica sin precedentes, las propuestas de valor cada vez están sometidas a más influencias y tensiones. Y, por eso, es necesario que más personas se impliquen en sacarlas adelante. No solo porque donde hay más personas hay más energía, sino porque hay más puntos de vista.

Por Jesús Alcoba González, Ph.D.

E

n su libro sobre la sabiduría colectiva, James Surowiecki relata una interesante historia sobre Francis Galton, uno de los padres de la Psicología. Cierta día, se encontraba visitando una feria de ganadería donde uno de los atractivos consistía en un concurso en el cual los participantes debían estimar a ojo el peso de un buey. Galton tenía un vivo interés por saber cuál sería la media de todas las aportaciones. Recogió todas las papeletas, y lo que encontró fue sumamente sorprendente: la diferencia entre el peso real del buey y la media de todas las estimaciones era solamente de una libra, lo cual significaba un error mínimo, menor del que tienen la mayoría de las básculas. Dicho de otra manera, la combinación de las aportaciones individuales de cada uno de los participantes resultó ser correcta.

Este fenómeno explica una de las ventajas que tienen los equipos de trabajo en la arena empresarial. Normalmente, la diversidad que ponen en juego hace que los extremos planteados por unos sean corregidos

por los que piensan justo al contrario. Y es a través de esas compensaciones sucesivas como se va encontrando la verdad.

Además, es más fácil que los grupos representen los clientes a los que se dirigen cuanto más diversos son, sobre todo en aquellas propuestas de valor que están pensadas para el gran público. Así por ejemplo, es difícil que un equipo formado solo por mujeres encuentre todos los matices que hacen falta para crear un producto dirigido simultáneamente a mujeres y hombres, de la misma manera que una empresa en la que solo hay personas jóvenes encontrará dificultades para afinar sus productos si los dirigen también a clientes de edad avanzada. En otras palabras, es altamente recomendable que el grupo que constituye la empresa sea una muestra representativa de la población formada por los clientes a los que dirige su propuesta de valor.

Sin embargo, y pese a que la corrección de los extremos y la representatividad son dos ventajas claras de trabajar en equipo, el fenómeno de la conexión con otras personas se complementa con otras claves que resulta imprescindible conocer.

Una de las obras esenciales en este terreno es *Conectados*, de Nicholas Christakis y James Fowler. En uno de los estudios que mencionan se muestra, por ejemplo, que cuando a un recién llegado a una residencia universitaria le asignan un compañero de habitación que sufre depresión, el nuevo estudiante tarda solamente unos pocos meses en deprimirse. En otro de los experimentos que citan, se registró el estado de ánimo de treinta y tres jugadores de cricket profesional con dispositivos electrónicos. Se observó que cuando estaban más contentos tenían mejores resultados, algo que parece más bien lógico. Pero lo que resultó sumamente interesante es que existía un fuerte vínculo emocional entre cada jugador y el resto del equipo, con independencia de cómo estuviera yendo el partido. Es decir, al igual que en el experimento del estudiante universitario, las emociones pasaban de una persona a otra como si se tratara de vasos comunicantes. Lo que estos y otros estudios vienen a decir es que las emociones se contagian de unas personas a otras. Quizá por eso hay equipos de trabajo que siempre tienen buen ánimo, mientras que otros parecen encontrar siempre la excusa perfecta para angustiarse o entristecerse.

Este fenómeno no solo tiene que ver con el trabajo en equipo, sino que se observa también en cualquier tipo de relación social. En términos generales, cualquier

influencia se propaga a través de las conexiones sociales. Según Christakis y Fowler, una persona tiene en torno a un quince por ciento más de probabilidades de ser feliz si está conectada directamente con una persona que lo es. Y si entre una persona feliz y otra hay una en medio, es decir, la conexión no es directa, aún así la probabilidad que la primera sea feliz es de un diez por ciento superior. Y si hay tres grados de separación, todavía es del seis por ciento mayor. En otras palabras, estar conectados con personas felices incrementa nuestra probabilidad de que nosotros mismos lo seamos también. Estos estudios sobre la propagación de la felicidad a través de redes de amigos han llegado a ser contrastados con miles de personas y parecen demostrados.

Pero la propagación de la felicidad tampoco es la única ventaja de poseer una red social sólida. En una revisión de ciento cuarenta y ocho estudios, que representaban a un total de más de trescientas mil personas, Holt-Lunstad, Smith y Layton encontraron que las personas que poseen fuertes conexiones sociales viven más. En concreto, aquellos individuos que poseían una red social consistente mostraban nada menos que un aumento del 50% en la probabilidad de supervivencia respecto a quienes tenían conexiones sociales más débiles. Y este efecto se evidenciaba con independencia de factores como la edad, el sexo, el estado de salud o la causa de la muerte. Este hallazgo es, sin duda, de alto impacto porque la probabilidad de un descenso en la mortalidad que proporciona una red social sólida es superior a los efectos de otras variables como, por ejemplo, la actividad física o un bajo índice de masa corporal.

Tanto en la arena empresarial como en la vida personal, las relaciones sociales se revelan como uno de los vectores más relevantes de la existencia humana. Más allá de ser una necesidad, relacionarnos saludablemente con los demás es una de las claves de una vida productiva y feliz. ©

Lea, comparta y descargue en www.gestion.com.do

Jesús Alcoba González, PhD, es el director de *La Salle International Graduate School of Business* en España. Además del grado de Doctor, cuenta con un *Master of Business Administration*, un Máster en Psicología y un Máster en *Coaching*. Es miembro de varias asociaciones profesionales tales como la *International Association of Applied Psychology* y afiliado internacional de la *American Psychological Association*. Como conferencista, es ponente habitual en foros empresariales y congresos académicos a nivel internacional. Es autor -y coautor- de varios libros (entre los que se cuentan *La brújula de Shackleton*, *Conquista tu sueño* y *Sobre las personas y la vida*) y numerosos artículos de divulgación científica. Lo esencial de su vida en la investigación puede encontrarse en www.jesusalcoba.com.