

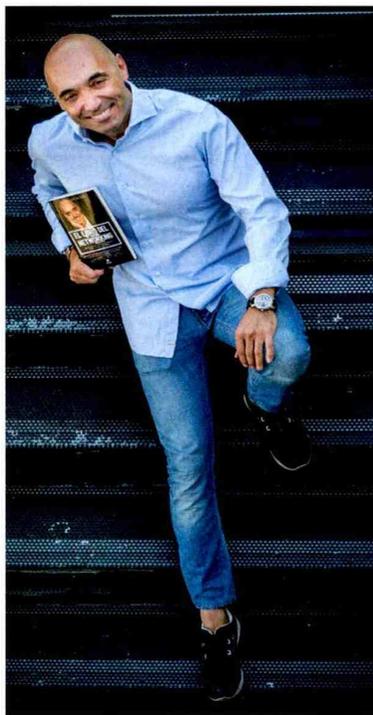
Networking emocional

Empresario con más de 30 años de experiencia en el sector del ocio y la restauración, a Cipri Quintas le gusta autodenominarse SEO de personas, porque lleva media vida dedicándose a las relaciones humanas. Artistas, políticos, deportistas, empresarios, periodistas... pocos escapan de las garras de su principal habilidad: tejer redes de contactos para "hacer que pasen cosas". Considerado un gurú del *networking*, reconoce que hasta hace poco no sabía en qué consistía este término. "Después de informarme me di cuenta de que se trataba, básicamente, de hacer amigos", asegura sin recelo.

Quintas es actualmente socio del Grupo Silk, dedicado a la restauración, y de la empresa de marketing digital Valor de Ley. También es *business angel* en proyectos de nuevas tecnologías y asesor de diversas compañías. Pero sobre todo, recalca, es "persona".

Dedica el 40% de su tiempo a promover iniciativas sociales y solidarias como 'Ayudar es divertido' -que colabora con numerosas ONGs y fundaciones-, y tras el nacimiento de su hija creó junto a su mujer 'Proyecto Chloé', una iniciativa a través de la cual ha donado el importe de todos los regalos que hubiera recibido la niña a la ONG Babies Uganda, con el objetivo de conseguir medios y material para un centro médico ubicado en la localidad de Entebbe. El hospital ya es una realidad, y se han enviado 90.000 euros para medicinas y equipamiento.

Autor de *El libro del networking* (Alienta Editorial), que se ha convertido en el primer libro solidario en acercar la lectura a Hospitales Españoles gracias a su distribución en máquinas



“ Se hacen mejores negocios creando vínculos, ganándote la amistad y el corazón de las personas que te interesan ”

expendedoras ubicadas en el *hall* de grandes hospitales madrileños, destina el 100% de sus ingresos a diversos proyectos españoles de investigación contra el cáncer.

INÉS ORIA: En *El libro del networking* asegura que el 99% de las personas son buenas, y que no podemos perder a nadie por prejuicios o desconfianza. ¿Es posible triunfar en los negocios siendo confiado?

C.Q.: La confianza es uno de los principales valores que tenemos que buscar y encontrar. Si desde un principio te muestras confiado, es posible que los demás se aprovechen de ti, pero lo más probable es que crezcan contigo. Es mucho más cómodo vivir confiando en los demás, porque la desconfianza genera un tremendo estrés.

El principal motivo que nos hace desconfiar de los demás es que nos olvidamos de ser niños. Cuando somos pequeños no nos perdemos una sonrisa, una caricia o un abrazo. No sabemos hablar, pero somos capaces de comunicarnos. No hay raza, cultura ni idioma. A medida que crecemos, nos vamos cargando de miedos.

Tenemos que volver a la pureza de cuando sólo esperábamos pasarlo bien con otros niños, porque es imposible hacer negocios con una persona en la que no se confía. Estoy absolutamente convencido de que se hacen mejores negocios creando vínculos, ganándote la amistad y el corazón de las personas que te interesan.

I.O.: Ray Dalio, fundador de Bridgewater, asegura que los errores han sido su principal fuente de aprendizaje. Usted, como emprendedor, ha experimentado el fracaso. ¿Qué se puede aprender de él y por qué debemos despenalizarlo?



“Las redes sociales no pueden sustituir un abrazo de verdad, pero tienen una gran utilidad y debemos aprovecharla”

“Una persona triunfadora no es la que más tiene ni la que menos debe, sino la más querida”

C.Q.: En los negocios no se fracasa, únicamente se pierde dinero. Un fracaso se puede convertir en un gran éxito si se toma como aprendizaje.

Si en un momento dado tomamos una dirección equivocada, por el camino nos encontraremos personas y experiencias únicas. Por eso, no me arrepiento de ninguno de mis fracasos, más bien al contrario. Considero que soy el resultado de mi historia, de mis maravillosos socios y de mis compañeros, que son quienes me hacen grande.

Tenemos una idea equivocada del éxito. Para mí el verdadero éxito es que te llamen para ver cómo estás, que te escriban para decirte que confían en ti y, en definitiva, que te quieran. Una persona triunfadora no es la que más tiene ni la que menos debe, sino la más querida.

I.O.: Según Alfonso Alcántara, “la mayoría de los directivos han llegado a su posición por méritos propios, y por su red de contactos; pero la red da posibilidades a aquel que ya las tenía”. Usted atesora una agenda con casi 7.000 contactos y empezó antes de que surgieran los medios sociales. ¿Cree que estas plataformas son el gran democratizador?

C.Q.: Algunas personas ponen barreras entre el mundo *online* y el *offline*. A mí me gusta mucho el contacto personal, pero no desaprovecho la oportunidad de comunicación que me ofrece la tecnología.

Utilizo mucho Facebook, LinkedIn, Whatsapp, Twitter y, desde hace poco, Instagram. Ninguna de estas plataformas puede sustituir un abrazo de verdad, pero tienen una gran utilidad y debemos aprovecharla.

Las redes no son un mundo virtual, sino otro lugar real en el que nos encontramos y a través del cual nos comunicamos. Por ejemplo, si LinkedIn te recuerda las fechas de los cumpleaños y te da la opción de felicitar a tus contactos, ¿por qué no lo hacemos? Es una manera fantástica de crear lazos, de fortalecer vínculos y construir una red fuerte.

I.O.: Paul Polman, ex CEO de Unilever, advierte que la tecnología está “deshumanizando la sociedad”. Dice que un americano tiene 500 amigos en Facebook, pero sólo una persona con la que puede hablar. En un entorno tan digitalizado, ¿qué papel tienen las relaciones personales?

C.Q.: Pensamos que tener muchos contactos en Facebook es tener amigos, no nos damos cuenta de que esta plataforma es sólo una herramienta para relacionarnos.

Yo propongo llevar la comunicación 2.0 a la 1.0; juntarlas y tomar lo mejor de cada una para crear ¡las relaciones sociales 3.0! Por ejemplo, cuando voy a dar una charla a otra ciudad, invito a todas las personas de mi agenda que viven allí. Aprovecho para darles un abrazo y charlar un rato con ellos.

I.O.: ¿A qué se dedica exactamente un SEO de personas?

C.Q.: Me dedico a conectar a las personas. Soy como el algoritmo que une a unos y otros. No es ninguna habilidad especial, basta con prestar atención a lo que te cuenta cada uno con el objetivo de promover que pasen cosas entre personas que tienen algún talento y algún punto en común. Eso sí, hay que escuchar con atención, no desde el oído, sino desde el corazón.

Una de las cosas que me produce más placer en la vida es presentar a dos personas y ver que se caen bien y hacen cosas juntos.

En Valor de Ley posicionamos a nuestros clientes desde una perspectiva diferente, y les hacemos pensar en cómo podrían ellos ayudar a los demás. Buscamos enlaces de calidad, ampliar las agendas y sacar a las personas de su zona de confort para que piensen de otra manera.

I.O.: Uno de los principales inconvenientes del *networking* es que requiere mucho

“Las cosas suceden cuando pueden suceder, cuando están maduras. Se pueden promover o empujar, pero no forzar”

tiempo, un recurso del que la mayoría de las personas no dispone. ¿Cómo organiza usted su agenda?

C.Q.: No utilizo ningún método de gestión del tiempo, me muevo por instinto y sentimientos. Organizo mi actividad diaria en función de lo que siento que debo hacer. ¡El inconveniente es que mi agenda está completamente desestructurada!

Por ejemplo, soy capaz de ir tres días seguidos al centro en vez de juntar las reuniones en una misma jornada con tal de hacer las cosas en el momento que considero adecuado. Porque las cosas suceden cuando pueden suceder, cuando están maduras. Se pueden promover o empujar, pero no forzar.

I.O.: En muchas ocasiones utilizamos el *networking* con un objetivo concreto como, por ejemplo, buscar trabajo pero, ¿por qué deberíamos cuidar continuamente nuestra red de contactos?

C.Q.: *Networking* es sólo una forma de llamar a una actividad que, en

“La amistad no es un deporte de riesgo. El riesgo está en perderte a las personas”

realidad, tiene que ver con la empatía, con crear una red y relacionarnos para crecer personalmente. Dedicarle tiempo únicamente cuando quieres conseguir un objetivo concreto no tiene sentido.

Los humanos somos animales gregarios, es algo innato. Por eso, yo me pregunto: ¿cómo es posible que escondamos las herramientas que tenemos para relacionarnos con los demás? La amistad no es un deporte de riesgo. El riesgo está en perderte a las personas.

Los beneficios de ampliar tu red de contactos son infinitos: desde conseguir clientes hasta encontrar nuevos amigos o parejas. También hay otros como, por ejemplo, conocer a un médico que te puede orientar cuando tengas un problema de salud, o a un empresario que te dará una idea para tu negocio.

Siempre digo que todos deberíamos trabajar para tener un entierro inmenso, en el que todos nuestros amigos nos llorasen de verdad. A mí me gustaría que me recordasen con cariño diez años después de haber muerto.

I.O.: Al final, todas las compañías buscan rentabilizar sus interacciones económica y socialmente. En su caso, ¿cómo rentabiliza esas conexiones?

C.Q.: Realmente la rentabilidad la obtengo a través del crecimiento personal, no en la cuenta de resultados.

Sin embargo, soy consciente de que el hecho de conocer a mucha gente y ser popular impulsa el crecimiento de mi marca personal. Esto hace que me llamen de más sitios para dar conferencias, que cada vez más empresas soliciten los servicios de la agencia y, en definitiva, me ayuda a generar credibilidad a la hora de montar un negocio.

I.O.: A lo largo de todo este tiempo, ¿ha tenido que hacer frente a algún tipo de crisis reputacional?

C.Q.: La mayoría de las críticas que recibo cuestionan la veracidad de mis palabras. Procuero analizarlas para saber cómo puedo mejorar, pero no me preocupan demasiado. Los únicos que no tienen crisis reputacionales son aquellos que no hacen nada ●