



Aprender a ser un buen líder es como coronar un “ocho mil”. Hay personas con capacidades innatas, pero de nada sirven esas cualidades sin la formación y el entrenamiento adecuados. La clave está en luchar cada día por incorporar hábitos positivos en el trabajo.

Los hábitos y las competencias que los líderes aportan no son un rasgo de su personalidad, ni tampoco un conjunto de conocimientos aislados que se hayan podido adquirir, sino que fundamentalmente es el resultado de ejercitar comportamientos continuos en su actividad personal y profesional, y por tanto, siendo así, debemos entender, y esto forma parte esencial de la reflexión que debemos hacernos tanto como obligación de los líderes como exigencia de los liderados, que éstos pueden y deben mejorarse.

Son precisamente el desarrollo de estas competencias las que conducen al éxito y cuando éste es alcanzado por el líder lo es también por su organización, y por ende, por los miembros que forman parte de ella, por eso resulta esencial que los líderes aprendan a desarrollarlas, no sólo desde un punto egocentrista del éxito personal del líder, sino en términos puramente sociales de beneficio para la organización y el conjunto de representados.

En determinados ámbitos empresariales de referencia han consensuado los hábitos que cualquier persona debería practicar y esforzarse por mejorar si desea convertirse o continuar como líder; digamos que es el cuestionario que periódicamente deberían responder:

¿Tengo iniciativa creativa que genere ideas innovadoras?

¿Tomo decisiones de modo adecuado y en el momento oportuno?

¿Comunico y escucho de manera efectiva?

¿Soy íntegro, es decir, me comporto de manera recta y honrada ante cualquier situación?

¿Trabajo en equipo fomentando la confianza entre los miembros del equipo?

¿Soy recio, es decir, tengo capacidad de soportar la presión e incluso el fracaso saliendo fortalecido?

¿Gestiono el tiempo priorizando y ejecutando en el plazo previsto los objetivos?

¿Gestiono diagnosticando, afrontando y resolviendo los conflictos interpersonales con prontitud y profundidad?

Existe una competencia previa a todas ellas que es fundamental para desarrollar cualquier otra: la capacidad de cambio personal, resulta esencial adaptarse, adquirir nuevos conocimientos y modificar hábitos cuando es necesario.

Centrando este panegírico al universo de los vendedores de prensa, y en concreto al de las asociaciones y sus respectivos líderes, las cuestiones planteadas tienen idéntico valor y algunas de ellas adquieren especial relevancia. Sería de desear que cada uno de los presidentes las respondiese en su intimidad de forma sincera; por su parte, los vendedores, en su papel de representados, deberían diagnosticar las competencias de sus representantes, y finalmente, tanto unos como otros, actuar en consecuencia con objeto de mejorar el beneficio del conjunto.

Quiero hacer especial hincapié en una de las cuestiones planteadas, la capacidad de comunicar y escuchar de manera efectiva; lo hago no porque tenga mayor relevancia que el resto, sino en cuanto en cuanto adquiere una relación estrechamente directa con **a:Ditoday** y su papel de elemento fundamental en la comunicación entre los vendedores de prensa. Este espacio se ha convertido en la herramienta de referencia usada por vendedores, distribuidores y editores para informarse sobre toda cuestión que afecte a la red comercial.

El papel de a:Ditoday como plataforma de comunicación indiscutible entre los vendedores no

Liderazgo y comunicación: papel en el asociacionismo

Escrito por Administrator

Domingo 03 de Abril de 2011 00:00

se debe a la participación de las asociaciones o de sus presidentes, sino a la colaboración de vendedores anónimos que han sumando dándonos su visión, plasmando la problemática y analizando la actualidad de la profesión; ninguno de ellos, que yo sepa, con el más mínimo interés por liderar ninguna organización, sino por puro convencimiento de que compartiendo su visión y conocimientos ayudaban a mejorar nuestra profesión y a generar la necesaria "conciencia colectiva".

Parece que los tiempos cambian y que los representantes de los vendedores toman conciencia de que sus silencios ya no se justifican, que liderar un proyecto implica en igual medida disponer de proyecto como el comunicarlo y compartirlo adecuadamente, que el vendedor (como receptor fundamental del contenido de sus proyectos, como parte esencial de los mismos y como fin último de todos ellos), tiene el derecho a estar plenamente informado, a poder preguntar y a ser escuchado y respondido por sus líderes.

Digo que los tiempos parecen cambiar ya que por primera vez el presidente de una asociación se decide a contestar, con mayor o menor acierto, a cuestiones planteadas directamente por un vendedor en el foro de a: Ditoday; el Sr. Artacho, presidente a ANVP, ha iniciado una sana práctica que, de imitarse por otros presidentes, podría significar la entrada de las asociaciones de vendedores en la "era contemporánea" de la comunicación y en consecuencia de sus organizaciones. También, y quizás sin preverlo, en el inicio del entendimiento entre todas las partes (presidentes, asociaciones y vendedores)... al fin y al cabo, para entender y compartir algo primero debe conocerse lo que se pretende entender y compartir.