



**EDUCACIÓN CONTINUA**

**CURSO DE:**

**LO QUE TODO  
EMPRESARIO DEBE  
CONOCER**

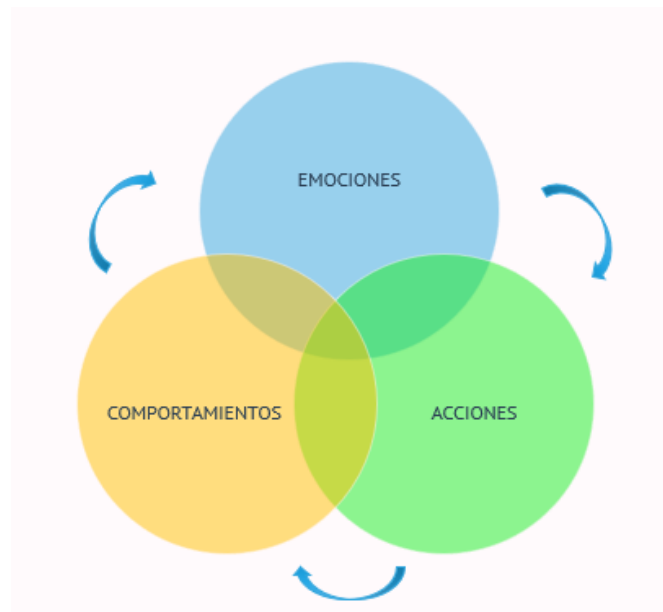
**El mundo de las Emociones**

**Mgs. Denis Calvache**

## El mundo de las Emociones

Cuando abordamos el tema de emoción es hablar de palabras mayores, quizás viene a ser el tema de mayor importancia en este curso, debido a que se debe tener en cuenta el funcionamiento de este para generar estrategias.

Es por esto por lo que necesitamos explicarlo por el siguiente esquema:



Vamos a explicarlo mediante un concepto de conjuntos, para lo que nuevamente, necesito que viajemos al pasado, a una clase de matemáticas para recordar un poco.

Cuando nuestro profesor nos enseñaba conjuntos y nos decían que el conjunto A, mantenía elementos del conjunto B y del C; se generaba una INTERSECCIÓN, ¿pero de qué nos sirve este concepto para aprender de nuestros clientes?, la respuesta es que: LOS CLIENTES NO COMPRAN PRODUCTOS, COMPRAN EMOCIONES.

Ahora bien, nuestras vidas dependen de estos tres conjuntos:

- A. Las emociones
- B. Las acciones
- C. Los comportamientos

Todo va relacionado, es decir, basta con estimular una emoción para generar una acción y posteriormente un comportamiento, de esta forma entendemos que nuestro accionar depende mucho de las circunstancias en las cuales nos desenvolvemos.

Es como un círculo vicioso que constantemente lo ejecutamos, expliquémoslo con un ejemplo práctico:

Meses atrás en las noticias, se dio cobertura a un acontecimiento que me permite explicar este diagrama, era de un muchacho de buena familia, con un trabajo estable y con altas creencias religiosas, que decidió terminar su vida, arrojándose al vacío, porque su novia de muchos años le dejó.

Analicemos este caso: Cuando las emociones están de lado, nos convertimos en seres IRRACIONALES (no pensamos a profundidad) y esto representa un alto riesgo, de nada le importó su estatus, su formación e incluso sus creencias, simplemente bastó que sus EMOCIONES se vean afectadas para tomar una decisión fatal.

Es por eso que, digo: “LAS EMOCIONES MATAN VALORES”, aquel individuo se mostró tan afectado por la pérdida de su pareja que le condujo a tomar una decisión que, con cabeza fría le hubiese costado realizar, no cualquiera se lanza de un puente.

Ese golpe EMOCIONAL fue tan fuerte, que le llevó a tomar ACCIONES IRRACIONALES y condujo a un COMPORTAMIENTO SUCIDADA.

A donde quiero llegar es que, constantemente somos presas de un juego EMOCIONAL y justamente por ese lado debemos gestionar la comunicación y ESTÍMULOS.

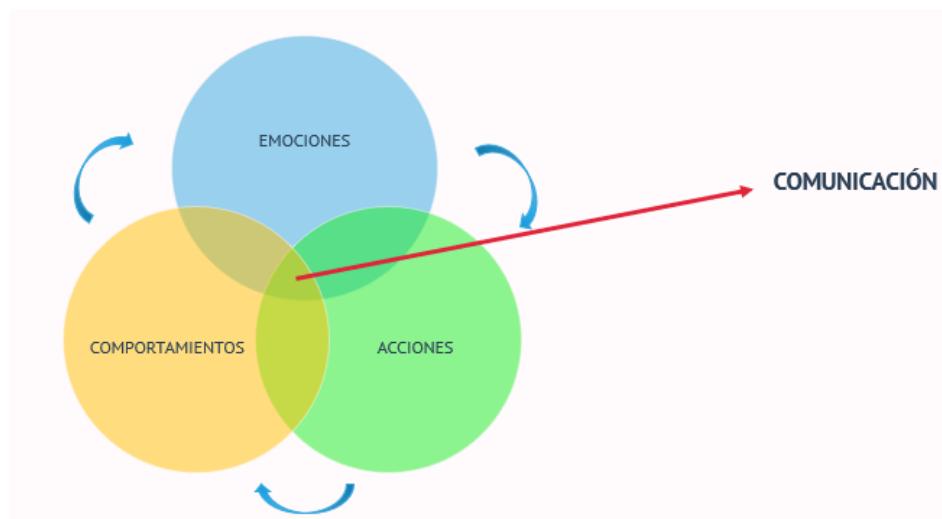
Si ahora conocemos, que las emociones deciden por nosotros, entonces: ¿Por qué NO comenzamos a gestionar ESTRATÉGICAMENTE las EMOCIONES de nuestros clientes?, se menciona por diversos estudios que el 95% de nuestras ACCIONES provienen de nuestras EMOCIONES, entonces ocupémoslas a nuestro favor.

Tomemos otro ejemplo: El día de San Valentín, ¿han visto como la gente se transforma?, estamos tan inmersos en ese día que te vistes de otra manera, tratas de generar eventos, reuniones y citas para conmemorar dicha fecha con tus seres amados, incluso no piensas en valores, compras un ramo de rosas en sobreprecio para entregárselo a alguien especial, cuando durante todo el año nunca lo hiciste incluso a menor precio.

El análisis es simple, cuando uno está feliz GASTA y cuando estamos tristes GASTAMOS MÁS o viceversa, pero ¿cómo gestionamos eso a nuestro favor?, nuevamente la respuesta es a través de una correcta COMUNICACIÓN.

La comunicación es la famosa INTERSECCIÓN en estos conjuntos, que nos permitirá generar vínculos con nuestros clientes y éstos deberán ser muy fuertes para que no nos sean INFIELES como mencionamos en la lección anterior y finalmente lograr el tan ansiado POSICIONAMIENTO.

Hablemos de un ejemplo cotidiano: la tienda de barrio, en donde está una señora que durante años te vio crecer, siempre tan cordial, siempre preguntándote por tu familia e incluso te regalaba productos mientras crecías, generaste un vínculo tan personal con este ser, que si el día de mañana se instala una nueva tienda en la esquina de tu barrio (incluso de mayor calidad y con productos variados), tus EMOCIONES jugarán un papel importante, te sentirías hasta mal, de comprar ahí (como si estarías traicionando a tu familia), es porque el VÍNCULO que has generado hasta ahora con la señora del barrio, es tan fuerte que incluso supera a los productos y la calidad que tiene la otra tienda.



Y ¿por qué es tan importante generar vínculos a través de una CORRECTA COMUNICACIÓN?, porque los VÍNCULOS (ESPACIO VIRTUAL), superan a los productos (ESPACIO FÍSICO), incluso el producto puede ser de menor calidad, pero te sientes tan conectado con la señora del barrio que sigues comprando, ella no necesitó un curso de MARKETING, pero fue lo suficientemente PERSONAL que te hizo elegirla a pesar de las circunstancias, ¿interesante verdad?

Vamos con un último ejemplo, caso de la vida real, del cual fui parte:

Hace unos años atrás, una compañera de curso, muy cariñosa con su novio de aquel momento, le escribió en horas de la mañana a través de un mensaje de Whatsapp, con mucho amor le puso el siguiente mensaje: “HOLA MI AMOR, ¿CÓMO AMANECISTE?”, obviamente sólo quería saber de su novio y desearle un hermoso día.

Pasaron unos minutos y al revisar su mensaje, se había enviado correctamente, al no recibir respuesta por parte de su novio, procedió a mandar un segundo mensaje: “MI VIDA, ESTÁS BIEN?”, al no recibir tampoco una respuesta, las EMOCIONES comenzaron a jugar un papel TRASCENDENTAL.

Había verificado que su mensaje se envió, pasó una hora y seguía sin recibir respuesta, consternada, decidió llamarlo (algo que no resultó tan conveniente), timbró y timbró el celular, pero seguía sin recibir una respuesta, INMEDIATAMENTE volvió a llamarle por segunda vez, pero nuevamente sin respuesta, con una particularidad, sonó timbró tres veces y después dejó de sonar (como si le colgara la llamada).

Empujada por sus EMOCIONES, ahora claramente afectada, insistió una vez más, pero nuevamente sin respuesta, por lo tanto, generó una ACCIÓN: decidió dejarle un mensaje, pero ya afectada EMOCIONALMENTE, mismo que decía: “AMOR, TE ESTOY LLAMANDO YA VARIAS VECES Y NO ME CONTESTAS, SÉ QUE TE LLEGAN MIS MENSAJES E INCLUSO ME COLGASTE, ¿TE PASA ALGO O NO QUIERES QUE TE MOLESTE?” (Tono fuerte y brusco).

Miren como sus emociones juegan parte en esta situación, pasaron de un AMOR INCONDICIONAL a uno de PREOCUPACIÓN Y MOLESTIA, lamentablemente para mi compañera su novio seguía sin contestar.

Después de una hora de insistencia, sin resultado, su mente comenzó a generar una historia, es lo que los seres humanos normalmente realizamos, comenzó a pensar y atar cabos: “SEGURAMENTE ESTÁ CON SUS AMIGOTES”, “¿SERÁ QUE ESTÁ CON ALGUIEN MÁS?”, “Claro, ahora recuerdo que hace una semana se encontró con una chica mientras caminábamos, seguramente está con ella”.

En síntesis, se generó una historia propia y hasta determinó culpables, impulsada por la RABIA y el ENOJO, le dejó un mensaje: “SABES QUE: TE LLAMÉ CON TODO EL AMOR DEL MUNDO, YO QUERÍA SALUDARTE, PERO COMO PARECE QUE ESTÁS CON ALGUIEN MÁS, AHÍ QUEDA TODO... TERMINAMOS Y NO QUIERO SABER MÁS DE TI”.

La culpa no es de la chica, la culpa es la falta de COMUNICACIÓN, lo que no sabía mi compañera es que su novio estaba con una terrible infección intestinal y obviamente no podía contestar, pues estaba en una situación incómoda.

¿Cómo hubiese cambiado la historia, si sólo el novio tomaba un minuto para decirle que estaba enfermo?, probablemente sus emociones habrían sido diferentes lo que derivaba a otras acciones y comportamientos, algo así: “OHH MI BEBÉ, POBRECITO, ¿QUIERES QUE TE LLEVE ALGO?, ¿TE VOY A VER?, LA VERDAD NO SÉ QUE HARÍA SIN TI.

Lo mismo pasa con nuestros clientes cuando emitimos un mensaje inicial y no existe una correcta COMUNICACIÓN, cuando no somos consistentes con lo proyectado o no

generamos RETROALIMENTACIÓN, recuerden que las EMOCIONES son POTENTES y hasta nos hacen creer historias que sólo están en nuestra MENTE.

Entonces, como empresarios, gestionemos la COMUNICACIÓN de una manera ESTRATÉGICA, para poder MANIPULAR SITUACIONES o como se dice: “MANIPULAR EMOCIONES – EMPRESARIALMENTE”, para esto es necesario abordar conceptos como: IMAGEN, PERCEPCIÓN y REPUTACIÓN, mismos que veremos en las siguientes lecciones.

#### **Trabajo Práctico:**

- Toma cualquier producto existente y analiza cómo se vincula con su cliente de una manera emocional.
- Detalla 3 ejemplos de PRODUCTOS a nivel mundial que hayan realizado campañas de comunicación creativas (bajo costo) que les han permitido incrementar las ventas a través de un VÍNCULO EMOCIONAL.