



➔ **Ser competente no es suficiente – Go the extra mile**

Es evidente que en el sector de las Tecnologías de la Información hay un exceso de oferta ó escasez de demanda, que viene a ser lo mismo; por tanto, si queremos seguir en el mercado y más aún si queremos crecer, no basta con ser buenos sino que hemos de ser los mejores; es decir, **"ser competente no es suficiente"**.

Si los resultados no son los que eran, no nos engañemos pensando que estamos pasando una "mala racha" y que cuando todo vuelva a la normalidad será fácil de nuevo; dejemos de esperar y asumamos definitivamente que esta mala racha es, simplemente, una "nueva realidad"; tampoco seamos fatalistas pensando que las cosas ahora son peores que antes. Simplemente ahora funcionan de un modo diferente y con un mayor dinamismo. Actuemos, por tanto, en consecuencia.

Cuando describimos a algo o a alguien, eludimos lo convencional y mencionamos sólo aquello que lo distingue y que son "sus valores". Si nos referimos al colectivo, esos valores son aplicables cuando son patrimonio de sus miembros. Por tanto, para que la empresa tenga determinados valores, compartamos tales valores.

Los valores no existen por publicarlos en un folleto, en la web o porque se lo digamos a un cliente, sino que hay que demostrarlos con hechos o logros concretos. Si revisamos nuestra historia y nuestros trabajos en nuestros clientes constatamos que, afortunadamente, tenemos importantes valores que todos deberíamos conocer, compartir e incluso potenciar.

El mercado no es capaz de identificarnos con un número elevado de valores, por tanto escojamos aquellos con los que queremos que se nos asocie, algunos ya los tenemos y otros pocos será necesario potenciarlos; en cualquier caso, podemos estar seguros de que seremos quienes queramos o decidamos ser.

¿En qué nos podemos o queremos diferenciar respecto al resto?. Hay dos aspectos básicos: **qué** hacemos y **cómo** lo hacemos, si bien, personalmente, creo que el **cómo** es lo que marca la diferencia. Si miramos a las compañías líderes, veremos que destacan mucho más por cómo hacen las cosas que por realizar actividades extraordinarias.

Respecto al **qué**, todos deberemos compartir una misma visión y saber exactamente a qué se dedica la Compañía y a qué no, saber cuales son nuestras habilidades específicas, que disciplinas tecnológicas dominamos, cuales estamos potenciando, etc., y, para demostrarlo, simplemente, ofrezcamos al mercado y a los clientes ejemplos concretos (proyectos, clientes) en los que se ha utilizado tal tecnología o tales habilidades.

Con el **cómo** sucede lo mismo: tenemos que compartir un modo de hacer, un estilo, el mercado también nos debe reconocer por el modo en el que hacemos las cosas y que éste **cómo** diferente represente nuestro valor añadido y diferencial. Aquí, tampoco sirve de nada que vayamos pregonando nuestro bien hacer, aquí, más que nunca, es necesario demostrarlo, hay que actuar en consecuencia y que ese estilo, ese modo de actuar se deduzca de nuestras acciones.

¿Cuál es el secreto para mejorar?. La receta es sencilla, no pensemos que a los demás les va mejor porque lo tienen más fácil; el modo de diferenciarse es, exclusivamente, dedicando un esfuerzo mayor tanto en cantidad y como en calidad.

Una reflexión más: el **qué** es dinámico, cambia diariamente siguiendo la evolución del mercado en cuanto a necesidades, a tecnología, etc.; sin embargo, el **cómo** marca un estilo en el que sólo nuestro esfuerzo continuado logrará su fortalecimiento. Ése es, ni más ni menos, el secreto de la gente normal para hacer cosas extraordinarias. Ó, como dicen los americanos, **"go the extra mile"** para remarcar que, para llegar más lejos, hay que esforzarse y recorrer, siempre, una milla más.



Fernando Cantó
Director Zona Centro