

El Manifiesto Sherpa

Acompañantes, asesores, ayudantes, coaches, consultores, entrenadores, expertos, facilitadores, formadores, especialistas, mentores, especialistas, consejeros, confesores, orientadores,...

En número de vocablos que se utilizan para denominar a quienes se ganan la vida ofreciendo sus conocimientos a quienes los necesitan, no para de crecer. Términos religiosos, deportivos, históricos o literarios. Conceptos humildes o prepotentes. En inglés o en español. Todo vale para tratar de explicar unos servicios vinculados muy directamente con la persona que los ejecutan.

Podríamos estar discutiendo hasta el infinito sobre las diferencias entre unos y otros. Es curioso, pero gran parte de la bibliografía de algunos conceptos más recientes como el **coaching** dedica casi más espacio a explicar lo que NO es que lo que realmente significa.

Esta obsesión por desmarcarse de otras prácticas, de definirse en negativo ("NO SOMOS..."), posiblemente está impidiendo su desarrollo con la velocidad con que lo ha hecho en otros países con menos prejuicios. El hecho de aparecer en un artículo sobre consultoría ya debe parecer una herejía a algunos puristas. Vale, ya sabemos lo que no es coaching, pero entonces ¿Qué es? ¿Para que sirve? ¿Qué gano yo con ello?

Por otra parte, empieza a ser poco práctico y nada clarificador utilizar conceptos genéricos como consultor, asesor o experto. Los cambios en el mercado laboral están consiguiendo que en el historial de cualquier profesional, exista un "momento consultor". Por lo tanto, es necesario completarlo con una coetilla que explique la metodología, la especialidad, el sector o la Gran Consultora en la que ha "crecido".

Pero en definitiva y por muy exquisitos que nos queramos poner, podemos decir que hablamos de personas que utilizan sus conocimientos y metodologías para resolver problemas o conseguir una mejora de otros profesionales u organizaciones.

La visión popular de estos servicios está asociada a precios elevados, trabajo intenso, resultados dudosos y un documento final de varios centenares de páginas.

Las bromas, chascarrillos e historietas que circulan por la red pueden parecer anecdóticas pero son un buen indicador de la forma en que estos servicios son percibidos, la marca en definitiva.

En mi opinión, la diferencia no está en si se dirigen a un individuo o a una organización, si utilizan metodologías cerradas o aplican el sentido común, si imponen sus herramientas o emplean el método socrático. Si son asesores independientes o pertenecen a una gran multinacional de la consultoría. Creo que lo realmente importante es el tipo de relación que mantienen con el cliente.

Creo que la imagen y el prestigio de estos servicios se dispararía si estableciésemos un nuevo tipo de "contrato moral" con el cliente.

Si nos fijamos en los términos que he indicado al principio, veremos que todos indican una relación maestro-pupilo, orientador-ejecutor, preparador-entrenado. Pero, por lo general no hay una verdadera asunción de riesgos ni reparto de méritos. Parece que más bien estamos diciendo aquello de "tu haz lo que digo, pero no lo que hago".

En nuestro entorno cultural hay un profesional que se aproxima mucho más a la forma en que deberíamos trabajar. Es un experto que vincula sus resultados al de su cliente. No es un oficio que encontremos a la vuelta de la esquina, al salir de nuestros edificios de cristal y acero, pero está incorporado a nuestro subconsciente colectivo: **Sherpa**. (Nombre que se le da a las personas que viven en los valles que rodean el Everest)

Cualquiera podría haber establecido antes esta analogía y haberla definido en profundidad pero los pocos que asocian este duro oficio a su servicio se han quedado en la faceta de guía y no dicen ni pío del resto de las implicaciones y



características de este grupo humano.

Por todo esto, quiero describir aquellos atributos que hacen de los Sherpas un modelo a imitar en el mundo de los Servicios Profesionales. Lo denominaré:

El Manifiesto Sherpa

1. El Sherpa es un guía que conoce el terreno.

Esta es la función más conocida, la de acompañar al cliente a la cumbre y hacer más fácil y seguro el ascenso. Pero para poder hacerlo ha de conocer perfectamente el terreno. Sabe donde pisa porque ha pasado ininidad de veces por el sitio, no porque lo haya estudiado en una escuela de montañismo, lo haya leído en algunos manuales o haya practicado la escalada mediante el método del caso.

Ha cometido errores, se la ha jugado y ha conseguido la experiencia, los conocimientos y el prestigio suficientes como para acompañar a otros en su aventura.

2. El Sherpa es capaz de establecer una relación de empatía y de estrecha amistad con el cliente.

La devoción que sienten escaladores y sherpas entre ellos va mucho más allá de la cortesía profesional, pero al mismo tiempo son capaces de mantener una distancia crítica.

En algunos momentos, incluso en los que se arriesga la propia vida, una sonrisa o un gesto son suficientes para saber lo que ocurre. Son capaces de escuchar activamente, leyendo incluso los silencios.

3. El Sherpa es un planificador, un coordinador.

Los guías de la montaña no solo se encargan de acompañar al cliente sino también de coordinar al grupo y a otros escaladores.

Además, son los responsables de crear el equipo que formará la expedición por lo tanto han de ser capaces de establecer relaciones y establecer prioridades.

4. El Sherpa asume riesgos.

Para ganarse la vida, un guía debe asumir que la forma apropiada de moverse en un entorno desconocido y cambiante es combinar la decisión y la cautela.

Entiende que el equipo debe guardar un margen de seguridad. La ascensión no debe ser una empresa imprudente, desarrollada atolondradamente sin atender al peligro. La aceptación desconsiderada de todos y cada uno de los riesgos no tiene nada que ver con el valor bien entendido.

5. El Sherpa quiere llegar más alto.

Acompaña a otros que también quieren superarse a si mismos. No puede desligarse de su instinto de explorar, de desafiar los límites y de alcanzar objetivos. Por eso se une a otros con ambiciones similares.

6. El Sherpa se caracteriza por sus valores positivos.

La sonrisa y el buen humor forman parte del trabajo. Son personas leales, íntegras, de vidas sencillas y capaces de resistir en situaciones muy difíciles. Tienen buen carácter si se los trata con justicia.

Poseen personalidad, extremada profesionalidad y una excepcional sensibilidad respecto al mundo. Esto les permite establecer relaciones con el cliente con facilidad.

Son flexibles, rápidos, resistentes y con una gran devoción al servicio.

Su manera de ser individualista, exuberante, amante del riesgo y de las recompensas, ha sido la base de un estilo de vida alegre, jovial, abierto, plácido y hospitalario que les ha hecho ganarse el cariño de generaciones de escaladores occidentales.

7. El Sherpa es un ejemplo de responsabilidad social y sostenibilidad.

Los sherpas han tejido mitos en sus relaciones con la montaña. Todas las acciones contaminantes, del tipo que sean, son una ofensa para la montaña y es probable que acarreen desastres.

Los sherpas se ponen muy nerviosos y tristes cuando presencian una confrontación o la exhibición de sentimientos negativos como la ira y la agresividad. La consideran algo contaminante, una enfermedad emocional.

8. El Sherpa es competente.

Los sherpas aportan el conocimiento y la destreza en el trabajo. Están acostumbrados a las grandes alturas y al



frío desde que nacen. Son capaces de inducir al cliente a recuperar capacidades apagadas. Predicen el clima que hace el ascenso difícil o imposible. Conocen el terreno y diseñan rutas para el ascenso. Ofrecen sugerencias, ideas y las herramientas, habilidades y recursos necesarios para el ascenso. Posibilitan, aconsejan y asesoran en entornos difíciles con opciones limitadas. El sherpa sabe lo que hay que hacer en situaciones apuradas.

9. El Sherpa trabaja por una remuneración justa y eligen a sus clientes.

Un sherpa se molestará si le ofrece menos de lo que espera, pero lo aceptará. La tradición comerciante de los sherpas dice que son gente amistosa, entusiasta, optimista... y astuta en asuntos de dinero. La experiencia de numerosos accidentes, ha obligado a los sherpas a juzgar con ojo mucho más crítico a quienes los contratan.

10. El Sherpa defiende su identidad y trabaja en equipo.

Los sherpas se esfuerzan en conservar su identidad y proteger, de este modo, su fama. Entienden que si quieres encontrar un trabajo a gran altitud, prestigioso y bien pagado, tienes que ser sherpa. Son compañeros excelentes que defienden ferozmente su nombre y muestran un ingenio considerable para mantener un gremio cerrado a los demás. Los sherpas tienen un código propio, espíritu de camaradería y un profundo sentido del honor. Los sherpas forman un grupo fuertemente unido que abre nuevos territorios. Si encuentras un sherpa en cuyo buen juicio puedas confiar del todo, merece la pena encargarle la tarea de elegir a sus propios compañeros porque nadie conoce tan bien a los sherpas como ellos mismos.

11. El Sherpa está motivado.

A los sherpas les sobra fuerza mental para acometer la empresa. La ascensión requiere más determinación y resistencia que habilidad. Comparten la emoción de la empresa y acogen con satisfacción la oportunidad de viajar y ver cosas distintas, de convertirse en hombres de mundo y dejar de ser campesinos de un remoto valle nepalí.

12. El Sherpa es discreto.

Esconden sus desavenencias y resentimientos de los ojos de los extranjeros.

13. El Sherpa no hace el trabajo de sus clientes.

Los clientes del sherpa deben superar dificultades, seguir adelante y asumir los riesgos derivados de alcanzar sus objetivos. Deben alcanzar la cima mediante sus propias habilidades y determinación.

14. El Sherpa es independiente.

La sociedad sherpa siempre fue más libre y orgullosa que la del resto de los pueblos de la zona. No tenían obligaciones con terratenientes que los coartaran. Si salían con una expedición lo hacían por voluntad propia y por un salario. A la larga, esta libertad de trabajar y ganar dinero de la forma que escogieran fue una ventaja crucial. El deseo de los sherpas es servir sin ser serviles, detestan que les impongan disciplina.

15. El Sherpa es realista.

La cumbre solo tiene un valor especial para los montañeros que la coronan, no para los aldeanos que viven a sus pies. Lo único que satisface son las acciones y a las personas se las recuerda sólo por sus acciones, sean buenas o malas.

Los sherpas no acababan de entender por que tienen que escoger deliberadamente una ruta más difícil a la cima de la montaña: "lo consideran una pérdida de tiempo infantil"

Tener la oportunidad de hacer algo trascendental y único requiere destreza y tenacidad para estar entre los pocos aspirantes a ser quien lo logre. Pero saben que el éxito final contiene un elemento de suerte.

16. El Sherpa sabe gestionar la presión.

El budismo tibetano enseña a sus adeptos a evitar la agitación que producen las emociones fuertes. En un mundo lleno de incertidumbre, la capacidad de desprenderse incluso de las relaciones personales más íntimas es un mecanismo de defensa, una manera de seguir adelante. Sin embargo, no sería acertado pensar que los sherpas son inmunes a la pena.

Los sherpas están más acostumbrados a soportar privaciones. También tienen más experiencia en la alta montaña y se lo toman todo de una manera más relajada

17. El Sherpa no deja de aprender nunca.

Aprende sobre la marcha, basándose en su afinidad intuitiva con la montaña. Lo consigue confiando el uno en el otro y aprendiendo todo el tiempo porque cada ascenso es único.

Desde la cumbre no se ve todo el mundo. Desde allí, la vista te recuerda lo grande que es y lo mucho que nos queda por ver y aprender.

Creo que todas estas características pueden ser aplicables a un buen asesor profesional. No creo que haga falta ser más explícito. Reúnen todo lo necesario para hacer un trabajo por el que sentirse orgulloso y en el que se comparten riesgos y recompensas. De modo que,

Practica el Sherping

NOTA FINAL:

Actualmente, la cima del Everest se parece más a una playa de Levante en temporada alta que a una meta inalcanzable, pero su conquista y las implicaciones políticas de la hazaña fueron equivalentes a las de la llegada del hombre a la Luna. Y si se pudo lograr fue gracias al trabajo entre cliente y sherpa.

A quienes deseen profundizar en las características de este pueblo y la historia de la conquista de las montañas del Himalaya les recomiendo el libro, **Tenzing Norgay. Héroe del Everest** de **Ed Douglas** y editado por National Geographic.

Andrés Pérez Ortega
Personal Branding Sherpa

www.marcapropia.net
www.brandingpersonal.com

colaboradores@marcapropia.net

Tel : 678 544 817