

**LOS 7 HÁBITOS DE LA GENTE ALTAMENTE EFECTIVA**

(Stephen R. Covey)

**La vida en la actualidad es compleja, es más estresante y se nos exige un poco y a veces un mucho de todo cada vez más.**

**Pasamos de la era industrial a la era de la información. Ahora “la información es la fuente del poder” En nuestra vida personal, nuestra familia y las empresas u organizaciones nos enfrentamos a retos inimaginables, es decir, en la época actual los retos son de un alto grado de dificultad. Todos estos cambios ocurren en un mercado global digitalizado.**

**Si usted quiere lograr sus más altas aspiraciones, lo primero que debe hacer es identificar y aplicar (es decir poner en marcha) el principio o la ley natural que gobierna los resultados de busca.**

**En otras palabras, la forma concreta de aplicar un principio varía, ¿por qué? Porque depende de:**

- Nuestra propia fuerza,**
- De nuestro talento y,**
- De nuestra creatividad,**

**Sin embargo, el éxito de cualquier esfuerzo depende de hacer las cosas en armonía con los principios asociados al éxito.**

## **Dirección y Comunicación**

**¿Cuáles son los retos más comunes del ser humano?**

**El miedo e inseguridad. Miedo al futuro, por ejemplo: Usted se siente vulnerable o considera que hay un peligro en su puesto de trabajo, es común que se sienta temor por perder su empleo y los medios para darle sustento y una vida cómoda a su familia. Lo anterior provoca en usted una resignación a llevar una vida sin riesgos, hacer o depender de otros en el trabajo y en su propia casa. Mucha gente piensa centrarse en sí misma, hacer su trabajo lo mejor posible y fuera del trabajo hacer lo que verdaderamente le gusta. Aunque es cierto que la independencia es un valor muy importante, el problema es que vivimos en una realidad interdependiente, siempre dependemos de las circunstancias de dependemos de otros (jefe, clientes, compañeros, familia, amigos, conocidos, etc.) y que para alcanzar nuestros objetivos más importantes necesitamos tener actitudes y capacidades de interdependencia que superan en mucho nuestra experiencia actual.**

**“Lo quiero en este momento”. La gente, sobre todo joven, quiere tener o hacer las cosas “al momento”. Por ejemplo: quiero dinero, quiero una casa muy grande y bonita, quiero un buen coche, “lo quiero todo y además me lo merezco”.**

## **Dirección y Comunicación**

**Nos endeudamos con tarjetas de crédito que superan nuestra capacidad de pago. (¿Cómo conservar su dinero y aumentarlo? artículo de Héctor Marín Ruiz, publicado en la revista internacional “Franquicias y Negocios”).**

**Ya no basta con trabajar muy duro. Tenemos que desarrollar nuestra mente, agudizar e invertir continuamente el desarrollo de nuestras propias capacidades. En el trabajo, los jefes quieren resultados, ya que la competencia es feroz, despiadada y no pocas veces inmoral con poca o nula ética, ya que está en juego la supervivencia (aunque desde mi punto de vista no se justifica).**

**Culpa y ser víctima. La sociedad asume el papel de víctima. Por ejemplo: Escuchamos por lo general a la gente decir:**

**“Si yo no hubiera nacido tan pobre”**

**“Si viviera en un lugar mejor”**

**“Si tuviera un mejor carácter que el que heredé de mi padre o mi madre”**

**“Si mis hijos no fueran tan rebeldes” “si la gente no fuese tan floja”**

**“Si mi esposa(o) fuese más comprensiva(o)”**

**“Si esta persona o ese otro departamento no entorpeciera continuamente mis proyectos...”**

**“Si la gente no fuera tal holgazana y tan poco emprendedora...”**

**Si..., Si..., Si...**

## **Dirección y Comunicación**

**Culpar y criticar a los demás y a nuestro entorno de todos nuestros problemas y dificultades puede convertirse en una lastimosa y despreciable norma personal. Fíjese usted que cuando critica a otro de algún defecto, es precisamente ese defecto criticado el que tiene usted y no se ha dado cuenta y aún se atreve a decirlo públicamente, es decir por lo general “Ve la paja en el ojo ajeno y no ve la viga en el propio”. El criticar a los demás y culpar a los demás de todos nuestros problemas y dificultades puede aparentemente y en forma momentánea o temporalmente atenuar nuestro dolor, pero al mismo tiempo nos encadena a esos mismos problemas.**

**Es muy difícil encontrar a una persona que tenga humildad y valor con una alta ética moral personal que acepte y asuma su propia responsabilidad y también lo bastante valiente para tomar todas las iniciativas que sean necesarias para afrontar creativamente la solución a sus retos personales.**

**Desesperanza.** Cuando sucumbimos a la creencia (*que yo llamo paradigma*) de que somos “víctimas de nuestras circunstancias” y nos dejamos vencer, perdemos toda esperanza, empuje y nos resignamos a morir profesionalmente, como persona o bien físicamente, o bien nos resignamos y quedamos “paralizados profesionalmente”.

## **Dirección y Comunicación**

Por ejemplo, cuando un conejo se siente amenazado, en lugar de huir, se paraliza y sucumbe ante el cazador.

Este tipo de persona es la clásica que dice: “Dígame lo que hay que hacer” en lugar de tomar una iniciativa inteligente.

### **Lectura obligatoria: “Mensaje a García...”**

Conozco a mucha gente realmente brillante y con talento que se siente así y que acaba hundida en el desánimo y la depresión.

Una reacción o respuesta poco inteligente de la cultura popular para sobrevivir el “el cinismo”. “Reduce tus expectativas en la vida para que nada, ni nadie te defraude.

Todo lo contrario a lo anterior es el principio del Crecimiento y la Esperanza y el deseo que observamos a lo largo de la historia, es nada menos que, descubrir que en realidad “Yo soy la fuerza creativa de mi propia vida”.

**Falta de equilibrio existencial.** La vida en nuestra sociedad del *SmartPhone*, del *Tablet*, del Internet, es cada vez más compleja, estresante y absolutamente agotadora. Es tal el grado de estrés que usted puede llegar al hospital o bien perder su cordura y tener que ser tratado con un psiquiatra.

## **Dirección y Comunicación**

**Pese a todos nuestros esfuerzos por controlar nuestro propio tiempo, hacer más, ser más y más eficiente, gracias a las maravillas de la tecnología moderna, ¿por qué estamos tan poca atención a las pequeñas cosas de la vida, siempre anteponiendo el trabajo a la salud, dejando en segundo lugar a nuestra familia, ignorando la integridad moral y muchas de las cosas que más nos importan? El problema no es el trabajo en sí, que es la máquina que sustenta la vida. Tampoco lo son la complejidad o el cambio.**

**El verdadero problema es que nuestra cultura moderna dice:**

**“Llega más temprano, quédate hasta más tarde, ser más eficiente y más eficaz, vive sacrificándote para el ahora”, pero lo cierto es que todo esto no conduce a ningún equilibrio ni a la paz del espíritu; la paz y el equilibrio acompañan a la persona que desarrolla una clara percepción de sus principales prioridades y que las busca y persigue con toda la integridad posible.**

**Como dijo nuestro expresidente Vicente Fox -Y yo, ¿por qué?- Y otros preguntarán ¿Y yo qué**

**Nuestra cultura nos enseña que si queremos algo en la vida, debemos aspirar siempre a ser el número uno. Se te enseña “La vida es un juego, una carrera, una competencia, y es mejor que la ganes”.**

## **Dirección y Comunicación**

**Los compañeros de la escuela, los colegas de trabajo, inclusive los miembros de la familia, aparecen como tus competidores; cuanto más ganan ellos, menos hay para ti.**

**Tratamos lógicamente demostrarnos generosos y alegrarnos de los éxitos de los demás, pero verdaderamente en nuestro interior, buena parte de nosotros nos morimos de la envidia ante el éxito de los demás.**

**Grandes cosas de la historia de nuestra civilización han sido posibles gracias a la voluntad independiente de un alma resuelta. Pero las mayores oportunidades y las mayores conquistas de la era del trabajador del conocimiento están reservadas a sólo aquellos que dominan en el arte del “nosotros”. La verdadera grandeza se logrará gracias a la mente desbordante que trabaja desinteresadamente con respeto mutuo, para un beneficio mutuo, nunca exclusivamente personal.**

**El profundo deseo de sentirse comprendido. Pocas necesidades del corazón humano son más importantes que la necesidad de sentirse comprendido, de ser una voz que sea escuchada, respetada y valorada, de tener una influencia en los demás.**

## **Dirección y Comunicación**

**La mayoría de la gente cree que la clave para la propia influencia es la comunicación, exponer con mucha claridad las propias opiniones y hablar con persuasión. Pero si lo piensa con detenimiento ¿no cree usted que cuando otros están hablando con usted en lugar de escuchar es realmente para tratar de comprender lo que le están diciendo usted, muchas veces ya mentalmente está ocupado preparando su respuesta antes de terminar de entender? La influencia empieza, de hecho, cuando otros sienten que usted tiene apertura a la influencia de ellos, es decir cuando se sienten comprendidos precisamente por usted, cuando ellos sienten que usted ha escuchado con atención y con sinceridad y que está receptivo. Pero la mayoría de la gente es demasiado vulnerable emocionalmente para escuchar atentamente, para postergar sus propios asuntos con el tiempo suficiente para concentrarse en comprender antes de comunicar sus propias ideas. Es muy común que usted antes de terminar de hablar su interlocutor ya esté opinando, interrumpiéndolo y diciéndole tonterías. Nuestra cultura reclama, exige incluso, comprensión e influencia. El principio de influencia está regido por la mutua comprensión que nace del compromiso de al menos, una persona de escuchar en primer lugar profundamente. Es lo que yo conozco como el arte de saber escuchar, donde usted aprende más escuchando que abriendo la boca para decir tonterías.**



## **Dirección y Comunicación**

**Conflictos y diferencias. Las personas tienen muchas cosas en común, pese a ser maravillosamente diferentes. Piensan de modo diferente; tienen valores, motivaciones y objetivos diferentes y muchas veces opuestos. Lógicamente, estas diferencias generan muchos conflictos. El enfoque competitivo de la sociedad para resolver los conflictos y las diferencias tienden a centrarse en “ganar lo más posible”. Aunque el hábil arte del compromiso ha hecho muy bien, al instar a ambas partes a ceder algo en sus posiciones encontradas para alcanzar un punto medio aceptable, lo cierto es que ninguna de las partes acaba realmente satisfecha. ¡Qué pérdida de tiempo impulsar a la gente que tiene diferencias a buscar un mínimo común denominador! ¡Qué derroche no poder desarrollar el principio de la cooperación creativa para hallar soluciones mejores que las ideas iniciales de una y otra parte!**

**Estancamiento personal. La naturaleza humana tiene cuatro dimensiones:**

**■ Cuerpo.**

**■ Mente.**

**■ Corazón.**

**■ Espíritu.**

**Analicemos las diferencias y frutos de dos enfoques totalmente opuestos.**

## **Dirección y Comunicación**

### **Cuerpo**

**Tendencia cultural: mantener el estilo de vida; tratar los problemas de salud con cirugía y medicamentos.**

**Principio: prevenir enfermedades y problemas, armonizando el estilo de vida con los principios de salud establecidos y universalmente aceptados.**

### **Mente**

**Cultura: ver televisión, “entretenerme”.**

**Principio: le amplía y profundamente; educación continua.**

### **Corazón**

**Cultura: utilizar las relaciones con otros para promover sus intereses personales y totalmente egoístas.**

**Principio: escuchar atenta y respetuosamente y servir a los demás aportan la mayor realización y gozo personal.**

### **Espíritu**

**Cultura: sucumbir al secularismo y cinismo crecientes.**

**(Secularismo: pensamiento o actuación que es perteneciente o relativo a la vida, estado o costumbre del siglo o mundo y, por tanto, que no tiene órdenes clericales y es ajeno a las prácticas y usos religiosos).**

**Principio: reconocer que la fuente de nuestra necesidad básica de sentido y de las cosas positivas que buscamos en nuestra vida son precisamente los principios, y dichos principios y leyes naturales tienen su origen en Dios.**

## **Dirección y Comunicación**

**Si usted tiene presente estos retos de tipo universal y sus propias necesidades y desafíos, si así lo hace, usted encontrará soluciones y orientaciones duraderas. También observará y comprobará como el contraste entre el enfoque de la cultura popular y el enfoque temporal basado en el principio, se hace cada vez más evidente.**

**Para finalizar, la pregunta es: ¿Y cuántas personas en su lecho de muerte deberían haber pasado más tiempo en la oficina o mirando la televisión? La respuesta es ¡ninguna!**

**Piensen más en sus seres queridos, en sus familias y a las personas por las que han trabajado.**

**El connotado psicólogo Abraham Maslow, al final de su vida, sí tuvo la felicidad y la plenitud, y las contribuciones a la posteridad, por delante de su autorrealización, a lo que llamó autotranscendencia.**

**Lo más importante de lo mencionado es que usted empiece de inmediato aplicar lo que va aprendiendo. Recuerde usted, que una vez que aprende forzosamente debe haber acción de su parte. Si usted aprende y no hace nada, realmente no está aprendiendo nada. Saber y no hacer no es realmente saber.**

## **Dirección y Comunicación**

**En cuanto mejor se vuelva usted como persona, mas no para el cambio de la naturaleza misma del resto; es exactamente igual que andar en bicicleta, esquiar, nadar, o practicar cualquier otro deporte.**

## **PARADIGMAS Y PRINCIPIOS**

**Seguramente usted se ha planteado metas y siempre las ha alcanzado y si no ha sido así, debe usted replantearse la pregunta de ¿qué es lo que he hecho mal?**

***Hay personas que comentan: He alcanzado mis metas y ahora tengo un éxito profesional extraordinario, pero a cambio no tengo vida personal y familiar. No conozco a mi esposa ni a mis hijos. No estoy seguro de conocerme a mí mismo ni de saber qué es lo que realmente me importa. ¿Ha valido la pena mi vida?***

***Otras personas dirán: He iniciado una nueva dieta, por quinta vez en este año. Sé que pesa demasiado, y realmente quiero cambiar.***

***Leo toda la información sobre mi problema, me fijo metas, me mentalizó con una actitud positiva y me digo a mí mismo que puedo hacerlo. Pero no puedo. Al cabo de unas semanas, me derrumbo. Simplemente me parece que no puedo mantener una promesa a mí mismo.***

## **Dirección y Comunicación**

**Otros dicen:** *Mi hijo adolescente rebelde y drogadicto. Nunca me escucha ¿Qué puedo hacer?*

**Otro más dirá:** *Hay mucho que hacer y nunca tengo el tiempo suficiente. Me siento presionado y acosado todo el día, todos los días, siete días a la semana. He tomado cursos de control de tiempo, experimentado media docena de diferentes temas de planeación. En algo me han ayudado, él todavía no puedo estar llevando una vida feliz, productiva y tranquila.*

**También puede usted escuchar:** *Quiero enseñarles a mis hijos el valor del trabajo. Pero para conseguir que hagan algo, tengo que supervisar cada uno de sus movimientos... y aguantar que se quejen cada vez que dan un paso. Me resulta más fácil hacerlo yo mismo ¿Por qué no pueden estos muchachos hacer su trabajo con alegría y sin que nadie tenga que recordárselo?*

**Seguramente también habrá escuchado usted:** *Estoy ocupado, realmente muy ocupado. Pero a veces me pregunto si lo que estoy haciendo a la larga tendrá algún valor en mi vida. Realmente me gustaría creer que mi vida ha tenido un sentido, que de algún modo las cosas han sido distintas porque yo he estado aquí.*

## **Dirección y Comunicación**

**Alguno más dirá: *“Mi matrimonio se ha derrumbado. No nos peleamos ni nada por el estilo; simplemente ya no nos amamos. Hemos buscado asesoría psicológica, hemos intentado algunas cosas, pero no podemos volver a revivir nuestros antiguos sentimientos”.***

**Todos estos tipos de problemas no pueden ser resueltos con un enfoque de transitoriedad.**

**Debemos examinar el cristal a través del cual vemos al mundo, tanto como el mundo que vemos, y que ese cristal da forma a nuestra interpretación del mundo.**

**Si usted quiere cambiar una situación, lo primero que debe hacer es cambiar usted mismo. Y para poder cambiar nosotros efectivamente, deberíamos primero cambiar nuestras percepciones.**

## **La personalidad y la ética del carácter.**

**Al revisar la historia de la humanidad, se observa una obsesión por la imagen, técnicas y arreglos transitorios o temporales de tipo social que tan sólo son parches y aspirinas sociales para solucionar problemas sumamente agudos, que a veces parecían solucionar temporalmente, pero dejaban intactos los problemas crónicos subyacentes, que empeoraban y reaparecían una y otra vez.**

**Existe una constante como cimiento del éxito: cosas tales como la integridad, la humildad, la fidelidad, la medida, el valor, la justicia, la paciencia, el esfuerzo, la simplicidad, la modestia y la regla de oro.**

**La ética del carácter enseñaba que existen principios básicos para vivir con efectividad, y que las personas sólo pueden experimentar un verdadero éxito y una felicidad duradera cuando aprenden esos principios y los integran en su carácter básico.**

**Después de la Primera Guerra Mundial el entendimiento básico del éxito pasó de la ética del carácter a lo que podría llamarse la ética de la personalidad.**

**El éxito pasó a ser +1 función de personalidad, de la imagen pública, de las actitudes y las conductas, habilidades y técnicas que hacen funcionar los procesos de interacción humana.**

## **Dirección y Comunicación**

**La ética de la personalidad, en lo esencial, tomo dos caminos: uno, el de las técnicas de relaciones públicas y humanas, y otro, la actitud mental positiva AMP. Esta filosofía se basaba en máximas inspiradoras, por ejemplo “Tu actitud determina tu altitud”, “La sonrisa hace más amigos que poner una cara de enojado”, “la mente humana puede lograr o lo que concibe y cree”.**

**Otras partes del enfoque basado en la personalidad eran claramente manipuladoras; animando a usar ciertas técnicas para conseguir gustar a las demás personas, o fingir interés por los intereses de otros, para obtener de ellos lo que uno quisiera, o bien, utilizar el “aspecto poderoso”, o a intimidar a la gente para desviar la de su camino en la vida.**

**Parte de esa literatura reconocía que el carácter es un elemento de éxito. La referencia a la ética de carácter se hacía de una manera muy superficial; la verdad se basaba en técnicas transitorias de influencia, estrategias de poder, habilidad para comunicar y actitudes positivas.**

**Cuando nos basamos en valores, surgen nuevos sentimientos. Nos encontramos disfrutando de él, en lugar de compararlo con juzgarlo. Dejamos de tratar de hacer con él. Ubicado de nuestra propia imagen poder medirlo en comparación con ciertas expectativas sociales.**



## **GRANDEZA PRIMARIA Y SECUNDARIA**

**No se quiere decir que los elementos de la ética de la personalidad, están formados por el desarrollo de la propia personalidad, habilidades para la comunicación, estrategias de influencia y pensamiento positivo, no se han beneficiosos y algunas veces de hecho esenciales para que usted tenga éxito. Pero se trata de rasgos totalmente secundarios nunca primarios.**

**Cuando usted trata de utilizar sus estrategias de influencia y prácticas para conseguir que otros hagan se quiere, que trabajen mejor, que se sienta más motivados, que ustedes les agrade y se sientan bien entre ellos, nunca se podrá tener éxito a largo plazo si sus caracteres fundamentalmente imperfecto y es enmarcado por la duplicidad y la falta de sinceridad. Si usted no lo hace correctamente alimentará la desconfianza, echando a perder inclusive buenas técnicas de relaciones humanas ya que se le percibirá como un manipulador. No importa si su retórica o sus intenciones son buenas; si existe o no confianza, faltarán bases para el éxito permanente.**

**Centrar la atención en la técnica es como estudiar en el último momento sólo para pasar el examen. A veces uno acaba arreglándoselas o incluso, de obtener buenas calificaciones, pero si queremos realmente el dominio de las baterías o del tema lo que hay que hacer es esforzarse honestamente día con día.**

## **Dirección y Comunicación**

**En la mayoría de las interacciones humanas breves, se puede utilizar la ética de la personalidad para salir del paso y producir una impresión favorable mediante el encanto y la habilidad, fingiendo interesarse en los hobbies de otras personas.**

**Existen técnicas rápidas y fáciles que pueden dar resultados en situaciones de corto plazo. Pero los rasgos secundarios en sí mismos no tienen ningún valor permanente en relaciones a largo plazo.**

**Finalmente, si no existe integridad profunda una fuerza fundamental de carácter, los desafíos de la vida sacan a la superficie los verdaderos motivos, el fracaso de las relaciones humanas reemplaza al éxito en muy corto plazo.**

**Muchas personas con grandeza secundaria, es decir, con reconocimiento social de sus talentos, carecen de grandeza primaria o de bondad de su carácter. Ya sea un poco antes o bien un poco después, esto advertirá en todas sus relaciones prolongadas, ya sea con sus socios de negocios, con su cónyuge, con un amigo o con su hijo adolescente que pasa por una crisis de identidad.**

**Según William George Jordan: “En las manos de todo individuo está depositado un maravilloso poder ya sea para hacer el bien o para hacer el mal, la silenciosa, inconsciente, invisible**

## **Dirección y Comunicación**

**influencia de su vida. Esta es simplemente la emanación constante de lo que el hombre es en realidad, no de lo que finge ser.**

### **EL PODER DE UN PARADIGMA**

**Los hábitos de las personas altamente efectivas se dividen en:**

- Básicos.**
- Primarios.**

**Representan la internalización de los principios correctos en donde se cimentan la felicidad y el éxito duraderos.**

**La palabra paradigma proviene del griego. Originalmente fue un término científico y en la actualidad se emplea con un sentido de modelo, teoría, percepción, supuesto o bien un marco de referencia, en forma general paradigma es el modo en que nosotros vemos al mundo, no en los términos de nuestro sentido de la vista, sino como una percepción, comprensión, interpretación.**

**Un modo simple de pensar los paradigmas consiste en considerarlos como mapas. Un mapa es simplemente una explicación de ciertos aspectos de un territorio. Un paradigma es**

## **Dirección y Comunicación**

**exactamente eso. Es una teoría, una explicación o un modelo de alguna otra cosa.**

**Todos tenemos muchos mapas en la cabeza, que se clasifican en dos categorías principales:**

- Mapas del modo en que son las cosas, o realidades.**
- Mapas del modo en que deberían ser.**

**Con estos mapas mentales interpretamos todo lo que experimentamos. Pocas veces cuestionamos su exactitud; por lo general ni siquiera tenemos conciencia de que existen. Simplemente damos por hecho que el modo en que nosotros vemos las cosas corresponde a lo que realmente son o a lo que debería de ser.**

**La forma en que nosotros vemos las cosas es la fuente del modo en que pensamos y es la fuente del modo en que actuamos.**

**Ver dibujo # 1 Describa lo que ve**

**Ver dibujo # 2 Describa lo que ve**

**¿Qué es lo que ve? ¿Una mujer? ¿Cuántos años tiene? ¿Cómo es?  
¿Qué lleva puesto? ¿En qué papel la observa?**

## **Dirección y Comunicación**

**Posiblemente en el dibujo 2 vea usted a la mujer como una joven de veintitantos años, muy atractiva, vestida a la moda, con nariz respingada y aspecto forma. Si usted es soltero le gustaría invitarla a salir. Si su negocio es de ropa femenina, tal vez la emplearía como modelo.**

**Pero si usted le dijeran que está equivocado. Qué pensaría usted si se le dijera que se trata de una mujer de 80 años, triste, con una gran nariz, y que no es una modelo. Es posiblemente una anciana a la que usted ayudaría a cruzar la calle. Insiste en el dibujo observa usted tipo gancho, su chal.**

**Ahora vea el dibujo 3 y compárela con el dibujo 2 ¿Ve usted a la anciana? Esto es importante que lo distinga.**

**Este ejercicio se ha hecho en Harvard Business School, donde se demuestra que dos personas pueden observar lo mismo, están en desacuerdo y ambas estar en lo correcto. Éste es un ejercicio de psicología.**

**Los diferentes puntos de vista sobre un problema pueden ser resueltos si sabemos entender el punto de vista de nuestra contraparte.**

**Se demuestra que poderosos es el efecto de condicionamiento sobre nuestras percepciones, nuestros paradigmas.**

## **Dirección y Comunicación**

**Las influencias en nuestra vida, ejercidas por la familia, escuela, iglesia, ambiente de trabajo, amigos, otros y los paradigmas sociales corrientes, como por ejemplo la ética de la personalidad, tienen un efecto silencioso e inconsciente en nosotros y contribuyen a la reforma de nuestro marco de referencia a nuestros paradigmas, a nuestros mapas mentales.**

**Este experimento demuestra que los paradigmas o la fuente de nuestras actitudes y conductas.**

**Por esto plantea uno de los defectos básicos de la ética de la personalidad. Tratar de cambiar nuestras actitudes y conductas es prácticamente inútil a largo plazo si no examinamos los paradigmas básicos de los que surgen esas actitudes y conductas.**

**Estos paradigmas influyen sobre la manera en que interactuamos con otras personas. Cuando pensamos que vemos las cosas de manera clara y objetiva, comprendemos que otros las ven de diferente forma desde sus propios puntos de vista, en apariencia, igualmente claros y objetivos. Usted debe utilizar la empatía.**

**Nosotros vemos al mundo, no como es, sino como somos nosotros o como se nos ha condicionado para que lo veamos. Cuando describimos lo que vemos, en realidad nos estamos describiendo a nosotros mismos, a nuestros propios paradigmas.**

## **Dirección y Comunicación**

**Cuanto más conciencia tengamos de nuestros propios paradigmas, mapas conceptuales o supuestos básicos, y de la medida en que nos ha influido nuestra experiencia, en mayor grado podremos asumir la responsabilidad de tales paradigmas, examinados, someterlos a prueba de la realidad, escuchar atentamente los puntos de vista de otros y siempre están abiertos a sus percepciones, si lo hacemos así lograremos un cuadro más amplio y una modalidad de visión mucho más objetiva.**

**Siguiente tema, el “Poder de un cambio de paradigma”**