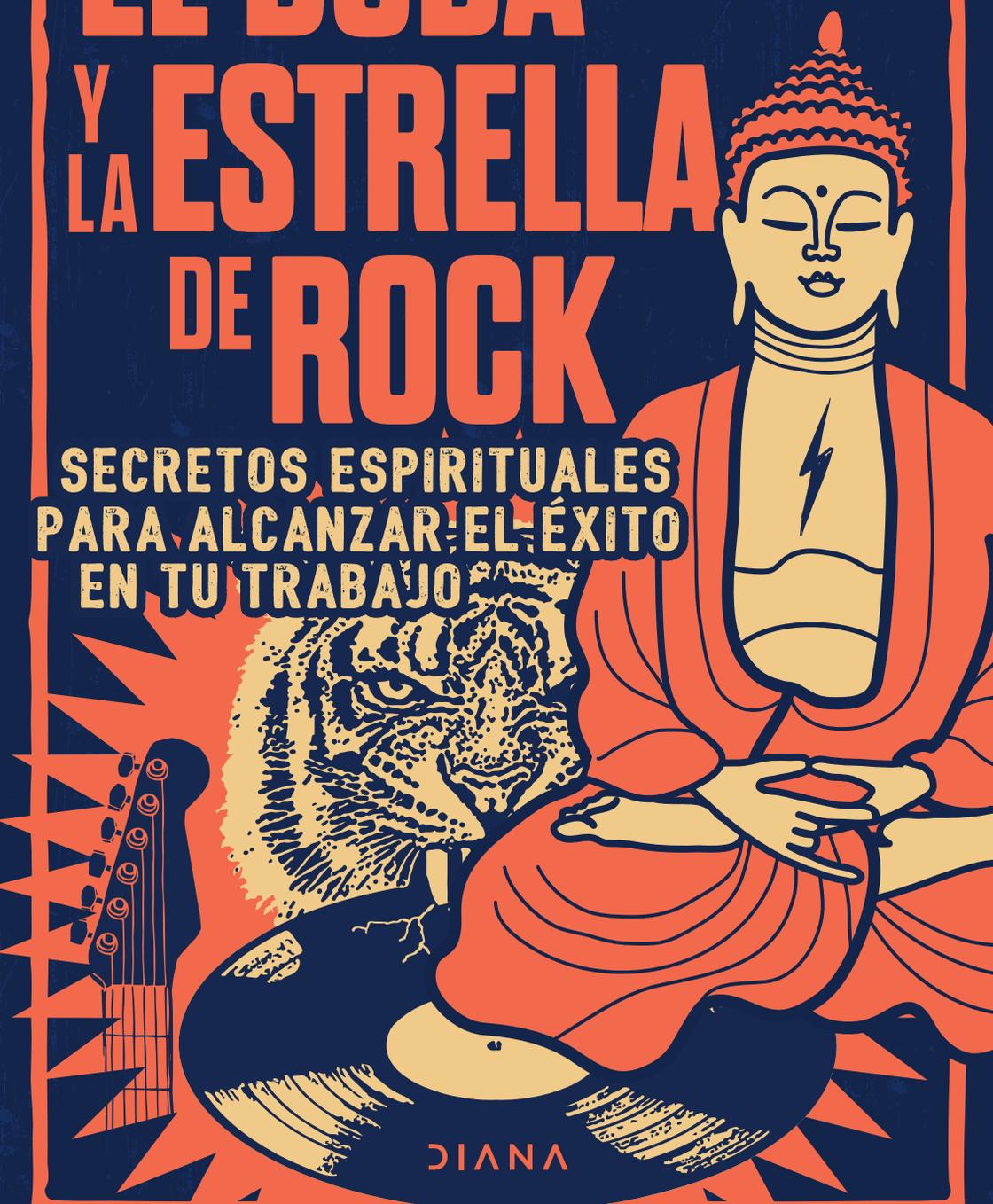


Vishen Lakhiani

EL BUDA Y LA ESTRELLA DE ROCK

SECRETOS ESPIRITUALES
PARA ALCANZAR EL ÉXITO
EN TU TRABAJO



DIANA

VISHEN LAKHIANI

EL BUDA Y LA ESTRELLA DE ROCK

Secretos espirituales para alcanzar
el éxito en tu trabajo

Habilidades personales

DIANA

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

Título original: *The Buddha and the Badass: The Secret Spiritual Art of Succeeding at Work*

Primera edición: septiembre de 2021

© Vishen Lakhiani, 2020

Esta traducción es publicada por acuerdo con Rodale Books, un sello editorial de Random House, una división de Penguin Random House LLC

© de la traducción, Adriana de la Torre Fernández, 2020

© Ediciones Culturales Paidós, S.A. de C.V., 2020

© De esta edición, Editorial Planeta, S. A., 2021

Diana es un sello editorial de Editorial Planeta, S.A.

Avda. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España)

www.planetadelibros.com

ISBN 978-84-18118-67-8

Depósito legal: B. 10.471-2021

Fotocomposición: Realización Planeta

Impreso en España – *Printed in Spain*

El papel utilizado para la impresión de este libro está calificado como **papel ecológico** y procede de bosques gestionados de manera **sostenible**.

Sumario

<i>Antes de empezar</i>	11
<i>Introducción</i>	21

Parte I

HAZTE MAGNÉTICO

1. Descubre la huella de tu alma	47
2. Atrae a tus aliados	75

Parte II

ENCUENTRA TU PODER

3. Enciende la chispa de las conexiones profundas	109
4. Domina la inalterabilidad	147
5. Haz del crecimiento tu mayor objetivo	175
6. Elige tu misión con sabiduría	207

Parte III
CONVIÉRTETE EN UN VISIONARIO

7. Activa a tu visionario interior	239
8. Funciona como un Cerebro unificado	271
9. Eleva tu identidad	297
<i>Agradecimientos</i>	327
<i>Referencias</i>	331

CAPÍTULO 1

Descubre la huella de tu alma

Nunca olvides lo que eres, porque seguramente el mundo no lo hará. Haz que sea tu fuerza. Entonces nunca podrá ser tu debilidad. Hazte una armadura con ello y nunca se usará para lastimarte.¹

GEORGE R. R. MARTIN, *Juego de tronos*
(*Canción de hielo y fuego, libro 1*)

La vida de cada persona se desarrolla de una manera única. Cada acontecimiento significativo que experimentas deja un rastro: cada pico, cada valle, cada momento de gozo, cada sufrimiento. Estas experiencias te transforman en lo que debes ser. Y cuando las decodifiques, descubrirás que el universo tiene un plan para quien debes ser. Estás aquí para desempeñar tu papel, tu carrera y tu misión únicos. Tu mayor trabajo es descubrir tu historia, mantenerte fiel a ella y actuar a partir de ella.

De 2013 a 2016, mi empresa, Mindvalley, gastó casi todo su efectivo. Una serie de acontecimientos desastrosos estuvieron a punto de aniquilar el negocio. Ese período de tres años fue una batalla por la supervivencia.

Una noche, después de otro día horrible en modo supervivencia, me dejé caer en una silla en la cocina, angustiado. Estaba en crisis. Eran las once de la noche. Quería hundir la cabeza en la almohada, apagar las luces y dormir. Pero tenía una cita. Tenía una llamada programada con un posible profesor para Mindvalley; hablaríamos sobre su participación en uno de nuestros populares programas de contenido. Y afortunadamente cumplí con la cita.

Marqué el número de Srikumar Rao. Y esa noche experimenté su profunda sabiduría por primera vez.

Rao es un famoso profesor que ha impartido conferencias en diversos lugares, como las escuelas de negocios de Columbia y Londres. Hay listas de espera para poder asistir a sus clases porque sus enseñanzas son muy revolucionarias. Rao mezcla la sabiduría de los filósofos y maestros espirituales desaparecidos hace mucho tiempo con las ideas modernas de las escuelas de negocios estadounidenses. No es el currículum clásico de un MBA. Es más bien el hijo de Rumi y Jack Welch.

Rao vive en Nueva York, pero no es la típica persona de allí. Es un hombre indio, humilde y con los pies en la tierra. Es de las personas que solo ocasionalmente abre la boca en un grupo y habla lentamente; pero cada vez que habla, todas las personas de la sala se callan porque saben que les abrirá la mente.

Esa noche éramos extraños. Pero él es bueno leyendo a la gente: supo por mi tono de voz que estaba estresado.

—Vishen, basta de hablar de negocios. ¿Estás bien? —me preguntó.

—Estoy bien —contesté.

Era mentira, por supuesto. Rao también lo sabía, así que indagó más. Me pareció tan amoroso, tan sincero, que me sentí seguro con él. Había estado luchando por contener mi angustia, pero en ese momento la dejé salir en una gran y desordenada corriente de confesiones.

—Estoy agotado, Rao, y muy estresado. Mi salud se aguanta con

pinzas. Dudo de mi capacidad para liderar y ser un CEO. Estoy esforzándome por mantener esta empresa a flote y no puedo hablar de ello con nadie. Me lo he estado guardando todo. Simplemente no sé qué hacer —le confesé.

Rao escuchó y luego dijo:

—Vishen, quiero leerte un poema. Solo escucha. Es de un poeta del siglo XIII llamado Rumi.

—De acuerdo —dije.

Pero en el fondo estaba pensando: «¿Poesía? ¿En serio? Estoy abriéndole mi corazón ¿y él quiere darme una maldita clase de poesía?».

Pero es lo que hizo.

Este es el poema de Rumi que me leyó:

*Cuando corro detrás de lo que creo que quiero,
mis días son una fragua de angustia y ansiedad.*

*Si me coloco en un espacio de paciencia,
aquello que necesito fluye hacia mí,
sin ningún sufrimiento.*

*Entonces comprendo que lo que quiero también me quiere a mí,
me está buscando y me atrae.*

Reside un gran secreto en esto para aquel que pueda entenderlo.

En ese momento no entendí nada; solo llegué a comprender lo que realmente significaba este poema dos años después. Sin embargo, en ese momento Rao me preguntó qué significaba el poema y eso me inició en el viaje de la comprensión. Así que ahora te hago la misma pregunta.

¿Qué crees que significa este poema?

Haz una pausa durante un momento. Considera tu respuesta antes de seguir leyendo. Mejor aún, escribe tu respuesta. ¿Qué crees que significa este poema?

Al final de este libro, te lo recordaré. Te pediré que consideres

nuevamente lo que crees que significa. Puedes sorprenderte con una nueva interpretación.

Rumi expresa que hay momentos en los que sientes la necesidad de correr tras lo que quieres. Pero ¿es este un deseo que emerge de tu ser más íntimo? ¿O es una necesidad artificial? ¿Un deseo programado en ti por un condicionamiento cultural?

Eso es diferente del verdadero deseo. Nadie puede explicar esos momentos. Hay personas, lugares, ideas por las que podemos sentirnos atraídos sin ninguna razón en particular. Estoy seguro de que has tenido experiencias como esta: una idea que te atraiga o una visión que te mantenga despierto por la noche. A veces no tiene ningún sentido, pero te resulta inquietante. Sin embargo, te sientes atraído por esa visión a pesar de lo que te diga el sentido común.

Así como cada uno de nosotros tiene una huella digital única, ¿qué pasaría si también tuviéramos una huella del alma única? ¿Un marcador único para nuestra alma, basado en las experiencias que el alma busca tener en esta vida?

DESCUBRE LA HUELLA DE TU ALMA

He aprendido a escuchar a mi alma. Puedes llamarlo conocimiento interior o instinto. Estoy seguro de que tú la has escuchado también. Y cuando lo haces, el universo te envía lo que necesitas. En ese momento ocurre la magia.

Tu *huella del alma* es un conjunto subyacente de instrucciones que está operando en sincronización sin darte cuenta. En los negocios, tu huella espiritual se crea al descubrir tus valores fundamentales.

Lo que aprenderás en este capítulo es que estos valores no se pueden inventar: vienen de ti y son los marcadores únicos de tu alma. Te guiaré a través de un proceso para descubrirlos.

Esto es lo que significa pensar como un buda. En lugar de atarte

a las ilusiones del mundo, las cuales te adiestran para querer cosas que de hecho no importan, debes eliminar el lavado de cerebro. Cuando aprendas a escuchar la voz que es auténticamente tuya, entenderás lo que tu alma está llamada a hacer en este mundo, pues esa será la única razón por la que realmente naciste.

Tu huella del alma está constituida por un conjunto único de valores integrados en ti. Los valores hacen que cada decisión que tomes sea simple. Cuando descubres tu huella del alma, obtienes una nueva resonancia en tu vida, la cual atrae más de aquello que está en armonía con tus verdaderos deseos y repele lo que no lo está.

Muchos de nosotros corremos detrás de lo que suponemos querer porque nos han lavado el cerebro para creer que esas son nuestras necesidades. Aceptamos trabajos que destrazan nuestra alma o creamos negocios que no resuenan con nuestros anhelos más profundos. Lo sé porque lo he hecho.

En 2010 puse en marcha una empresa de capital riesgo en el espacio de los cupones digitales de Silicon Valley, en boga en aquel momento. No me interesaban los cupones digitales, solo cofundé esta empresa porque sabía que el espacio estaba en auge. Cerramos una ronda de financiación de dos millones de dólares y el negocio despegó, pero seis meses después me di cuenta de lo insoportable que se había vuelto mi vida. Para mí era horrible ir a trabajar y no veía ningún valor en nuestro producto, así que cedí la mayoría de mis acciones a los otros cofundadores y dejé de sentirme como un fracaso.

Mis intentos fallidos se debían a que lamentablemente ignoraba mis valores fundamentales, mi huella del alma. Si hubiera sabido hacerme esta pregunta filosófica que aprendí años después, no habría tenido que sobrellevar tanta confusión: «Si soy un alma que elige tener una experiencia humana, ¿por qué estoy aquí?».

Si diriges un negocio exitoso, estás creando uno o lideras un equipo, lo que aprenderás en este capítulo será vital. Quizá incluso cambie por completo la manera en que abordas tus proyectos.

Muy a menudo se nos dice que construyamos productos basados en la demanda del mercado. Nos dicen que preguntemos: «¿Qué producto quieres vender?» o «¿Qué está pidiendo el mercado?». Estas preguntas deben hacerse dentro de un contexto de valores. La pregunta que la mayoría de la gente nunca hace es: «Según mis valores, según lo que me satisface y cómo quiero crecer, ¿qué puedo ofrecerle al mundo de manera única?».

Antes de aceptar un trabajo o poner en marcha una empresa, empieza por conocer tus valores. Tu libro, tu blog, tu línea de ropa, tu aplicación o tu carrera deben estar alineados con tu conjunto único de valores. Si no estás en una posición de liderazgo, identificar tus valores es la forma más fácil de alinearte con las personas adecuadas y la carrera correcta, donde tus dones brillarán.

Tus valores son los que te dan a ti y a aquello que hagas esa ventaja especial. Son incluso algo más: hacen que tu trabajo tenga sentido para ti, para que sepas que realmente has hecho mella en el mundo. La investigación de mercado, los datos y las encuestas a los clientes están subordinados a tus valores.

Y ten por seguro que tus valores ya están dando forma a tus elecciones. Cuando tengas claro cuáles son, esos valores te ayudarán a evitar colocarte en posiciones que vayan en contra de tus creencias más arraigadas.

Así la vida se vuelve más fácil, pues, a diferencia de muchas otras personas, sabes quién eres en verdad y lo que realmente quieres.

En este capítulo obtendrás una visión de tu alma al descubrir cuáles son tus valores. Pero antes de hacer ese trabajo, dado que existen tantos conceptos erróneos en torno a los valores centrales, permíteme limpiar el terreno.

TUS VALORES APUNTAN A NUEVAS VISIONES DEL MUNDO

La mayoría de los emprendedores se equivoca sobre los valores centrales. En los inicios de Mindvalley, yo lo hice. En 2008, cuando reuní a mi equipo para hacer un ejercicio de valores, estaba imitando a las empresas emergentes de Silicon Valley. Llevamos a cabo un proceso democrático de votación para elegir los valores de la empresa.

Cada miembro de mi equipo tenía un voto igualitario. Nuestro equipo de cuarenta personas identificó unos trescientos atributos diferentes de Mindvalley. Los agrupamos y obtuvimos una lista de diez puntos de nuestros supuestos «valores». La lista incluía líneas como:

- Convertimos a los clientes en fans entusiastas.
- Nos atrevemos a soñar en grande.
- Evolucionamos a través del aprendizaje.

Fue democrático. Fue justo. Fue también muy muy equivocado.

Ocho años después me di cuenta de la locura de este método. Había confundido mis valores personales (*valores fundamentales*) con los valores de mi empresa (*valores organizacionales*). Casi todos los fundadores o emprendedores de una *start-up* cometen este error.

Necesitaba aprender la diferencia y la importancia fundamental del porqué personal con respecto al porqué de la empresa. Esto sucedió en 2016 cuando un ex empleado, conocido en ese momento como Amir Ahmad Nasr, me invitó a comer.

Contratar a Amir fue una de las mejores decisiones que he tomado. Él tenía veintiún años cuando llegó a Mindvalley en octubre de 2007. Cinco años después publicó una reconocida autobiografía: *My Isl@m: How Fundamentalism Stole My Mind and Doubt Freed My Soul*, que lo llevó a compartir el escenario con premios

Nobel, ex jefes de Estado y emprendedores que han cambiado el mundo.

Este valiente libro causó tanto revuelo que lo obligó a trasladarse a Canadá, donde ahora reside. Hoy es más conocido como el músico, compositor y creativo emprendedor que vive en Toronto, Drima Starlight. Es un artista al que le encanta enseñar; es consultor estratégico de confianza para fundadores y directores ejecutivos consumados, empresarios de la lista de Forbes de los treinta emprendedores menores de treinta años, narradores que han recibido premios Grammy y Emmy, autores bestseller de *The New York Times* y oradores de TEDx. Me enorgullece que Drima haya comenzado profesionalmente en Mindvalley.

Durante su explosivo crecimiento profesional, Drima se obsesionó con las historias de origen y los valores fundamentales. Un día me invitó a comer para señalarme gentilmente que estaba pensando en los valores de manera incorrecta. Había pasado cinco años en Mindvalley y conocía la empresa al detalle. Puesto que mantuvimos nuestra amistad mientras se convertía en una autoridad mundial en el diseño de valores para empresas, ahora él estaba en condiciones de expandir mi mente.

Drima me explicó los dos tipos de valores centrales y por qué tanta gente tiene valores incorrectos.

Los *valores fundamentales* definen el alma de una empresa: atraen a las personas adecuadas al ecosistema y le dan a un producto una ventaja única. Grandes marcas, excelentes libros, magníficos restaurantes, a menudo son únicos debido al «sabor» singular que les otorgan los valores de sus fundadores. Piensa en Nike, Apple o Starbucks. Estos valores también son los principios clave, las creencias orientadoras y las ideas fundamentales que dan forma a la cultura. Los valores fundamentales provienen del equipo fundador de una empresa, se utilizan para decidir quién entra por la puerta. Si eres un *solopreneur* o un profesional independiente, estos son los valores para tu forma de dirigir.

Los *valores organizacionales* se desarrollan una vez que las personas están dentro. Son las reglas que rigen los comportamientos esperados, requeridos para que las colaboraciones diarias funcionen sin problemas. Los establece la empresa en su conjunto. A medida que crece tu equipo y tu empresa, los valores organizacionales se vuelven cada vez más importantes. Mindvalley tenía un conjunto claro de valores organizacionales que provenía del equipo. Esa era la lista de la que hablé anteriormente. Pero yo, como fundador, nunca había expresado adecuadamente los valores fundamentales, es decir, la razón por la cual mi alma me llevó a crear esta empresa al principio.

Drima me ayudó a corregir esto, pero lo que estaba a punto de decirme provocaría un cambio tan drástico en mí que perdería el 30 % de los miembros de mi equipo en un solo año. (Hablaré sobre esto más adelante.)

—Vishen, piensa en tus valores fundacionales personales como el documento fundador de Estados Unidos. La Constitución de Estados Unidos es sacrosanta y a lo largo de la historia solo ha sido enmendada después de medidas significativas, por razones importantes e imprevistas, o descaradamente ignoradas por los padres fundadores de Estados Unidos —explicó Drima.

Los valores organizacionales, en su analogía, son como las leyes aprobadas por el Congreso.

—Tus valores fundamentales personales son similares —continuó—. Toman forma en el crisol de las experiencias formativas anteriores de tu vida, en especial durante la infancia y la adolescencia. Raramente cambian en la edad adulta, a menos que sufras una enorme confusión, un trauma o que haya cambios importantes en las circunstancias de tu vida. Pero, aparte de eso, se mantienen casi iguales y sin cambios durante largos períodos.

Los valores organizacionales se forman cuando reúnes personas. Surgen por consenso. Evolucionan con mayor frecuencia a medida que los nuevos miembros del equipo van y vienen, y las circunstancias en tu mercado y el mundo cambian y se modifican. Desempe-

ñan un papel crucial similar a las leyes introducidas, actualizadas y aprobadas periódicamente por el Congreso.

Las leyes son como un modelo vivo que guía y organiza el comportamiento social según corresponda, para representar la voluntad de las personas. Deben estar en armonía y en alineación con la Constitución de Estados Unidos, porque de lo contrario serían consideradas anticonstitucionales y, por lo tanto, las rechazarían.

Es por eso por lo que los valores organizacionales no son suficientes. Para que los valores organizacionales realmente importen, deben basarse en el *porqué* subyacente de los valores fundamentales, que provienen directamente del fundador o del equipo fundador.

Sin embargo, gran parte de las empresas olvidan esto y la mayoría de los fundadores pasan por alto la importancia de sus propios valores, y los entierran por modestia o por un deseo de agradar al *statu quo*. Pero recuerda esto:

En la mayoría de los casos, cualquiera puede imitar tu negocio. Pero nadie puede imitar tu negocio si está construido con base en tu historia. Cuando tus valores infunden tu negocio, le das una vida especial a tu creación.

Steve Jobs infundió a Apple valores estéticos en una época en la que los ordenadores personales eran feos. Oprah infundió a sus programas de entrevistas los valores del amor y la sanación en una era en la que los programas de entrevistas usaban el escándalo y los chismes familiares para ganar espectadores.

Si eres un fundador o líder, tú, de entre todas las personas, no puedes ignorar que tienes valores fundamentales profundamente personales que te impulsan. Tienes que ser consciente de ellos y de cómo te animan o, de lo contrario, como dijo Carl Jung: «Mientras no hagas consciente al inconsciente, este dirigirá tu vida y lo llamarás destino».

Entonces, ¿cómo descubres estos sistemas de valores? Bueno, comienzas con los valores fundamentales. No los encontrarás con-

tándote rollos. Deben provenir directamente de tu núcleo. El truco es descubrirlos.

¿CUÁL ES TU SEMILLA?

Yo fui uno de los primeros conejillos de indias en probar el proceso de valores centrales llamado «Ejercicio de la historia de origen», el cual me permitió descubrir mis cuatro valores fundamentales y transformar mi forma de trabajo. Cuando le pregunté a Drima cómo lo desarrolló, me contó una historia que nunca olvidaré. La llamó «Sabiduría a la sombra de un árbol de limas» y surgió de una profunda lección que aprendió de su abuelo.

Sabiduría a la sombra de un árbol de limas

Cuando era niño, pasaba la mayoría de las vacaciones en Jartum, la capital del norte de Sudán, el lugar donde convergen los ríos Nilo Blanco y Azul, la ciudad en que nací y donde viven la mayoría de los miembros de mi familia. Allí visitaba la casa de mi abuelo. En su jardín, él tenía un árbol de limas que para entonces comenzaba a dar cada vez menos frutos.

Él y yo nos sentábamos a la sombra del árbol y jugábamos al ajedrez casi todos los días. Mi abuelo siempre usó ese tiempo para enseñarme lecciones de vida y crear lazos conmigo. Fue una figura mentora en mi vida.

Un día estábamos jugando al ajedrez debajo del árbol y él recogió una lima que había caído en la hierba. La abrió, la pellizcó, arrancó una semilla y dijo:

—Nieto, mira esto. Esta es una semilla de lima. Te da un árbol de lima. No puede darte un árbol de mango o un manzano. Una semilla de lima solo te da un árbol de lima. Obviamente, debes colocarla en el tipo de suelo adecuado, regarla y asegurarte de que tenga sol. Pero, a fin de cuentas, pase lo que pase, la semilla de lima solo producirá un árbol de lima.

Luego continuó diciendo:

—Este árbol de lima se está haciendo viejo y se está muriendo. Al igual que yo. Me estoy haciendo viejo y un día también moriré, así que tienes que entender algo. A medida que envejeces, antes de que se acabe tu tiempo, es tu deber responder esta importante pregunta: «¿Cuál es mi semilla?».

»Tu semilla producirá solo lo que debe producir. Eso es todo. No te dejes atrapar por las distracciones. No te dejes atrapar por la manipulación. No te dejes atrapar por el ruido de la sociedad. Sintonízate hacia dentro.

»Pregúntate: «¿Cuál es mi semilla?». Una vez que lo sepas, persigue la respuesta. Persíguela con humildad y tú también podrás cumplir el propósito de tu vida.

La historia de Drima expresa de una manera sumamente conmovedora la verdad interna de los miles de millones de personas de este mundo. Ninguno de nosotros es un clon. Cada persona es única, con un modelo de valores fundamentales, profundamente arraigados, que dan forma a nuestro comportamiento. Los valores son simplemente las creencias desde las cuales funcionamos y que son tan parte de nosotros como nuestro ADN.

Y al igual que el ADN, cuando tomas conciencia de las creencias que impulsan todo lo que haces, se vuelve mucho más fácil tomar decisiones, lo que te permite acelerar tu tasa de logro en los resultados que deseas en los negocios.

EL EJERCICIO DE LA HISTORIA DE ORIGEN

Este es el ejercicio con que Drima me guio en el verano de 2016. Fue un momento decisivo en mi vida porque, por primera vez, me di cuenta de cómo mi pasado estaba dando forma a mi presente.

Paso 1: Haz un gráfico con tus picos

Drima comenzó por hacerme pensar en los altibajos de mi vida.

«Cierra los ojos y recuerda algunas de las experiencias más dolorosas que viviste cuando eras niño.»

Durante cada uno de esos momentos surgieron valores. Los puntos bajos (ser víctima del racismo, que me acosaran) me hicieron ganar valores como el aprecio por la diversidad y la compasión por los demás. Los puntos altos, como ver que un producto despe-gaba o ver los rostros de las personas iluminarse en los eventos que hacía, germinaron como valores para la innovación.

Paso 2: Extrae lo que importa

Drima me pidió que escribiera los valores en una lista; me preguntó: «¿Qué es importante para ti en la vida?». En unos veinte minutos escribí esta lista:

- Transformación
- Conectividad
- Compasión
- Crecimiento
- Humanismo
- Estética
- Visión
- Felicidad
- Trascendencia
- Amor
- Cambio
- Aprendizaje autodirigido
- Cuestionamiento
- Innovación
- Futurismo

Paso 3: Síntesis

El siguiente paso fue mirar esa lista y agrupar los valores relacionados. Cuatro grupos se hicieron evidentes de inmediato.

Valores relacionados con la unidad

- Conectividad
- Compasión
- Humanismo

Valores relacionados con el autocrecimiento

- Transformación
- Crecimiento
- Trascendencia
- Aprendizaje autodirigido

Valores relacionados con la innovación

- Estética
- Visión
- Cambio
- Innovación
- Cuestionamiento
- Futurismo

Valores relacionados con el amor

- Felicidad
- Amor

Paso 4: Nombra los valores

El siguiente paso fue darles nombre a estos grupos. Se evidenció para mí que estos cuatro valores se habían convertido en parte de mi ADN. Al hacer el ejercicio al final de este capítulo, también intenta agrupar tus valores. Cada grupo debe tener un nombre. Ejemplo: para el grupo 3, que involucra valores relacionados con la innovación, decidí usar el título «Visualización».

Estos son los cuatro valores fundamentales que surgieron de mí cuando hice este ejercicio.

- Unidad
- Transformación
- Visualización
- Amor

Aquí es donde sucede la magia. Muchos fundadores, consultores o expertos se convierten en repetidores: crean empresas, trabajos y productos que imitan el *statu quo*. En el mundo de hoy esto ya no es suficiente. Esta es otra razón por la que debes infundirle tus valores a tu trabajo.

Si trabajas para una empresa y no eres el fundador, tus valores fundamentales son los activos que aportas al trabajo todas las mañanas. Se aplican al trabajo que haces, no importa lo pequeño que creas que sea. Conozco a un agente de atención al cliente cuyo valor es la alegría: todos los correos electrónicos que envía a un cliente tienen ese valor.

Mis cuatro valores continuaron infundiéndole una ventaja única a Mindvalley y así es como los describimos internamente:

1. **Unidad:** creemos intensamente en la diversidad, el humanismo y el medioambiente. Nosotros, como raza humana, nos encontramos en evolución hacia un futuro mejor, juntos. La unidad es la idea de ver las similitudes por enci-

ma de las diferencias y acoger a la raza humana en su conjunto.

2. **Transformación:** creemos en apoyar a las personas para que se transformen en las mejores versiones de sí mismas; esto es válido para nuestros clientes, socios y empleados. Creemos que tu crecimiento personal debe ser lo más importante en tu vida.
3. **Visualización:** no tenemos miedo de cuestionar el *statu quo* y nunca nos conformaremos en nuestro esfuerzo por superar los límites y crear un futuro mejor. Nuestro enfoque predeterminado es la innovación, la creación y la invención.
4. **Amor:** nos preocupamos profundamente por nuestro equipo, nuestros socios y clientes. Nos tratamos con cuidado y amor.

Cada uno de los cuatro valores hizo que nuestra empresa destacara en nuestra industria.

- La unidad como valor es la razón por la cual empleamos a personas de sesenta países en una oficina.
- La transformación es la razón por la cual todos en Mindvalley se toman su propio crecimiento personal tan en serio.
- La visualización es la razón por la cual reinventamos constantemente nuestros productos y servicios para mantenernos a la vanguardia en nuestra industria.
- El amor es la razón por la cual tenemos una cultura de amistad cercana entre los miembros de nuestro equipo.

Empleé cada uno de estos valores como una ventaja para elaborar nuestra marca. Con el ejercicio del final de este capítulo podrás hacer lo mismo. Convierte tus valores en la historia de tu marca. Pero tus valores harán más que eso: descubrirlos también te hará comprender tus propios comportamientos.

LAS FUERZAS OCULTAS QUE GUÍAN TUS DECISIONES

Ahora bien, antes de que yo descubriera los cuatro fundamentos que indicaba anteriormente, no me había dado cuenta de las fuerzas subyacentes que guían muchas de mis decisiones. Solía encontrarme en negocios con socios con los que no trabajaba bien, o me sentía en conflicto sobre decisiones importantes. Antes de darme cuenta de que la transformación era uno de mis valores fundamentales, intentaba crear empresas en otros campos, solo para fracasar una y otra vez. Pero cuando creé empresas o proyectos en el campo de la transformación humana, siempre fueron un éxito rotundo. Cuando conoces tu huella del alma, conoces tu ventaja única.

Visualizar, o el acto de imaginar nuevas creaciones, fue otro de mis valores que descubrí en este ejercicio. Como un niño que creció jugando con LEGO y como exingeniero, siempre siento que doy lo mejor de mí cuando construyo, creo e invento. Para mí nada se mantiene de manera constante. La innovación es una forma de vida. Pero antes de 2016, no sabía lo profundo que era este valor. Antes de establecer la visualización como un valor, una de las mayores críticas negativas que los empleados de Mindvalley hacían era que «las cosas cambiaban demasiado rápido».

Sin embargo, para mí el cambio era una necesidad en nuestra industria. Al establecer y definir claramente la visualización como un valor y, por lo tanto, hacer del cambio nuestra forma de vida, ahora atraemos a personas que prosperan en entornos de ritmo acelerado. La queja de que el negocio cambiaba demasiado rápido prácticamente desapareció de la empresa. Ahora, las personas que traemos a bordo se relacionan con la innovación como una necesidad. El resultado: personas más felices y un negocio más saludable.

Estos cuatro valores, unidad, transformación, visualización y amor, irradian en todo lo que hacemos en Mindvalley y en todos los que trabajan para nosotros. En la página web con nuestras ofertas

de empleo incluimos parte de la historia de nuestra empresa y una sección que dice: «¿Te alineas con nuestros valores?».

La investigación de los valores centrales comienza ahí. Desafiamos a nuestros posibles empleados desde el momento en que nos encuentran y esto continúa durante el proceso de contratación hasta que los invitamos a unirse a nosotros. Por eso las personas que atraemos encarnan estas mismas cualidades.

La mayoría de las personas lleva su vida a ciegas, sin conocer las profundas creencias orientadoras que dan forma a su comportamiento. No nos enseñan a prestar atención a esto, lo cual no tiene sentido. Drima lo dijo con estas palabras:

Vishen, tus valores deben provenir de tu alma. Tú creaste esta empresa. Hay una razón por la que naciste y una razón para lo que sucede en tu vida. Escucha lo que hay dentro de ti y decide qué valores te importan. No mires afuera ni hagas ningún estúpido proceso de votación.

Recuerda esto: si tú eres el fundador de tu empresa, debes descubrir e infundir tus valores en la organización naciente. No los minimices: tus valores fueron alojados deliberadamente en tu alma y son las semillas de lo que el universo busca crear a través de ti. Escucha atentamente lo que está surgiendo.

Como dijo Steve Jobs en su famoso discurso de graduación en Stanford en 2005:

No puedes conectar los puntos mirando hacia delante; solo puedes conectarlos mirando hacia atrás. Por tanto, tienes que confiar en que los puntos se conectarán de alguna manera en tu futuro. Tienes que confiar en algo: tu instinto, tu destino, tu vida, karma, lo que sea. Este enfoque nunca me ha decepcionado y ha marcado la diferencia en mi vida.²

Mira hacia atrás, haz un recorrido por los acontecimientos de tu vida: los fracasos, los sufrimientos, los altos y los bajos. Todos ellos moldearon tus valores y estos deben guiar tus decisiones sobre el tipo de empresa que crees y el trabajo que realices.

Los valores tienen que proceder de ti, pues se arraigan en tu interior durante los acontecimientos importantes que le dan forma a tu vida. Lo que he llegado a entender es que, por lo general, esos momentos son dolorosos, pero que es entonces cuando crecemos más. Reside un gran valor en la experiencia más dura. Ese es el lado positivo de la vida.

LOS REGALOS OCULTOS DE TU DOLOR

Ahora bien, este es el gran secreto de los valores fundamentales. A veces surgen del dolor y el sufrimiento que puedes haber tenido en la vida. Tus valores son a menudo tu deseo inconsciente de asegurarte de que otras personas no experimenten el mismo dolor que tú.

Tus valores se convierten en la sanación que deseas dar al mundo, debido al dolor que has sufrido tú. O, para sacar a colación otra cita de Rumi:

La herida es el lugar por donde la luz entra en ti.

Que me incluyeran en la lista negra de Seguridad Nacional (ya te contaré la historia en el próximo capítulo) y tener que abandonar Estados Unidos fue doloroso, pero no me arrepiento. Me ayudó a reconocer mi valor clave: la unidad.

Y cuando ves que tu sufrimiento puede contener un regalo oculto, sucede algo especial. Quizá esto es a lo que Viktor Frankl, autor del famoso libro *El hombre en busca de sentido*, se refería cuando dijo:

El sufrimiento deja de serlo en el momento en que encuentra un sentido.³

Ahora bien, por lo general, un solo valor no te define. Habrá muchos. La idea es comenzar con una amplia lista y consolidar y numerar los principales.

El ejercicio de la historia de origen podría alterar radicalmente, pero para bien, la forma en la que manejas tu vida y tu negocio. Eso hizo para mí. Supongo que vivirás una experiencia similar cuando realices el proceso al final de este capítulo. Y cuando lo hagas, recuerda:

A menudo, el dolor de tu pasado son las migas de pan que te llevarán al significado, los valores y el propósito de tu vida.

LLEVA ESTO A TU EQUIPO

Hay una advertencia a la hora de introducir valores fundamentales en un equipo: es posible que surja un aspecto temporalmente inconveniente, incluso un poco doloroso en el proceso. En el año 2016, cuando implementé los valores fundamentales en Mindvalley, vimos renunciar al 30 % de nuestro equipo. Esto no debe sorprenderte. Cuando aportas nuevos valores, cambias la empresa. Por eso es mejor construir un negocio a partir de ellos y hacer este proceso antes de construir un equipo.

Pero si tu negocio ya está funcionando, haz el ejercicio e instaura tus valores fundamentales. No todos estarán contentos con ese cambio. Eso no significa que estén equivocados, solo significa que quizá la relación laboral ya no puede continuar.

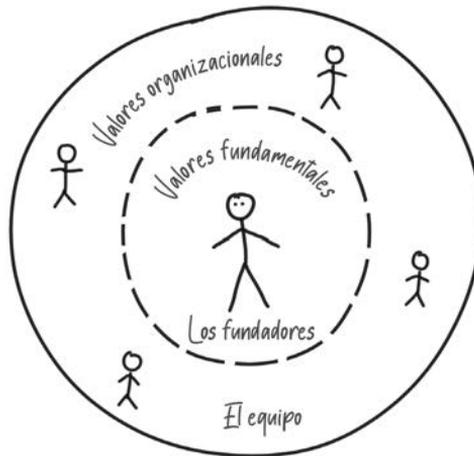
¿El lado positivo? En doce meses comenzó un período de crecimiento acelerado de tres años. La organización se alineó en torno a estos nuevos valores. Las personas que se unieron al «nuevo» Mindvalley en 2016 se quedaron casi un 50 % más de tiempo, produje-

ron el doble de ingresos por empleado y fueron en general más felices, porque nuestros valores estaban alineados.

Los beneficios superan significativamente cualquier caída a corto plazo. Los valores fundamentales generan equipos de mayor rendimiento y que están más conectados. Así que cumple con esta regla: los valores fundamentales son lo primero.

Ahora realiza el ejercicio de la historia de origen, o bien, sigue leyendo para saber en qué te enfocarás una vez que hayas establecido tus valores fundamentales: los valores organizacionales.

Así es como se ven juntos los valores fundamentales y organizacionales.



Los valores fundamentales provienen del fundador y emanan de toda la empresa; los valores organizacionales provienen del equipo. En los ejercicios de cierre de este capítulo explico un proceso de creación de valores organizacionales. Es opcional; puedes omitirlo y pasar al capítulo 2 si esto no resuena contigo. Los valores organizacionales se realizan con los miembros de tu equipo.

Pero primero detente ahora mismo y haz el ejercicio de tu historia de origen. Es hora de que descubras tu exclusiva huella del alma.

RESUMEN DEL CAPÍTULO

Modelos de realidad

Debes conocer tus valores fundamentales.

Tanto si los conoces como si no, tus valores dan forma a todas tus decisiones. Una vez que los definas claramente, comprenderás lo que debes hacer a continuación y con quién necesitas conectarte para construir una vida y un negocio que inspiren.

Cuando comprendes los valores con los que funcionas, todo en la vida se vuelve más fácil. Entiendes por qué haces lo que haces, a quién necesitas tener en tu equipo, qué proyectos debes emprender y cómo tu negocio cambiará el mundo. Te sentirás como un buda, sereno y seguro de tus acciones. Tu buena actitud se extenderá hacia fuera. Liderarás con tu actitud y tu comportamiento.

Una vez que sepas lo que quieres, tu próximo trabajo es atraer magnéticamente a las personas adecuadas, que es lo que aprenderás en el capítulo 2.

SISTEMAS DE VIDA

Ejercicio 1: El ejercicio de la historia de origen

Sigue las instrucciones que encontrarás a continuación para definir tus valores fundamentales. Recuerda que estos valores no pueden ser inventados, deben ser extraídos.

Cuando realices este ejercicio, obtendrás una lista que te ayudará a determinar qué negocios, movimientos o proyectos iniciar, y cómo posicionar tu organización para alinearte con los mejores socios.

Paso 1: Vuelve a conectarte con los momentos pico de tu pasado. Los valores tienden a surgir en momentos dolorosos, porque en ellos es cuando tomamos decisiones poderosas sobre cómo elegiremos comportarnos en el futuro. Pero también surgen de los momentos pico, momentos de asombro o alegría tan grandiosos que

no quieres olvidarlos nunca. Piensa en los momentos pico de tu vida, buenos o malos. Nota: si has experimentado un trauma significativo, puede ser útil contar con el apoyo de un ser querido o un terapeuta mientras realizas este paso.

Pregúntate: «¿Cuál es la experiencia más dolorosa que experimenté cuando era niño?».

Paso 2: Escribe la historia con detalle. Regresa con tu mente a ese momento, descríbelo vívidamente. ¿Quién estaba ahí? ¿Qué pasó? ¿Cómo te sentiste?

Ejemplo: Me caí del columpio en el barro y todos mis amigos se rieron de mí.

Paso 3: Repite el proceso para las edades de cinco a veinticinco años. Explora tu pasado y repite los pasos 1 y 2 para cada recuerdo. Si te ayuda, puedes dibujar una línea de tiempo y marcar los momentos principales en los que sufriste un dolor significativo.

Paso 4: Escribe los valores que surgieron de esos momentos. Considera lo que aprendiste de todas tus experiencias dolorosas y tus principales logros. ¿Qué creencias adoptaste? Al lado de cada recuerdo, escribe una palabra que describa la creencia o el valor central que crees que surgió de ese momento.

Ejemplos: verdad, valentía, conexión.

Paso 5: Define tus valores. Revisa todos los valores y creencias que has anotado. Define lo que significan para ti.

He creado, junto con Drima, un vídeo adicional de este proceso que te guiará en inglés a través de una versión ampliada de este ejercicio. Puedes acceder a él en: <www.mindvalley.com/badass>.

Hoy Drima Starlight dirige talleres ejecutivos y asesora en privado a los principales líderes de las grandes marcas estadounidenses y globales con su socio David Anthony Childs. Para obtener más información sobre los servicios que brindan, visita su página: <www.DrimaStarlight.com>.

BONO OPCIONAL: COMPRENDER LOS VALORES ORGANIZACIONALES

Los valores organizacionales son las actitudes y los comportamientos que los miembros del equipo deben mostrar. Por eso surgen de un proceso democrático.

Además, cuando el equipo y la cultura cambian, se deben revisar los valores organizacionales en cada etapa de tu negocio. El desarrollo de valores organizacionales nunca se detiene. Es un proceso evolutivo. Los equipos que tuve en los años 2008, 2015 y 2019 tenían versiones ligeramente diferentes. Es importante volver constantemente a los valores organizacionales y revisar y repetir. (En comparación, los valores fundamentales rara vez cambian.)

Esta es la forma en que identificamos nuestros valores organizacionales en 2019. Reuní un grupo de compañeros a los que francamente me encantaría meter en una máquina para clonarlos. Todos saben trabajar en equipo y son de alto rendimiento, expertos en su oficio, con actitudes que nosotros como equipo queríamos codificar.

Nos habíamos preparado antes de ese día. Nos llevó unos meses de trabajo colaborativo, que empezó conmigo. Comencé con mis valores fundamentales. Teniéndolos en cuenta, pero luego reflexionando sobre lo que el negocio y el equipo necesitaban, elaboré una lista de diez valores que quería que esta nueva evolución de la cultura en Mindvalley incorporara. Luego hicimos que nuestros compañeros de alto rendimiento cuestionaran la lista inicial e hicieran sus aportaciones.

Un viernes por la tarde, el grupo se reunió fuera de la oficina, en un hotel cercano. Escribimos cada valor en una pizarra. Éramos unas cincuenta personas. Nos dividimos en equipos en los que cada miembro podía opinar sobre los comportamientos que nos gustaría que mostraran nuestros compañeros de trabajo. Luego reagrupamos a los equipos y continuamos.

Al final concretamos una lista de valores organizacionales para reemplazar la que habíamos creado en 2015. Esta es una lista parcial:

1. **Comunicación transparente**

- Creo un espacio seguro para que las personas estén libres de juicios y ego.
- Prefiero sobrecomunicar que subcomunicar.
- Busco entender antes de ser entendido.

2. **Liderazgo visionario**

- Acciones audaces. Gane o pierda, pruebo la idea, incluso si no estoy seguro del resultado.
- Dirijo no solo con palabras, sino también con acciones. Demuestro los comportamientos y las actitudes que espero.
- Mantengo la percepción de los demás como si fueran la versión más elevada de sí mismos.

3. **Trabajo en equipo**

- Constantemente sincronizo ideas con los demás para co-crear en grupo.
- Escucho las ideas de los demás y estoy abierto a la retroalimentación.
- Colaboro en lugar de competir.

Está bien extraer ideas de otras empresas, pero ten en cuenta que cada equipo tiene un código cultural único que es diferente a cualquier otro. Asimismo, a medida que el negocio evoluciona, siempre hay que revisar en equipo sus valores organizacionales.

Recuerda que los valores organizacionales deben venir después de los valores fundamentales. Si deseas implementar esto en tu equipo, esta es una guía aproximada.

Ejercicio de valores organizacionales (opcional)

Los valores organizacionales son las reglas que gobiernan las actitudes esperadas y los comportamientos requeridos por los miembros del equipo para que las colaboraciones diarias funcionen sin problemas. Sigue este proceso democrático para

crear una lista que defina el código de conducta de cualquier equipo.

Paso 1: Consulta tu lista de valores fundamentales. Considera las actitudes y los comportamientos deseados que ya existen en los miembros del equipo y las actitudes y los comportamientos con los que deseas que funcione tu equipo futuro.

Considera también la experiencia cotidiana del flujo de trabajo. ¿Cómo quieres que el equipo trabaje en conjunto? ¿Para qué está trabajando la empresa ahora? ¿Qué actitudes y comportamientos se necesitan para conseguirlo?

Elabora una lista de seis a diez valores fundamentales que crees que representan las condiciones deseadas que quieres ver en la cultura de tu equipo.

Paso 2: Primero revisa tu lista de seis a diez valores fundamentales con el equipo ejecutivo. Pídeles que revisen, detecten fallos, pregunten, aporten a la lista. Decidid entre seis y diez valores finales.

Paso 3: Reúne a tu equipo. Selecciona a todas las personas de alto rendimiento que lleven en la empresa mucho tiempo, que entienden la dinámica actual del equipo y lo que necesita el negocio. O trabaja con todo el equipo en el siguiente proceso.

1. Comparte los valores fundamentales con todo el equipo. Haz que cada individuo escriba códigos de conducta que consideren que demuestran el valor central deseado. *Ejemplo: Liderazgo visionario: «Cuestiono el statu quo».*
2. Divide a todo el equipo en grupos de tres. Haz que estos equipos revisen y consoliden los códigos de conducta que cada miembro del equipo escribió y que sean iguales, para crear una sola lista de cada equipo.
3. Haz que los equipos de tres se unan para convertirse en equipos de seis. Haz que continúen consolidando y revisando los códigos de conducta que cada miembro del equipo escribió.

Los grupos de seis deben escribir su lista final de códigos de conducta en una lista oficial, sin repetir los códigos aportados por otros equipos.

4. Reúne a todo el grupo para que revise cada lista de valores centrales con el fin de solidificar los códigos finales.

Paso 4: Comparte la lista con toda la empresa. Si van un paso más allá, pueden ser creativos y crear un canto, un código o un lema del equipo con el fin de facilitar que los miembros del equipo aprendan y memoricen la lista final.