

DR. CAMILO CRUZ

AUTOR DEL BESTSELLER LA VACA
CON MÁS DE 2 MILLONES DE COPIAS VENDIDAS

EL CONTADOR



DE

HISTORIAS

DESCUBRE CÓMO LOS LÍDERES
CONECTAN, ATRAEN E INSPIRAN
A TRAVÉS DEL STORYTELLING

TALLER DEL ÉXITO

Cuando leí “La Vaca”, primer libro de Camilo que llegó a mis manos, comprendí que estaba ante un escritor de una enorme creatividad. “Contador de historias” me lo demuestra una vez más. Un libro hermoso, entretenido y motivador, cualidades inherentes a la obra literaria de Camilo. Este es un libro despojado de academicismos banales. Sus historias, por sí solas, bastan para educar, motivar y ponernos a pensar. Estoy seguro de que esta obra marcará pautas en la literatura motivacional de habla hispana.

—*Ismael Cala, escritor, periodista y presentador de televisión*

Un libro sorprendente que me ha encantado. Camilo Cruz hace lo que pocos escritores o conferencias se atreven a hacer: regalarnos las historias que ha desarrollado a lo largo de toda su vida. Estas creaciones y arreglos originales reflejan la esencia de este gran hombre. Querido lector, te invito a que leas, disfrutes y aproveches este valioso tesoro.

—*Carlos Cuauhtemoc*

A lo largo de todos estos años como conferencista he podido confirmar una y otra vez la veracidad de aquel viejo dicho que asevera que así “las cifras hablen, las historias venden!” La historia adecuada o la anécdota ideal son la mejor manera de comunicar un concepto o una idea y persuadir. ¡Y no hay mejor contador de historias que mi amigo, Camilo Cruz! Lea este libro, luego vuelva a leerlo y compártalo con sus amigos. Sin duda, esta es una de las grandes obras sobre el storytelling; una herramienta vital para convertirse en un comunicador y contador de historias persuasivo y eficaz.

—*Dr. Willie Jolley, autor del bestseller Solo toma un minuto cambiar su vida.*

Si con la historia de La Vaca impactó la vida de muchos de nosotros, con esta maravillosa recopilación de historias, Camilo Cruz vuelve a dar en el clavo. Es imposible leer este libro y no identificarnos con cada una de sus narraciones. Lo mejor es que no se limita a relatarlas, sino que nos enseña por qué, cómo y cuándo contarlas. Esta obra es una herramienta clave para todos los que amamos el arte de comunicar. El contador de historias es un libro sencillo, profundo y práctico, tal como debe ser una buena historia para la reflexión y el aprendizaje.

—*Rafael Ayala, escritor y conferencista*

Camilo Cruz es un comunicador impactante, persuasivo, emotivo y auténtico. Estoy convencido de que, como un pensador, autor y contador de historias, Camilo llevará a todo aquel que lee o escucha sus historias al siguiente nivel.

—*Brian Tracy, autor y conferencista*

Solo las experiencias emocionales tienen el poder de transformar nuestra existencia, de manera profunda y duradera. El Doctor Camilo Cruz nos recuerda a través de este fascinante libro, lleno de reflexiones útiles, mística y generosidad, que las historias alimentan nuestras emociones y nos impulsan hacia la acción. No me cabe duda de que estamos ante un libro profundamente inspirador y sabio, escrito con la magia que otorga el gran poder que tienen las buenas intenciones. En hora buena.

—*Juan Diego Gómez Gómez Coach, escritor, conferencista y YouTuber número 1 del mundo en Educación Financiera*

El Dr. Camilo Cruz es uno de los escritores y conferencistas más destacados en el campo del desarrollo personal. La sabiduría que comparte a través de sus relatos e historias le permitirán ejercer una enorme diferencia a través del mundo entero produciendo resultados inmediatos en las vidas de aquellos que las ponen en práctica”.

—*Mark Víctor Hansen, co-autor de la serie Sopa de pollo para el alma*

En esta obra, Camilo Cruz nos deja claro que en lo que a la comunicación efectiva se refiere, más importante que los números y las estadísticas es conectarnos con nuestro público y lograr inspirarlos para que puedan llevar sus ideas a la acción utilizando lecciones de sabiduría que nos acompañarán durante el camino.

—*Fernando Gonzalez-Ganoza, representante de Robert Kiyosaky para Latinoamérica*

El Dr. Camilo Cruz presenta un hallazgo trascendental en su libro *El contador de historias: nuestra efectividad para comunicarnos* no se limita al hecho de narrar sucesos y transmitir mera información, más bien, al vínculo emocional que se logra a través de saber contar y transmitir una historia, con el fin de persuadir, cautivar e inspirar a quien nos escucha. En esta obra el lector podrá echar un vistazo a historias cortas pero fascinantes a modo de reflexión, con principios prácticos que le ayudarán a tomar decisiones en su vida cotidiana; identificar sus virtudes, eliminar pensamientos tóxicos, taras mentales y otros limitantes, para así alcanzar su máximo potencial y objetivos.

—*Marcos Witt, pastor, escritor y músico ganador de varios premios Grammy*

Con este nuevo libro, Camilo Cruz nos presenta muchas de sus historias más impactantes en el momento preciso. El contador de historias es el espaldarazo perfecto para descubrir los principios que nos muestren el camino al éxito. Cada uno de los relatos nos recuerda que más que un derecho, ser feliz y alcanzar la plenitud es un deber de los seres humanos. Gracias a los libros y enseñanzas del Dr. Camilo Cruz he “sacudido” mi vida en los últimos años, sin duda los mejores que he vivido.

—*Diana Álvarez, escritora, conferencista y presentadora de televisión*

Cuando conocí a Camilo Cruz ya era un escritor famoso; sus libros se vendían en muchos países y era invitado de honor en las ferias más prestigiosas del mundo. Sin embargo, ahí estaba, sentado en una clase de escritura creativa que yo enseñaba, buscando aprender como mejorar en su tarea de escribir historias. Cuando le pregunté qué hacía allí un escritor tan exitoso como él me respondió con una de las historias que comparte en este libro: La taza de té; un relato sobre la importancia de mantener la mente siempre abierta a la posibilidad de descubrir algo nuevo que nos permita aprender, crecer y mejorar. Ahora sé que la magia de sus relatos está en que las historias que cuenta son un reflejo de lo que él cree y practica. Ese es el Camilo Cruz que conozco, un contador de historias inolvidables.

—*Juan Diego Mejía, novelista*

Durante miles de años las historias han sido la herramienta educativa preferida del ser humano para comunicar, enseñar y aprender. En la nueva economía las historias han probado ser la manera más efectiva para dar a conocer nuestras empresas y hablar de nuestros productos, ilustrar principios de éxito, comunicar emociones y generar cambios. Por esta razón amo

las historias y soy un fiel creyente de su poder. En este libro, Camilo Cruz presenta, de forma maravillosa, historias impactantes que le ayudarán al lector a comunicar sus ideas de una manera mucho más persuasiva y eficaz. Estoy convencido de que esta obra está destinada a convertirse en un poderoso instrumento de desarrollo personal y profesional.

—*Jürgen Klaric, Master Coach y Conferencista*

Este nuevo libro de Camilo Cruz recoge su vasta experiencia en temas de desarrollo personal y se constituye en un instrumento valioso para todos aquellos que se interroguen sobre el poder de las historias para comunicar, persuadir y transformar. Escrito en un lenguaje pulcro y bien cuidado, apoyado en el uso de diversos recursos literarios, *El Contador de Historias* reúne una serie de bellos relatos que invitan a los lectores a recapacitar sobre la forma como enfrentan diferentes situaciones de la vida y a realizar una autocrítica constructiva que conduzca a modificar creencias y comportamientos. Cada relato posee un gran poder evocador y de representación de donde se pueden derivar enseñanzas y reflexiones de utilidad práctica para corregir actitudes personales erróneas.

—*Rebeca Marsa, novelista*

DR. CAMILO CRUZ

**EL CONTADOR
DE
HISTORIAS**

DESCUBRE CÓMO LOS LÍDERES
CONECTAN, ATRAEN E INSPIRAN
A TRAVÉS DEL STORYTELLING

TALLER DEL ÉXITO

EL CONTADOR DE HISTORIAS

Copyright © 2018 - Taller del Éxito - Camilo Cruz

Copyright © 2018 Reservados todos los derechos. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, distribuida o transmitida por ninguna forma o medio, incluyendo: fotocopiado, grabación o cualquier otro método electrónico o mecánico, sin la autorización previa por escrito del autor o editor, excepto en el caso de breves reseñas utilizadas en críticas literarias y ciertos usos no comerciales dispuestos por la Ley de Derechos de Autor.

Exclusión de responsabilidad y garantía: esta publicación ha sido diseñada para suministrar información fidedigna y exacta con respecto al tema a tratar. Se vende bajo el entendimiento de que el editor no participa en suministrar asistencia legal, contable o de cualquier otra índole. Si se requiere consejería legal u otro tipo de asistencia, deberán contratarse los servicios competentes de un profesional.

Publicado por: Taller del Éxito, Inc.
1669 N.W. 144 Terrace, Suite 210
Sunrise, Florida 33323
Estados Unidos
www.tallerdeexito.com

Editorial dedicada a la difusión de libros y audiolibros de desarrollo y crecimiento personal, liderazgo y motivación.

Corrección de estilo: Nancy Camargo
Diagramación: Carla Bórquez Carrillo
Diseño de carátula: Diego Cruz

ISBN: 978-1-60738-462-5

Printed in Mexico
Impreso en México

Contenido

<i>Prólogo</i>	13
<i>Introducción</i>	25
Historias sobre cómo reconocer tu potencial	35
<i>Los dos lobos</i>	39
<i>El esclavo sin cadenas</i>	45
Historias acerca de la acción pronta y decidida	53
<i>El león y la gacela</i>	57
<i>Las orugas procesionarias</i>	61
Historias sobre cómo ayudarles a otros a crecer	69
<i>El sembrador de dátiles</i>	73
<i>Un regalo inesperado</i>	77
Historias sobre la importancia de pensar en grande.....	85
<i>Los peces pequeños</i>	89
<i>El Monte Olimpo</i>	93
Historias sobre la importancia de no parar de crecer	99
<i>La taza de té</i>	103
<i>Los tres cedazos</i>	107
Historias sobre cómo superar los temores	115
<i>El naufragio del Septentrión</i>	119
<i>La canasta</i>	127

Historias sobre el precio del éxito	135
<i>El silbato</i>	139
<i>El viejo y el lago.....</i>	145
Historias sobre dónde buscar las oportunidades	153
<i>El escondite perfecto.....</i>	157
<i>Acres de diamantes</i>	161
Historias sobre la importancia de creer en ti mismo	169
<i>La sequía.....</i>	173
<i>El vendedor más hábil del mundo.....</i>	179
Historias sobre la importancia de eliminar las excusas	189
<i>El perro quejumbroso</i>	193
<i>La roca</i>	197
¿Para qué sirve esto de contar historias?	209
<i>¿Por qué contar historias?.....</i>	215
<i>¿Cómo contar historias que lleguen?</i>	219
<i>¿Cuándo contar una historia?</i>	225
 <i>Epílogo</i>	 233

*“Enséñame algo y aprenderé.
Dime la verdad y creeré.
Pero cuéntame una historia
y vivirá en mi corazón por siempre”.*

—Proverbio cheroqui



PRÓLOGO

*“No hay peor agonía
que llevar dentro una historia
que aún no nos hemos atrevido a contar”.*
—**Maya Angelou**



Hola, soy Camilo Cruz, contador de historias. Durante los pasados 25 años me he desempeñado en múltiples profesiones —profesor universitario, escritor, empresario, conferencista, asesor empresarial y otras más—. Sin embargo, en cada una de estas actividades mi función principal ha sido siempre la misma: contar historias.

Si bien contar historias es hoy parte de mi naturaleza, no siempre fue así. Después de terminar un Doctorado en Ciencias, descubrí que diez años dedicados al estudio de la química, la física y las matemáticas me habían condicionado a aceptar una realidad fundamentada en teorías, estadísticas, información empírica, hipótesis científicas y sistemas lógicos; un escenario en el que parecía no haber espacio para las historias.

Luego, durante mis primeros años en el mundo de los negocios, el panorama no fue muy diferente. Me encontré sumido en un universo en el cual lo único relevante eran las cifras y los porcentajes, las proyecciones de ventas, los precios y los costos. Hoy, las cosas han cambiado. El mundo empresarial ha descubierto que el storytelling, o arte de contar historias, es la manera más efectiva de generar una mayor empatía y conexión emocional tanto con los clientes como con los equipos de trabajo. No obstante, en aquella época lo que importaba eran “los números duros”, permitir que fueran las cifras las que hablaran y el precio el que vendiera; todo lo demás salía sobrando.

En lo que a mí se refiere, siempre he creído que, así las cifras hablen, son las historias las que venden.

¡Sé lo que estás pensando! *Camilo, es posible que así sea en el campo de las ventas, pero yo no soy vendedor.* Si crees eso, quiero pedirte que, por un instante, consideres la siguiente proposición:

¡Todos somos vendedores!

Seas consciente o no de ello, todos estamos vendiendo constantemente ya que el acto de vender no se limita al ofrecimiento de un producto o servicio. El empresario independiente que comparte una oportunidad de negocio con un grupo de prospectos está vendiendo al igual que el padre que busca persuadir a sus hijos para que adopten los valores que les serán de mayor beneficio en la vida. También están vendiendo el profesor que se esmera en preparar su clase con el ánimo de entusiasmar a sus estudiantes con la idea de aprender, el coach o asesor personal que intenta ayudar a su cliente a mejorar algún aspecto de su vida y el líder que trata de inspirar o motivar a su equipo de trabajo hacia el logro de sus objetivos.

Y no solo todos ellos están vendiendo, sino que, en cada uno de sus contextos, un breve relato o una anécdota pueden ser la diferencia entre que su mensaje llegue y perdure o pase desapercibido y caiga en el olvido.

¿A qué se debe que una historia tenga el poder de marcar la diferencia cuando estás transmitiendo una idea? En parte, es debido a que los seres humanos somos criaturas emocionales y las historias nos permiten asimilar las ideas más fácilmente puesto que se conectan con nuestras emociones.

La razón por la cual tú y yo compartimos cualquier tipo de información con otras personas —llámala propuesta, plan, consejo, objetivo, oportunidad de negocio o enseñanza— es porque deseamos motivarlas a actuar. Queremos crear en ellas la necesidad de tomar una decisión o estimularlas a aprender una lección que produzca un cambio específico en su comportamiento, y nada de esto ocurre a menos que exista un compromiso emocional de su parte.

Es por eso que mi interés con este libro no es, simplemente, presentar un análisis teórico de este bello arte de contar historias, escudriñar sus orígenes y su evolución a través de los siglos o discutir los hallazgos que la psicología y la neurociencia han realizado en las últimas décadas acerca del poder de las historias. Fuera de exponer varios conceptos y apreciaciones generales que encontrarás en la Introducción y en el último capítulo, cuyo fin es ilustrar la efectividad de contar historias, he querido darle al libro un enfoque práctico. Y para ello decidí seleccionar y compartir contigo algunos de los relatos que me han permitido llevar mis ideas a millones de personas en más de un centenar de países a través de mis libros y conferencias.

Construí varias de estas historias a partir de frases e ideas sueltas, o reconociendo el valor metafórico de ciertas anécdotas y experiencias con las que me he tropezado en mis múltiples lecturas. Unas cuantas surgieron de recrear o ambientar aforismos, cuentos o leyendas, presentándolos en un contexto más amplio que permitiera valorar mejor las enseñanzas que encierran. Otras forman parte de la tradición oral o el dominio público, y pese a que han sido compartidas anteriormente por otros autores, mi intención fue reinterpretarlas o adaptarlas para que pudiésemos apreciarlas desde otra óptica.

En cada capítulo encontrarás ejemplos concretos de cómo una historia puede ayudarnos a comunicar nuestras ideas de una manera más impactante, generando en quienes nos escuchan un vínculo emocional a tal nivel que todos los datos y cifras jamás lograrían —vínculo que facilita la toma de decisiones ya que nos ayuda a superar los temores y barreras que obstaculizan la acción—, porque, si bien es cierto que la información comunica, son las historias las que persuaden.

Entiendo que nos guste pensar que somos seres perfectamente racionales y que antes de actuar o tomar una decisión medimos los efectos de nuestras acciones, sopesamos los beneficios y consecuencias con cabeza fría y nos apoyamos en datos e información objetiva. No obstante, numerosos estudios en el campo de la neurociencia muestran que muchas de nuestras decisiones, por meditadas y racionales que parezcan, son emocionales. Algunos investigadores van un poco más lejos y aseveran que, así nuestras decisiones den la impresión de ser el resultado de una evaluación racional minuciosa de la información recibida, lo que en verdad sucede es que, muchas veces, utilizamos las cifras y los datos para justificar y respaldar lo que ya hemos decidido basados en nuestras emociones.

Así algunos creen que las emociones lo único que logran es interferir con el buen juicio y obstaculizar la toma de decisiones sensatas, la evidencia neurológica demuestra lo contrario. Científicos del Departamento de Neurociencia de la Universidad del Sur de California concluyeron que las emociones siempre parecen estar al servicio del mejor interés de quien las toma.

En síntesis, ya sea que lo admitamos o no, actuamos desde lo que sentimos. Todas nuestras decisiones son, primero, emocionales. Crear una empresa, cambiar una conducta, sa-

lir tras un sueño o arrancar un proyecto jamás se convertirían en una realidad si no fuera por un impulso emocional que nos ponga en marcha.

La acción requiere emoción y las historias son el combustible preferido de nuestras emociones.

Supongo que es posible pensar que esto de contar historias es un invento de las empresas de mercadeo para posicionar sus marcas y productos, o que el hecho de que hoy la técnica de *storytelling* haga parte del currículo de muchas de las universidades y escuelas de negocios más prestigiosas se debe a que el mundo empresarial ha descubierto una nueva y poderosa herramienta para lograr una mayor conexión con sus clientes, colaboradores y equipos de trabajo. Sin embargo, esto es cierto, solo parcialmente. Es innegable que contar historias y disfrutar de ellas es parte de nuestro ADN emocional. No es la última moda de la gestión empresarial, ni es un invento de marketing, ni nació con la televisión, la Internet o las redes sociales, sino que es una práctica tan antigua como la Humanidad misma.

Para entender el origen de esta fascinación que los seres humanos parecemos sentir con respecto a las historias tendríamos que remontarnos a la época de las cavernas, cuando, por medio de dibujos y bocetos grabados en piedra, nuestros primeros antepasados buscaban dejar plasmadas aquellas vivencias e impresiones del mundo que les rodeaba y que consideraban importantes en sus vidas.

Más adelante, vendrían las historias contadas de manera oral. No es difícil imaginar a los miembros de una tribu sentados alrededor de una hoguera escuchando absortos mientras

el más anciano de ellos compartía tradiciones y creencias que habían pasado de una generación a otra durante miles de años.

Posteriormente, nos encontramos con las narraciones escritas. Y al igual que con las pinturas rupestres o la tradición oral, el objetivo es, por lo menos en parte, el deseo de preservar las costumbres, creencias religiosas, valores y conocimientos, tanto en el espacio como en el tiempo. La Biblia y otros libros sagrados son ejemplos de cómo el contar historias, de manera oral o escrita, ya sea a través de parábolas, cantos, leyendas, metáforas, etc., ha servido para moldear comportamientos, establecer normas culturales, hacer juicios y enseñar principios morales.

Todo esto indica que lo que subyace en el fondo de esta práctica no es más que la ambición de generar emociones que nos conecten a unos con otros. De ahí que a todos nos guste escuchar o leer una buena historia y que de niños quedáramos atrapados por los cuentos y las fábulas que nos relataban nuestros mayores. Las emociones que nos producen las historias son la razón por la cual nos trasnochamos hasta terminar de leer un libro, vemos una película de tres horas sin ni siquiera ir al baño por temor a perder algún detalle o escuchamos a un orador con total atención y luego realizamos cambios radicales en nuestra vida basándonos en lo que hemos oído.

Los mejores comunicadores son extraordinarios contadores de historias. Los escritores, líderes, profesores, empresarios o coaches más sobresalientes son aquellos que se han dado a la tarea de aprender cómo contar historias.

Sin duda, todos tenemos una historia que compartir. No importa si lo hacemos para construir un negocio o para establecer un puente de comunicación con otro ser humano.

Espero que este libro te permita apreciar el hermoso arte del storytelling y te dé algunas ideas sobre cómo utilizar el poder de las historias para construir la vida, el negocio y las relaciones que anhelas. Te deseo mucho éxito en este nuevo camino como contador de historias.

INTRODUCCIÓN

*“Yo lo único que he querido hacer en mi vida,
y lo único que he hecho más o menos bien,
es contar historias. Pero nunca imaginé
que fuera tan divertido contarlas colectivamente”.*

—Gabriel García Márquez



Estoy convencido del poder de las historias para transmitir ideas, ilustrar principios de éxito, comunicar emociones y generar cambios. Es claro que la información compartida a manera de historia llega y encuentra cabida en nuestro cerebro mucho más rápido que las explicaciones basadas puramente en conceptos teóricos. Jennifer Aaker, sicóloga y profesora de la Universidad de Stanford, asegura que nuestro cerebro está diseñado para recordar historias y que estas perduran hasta 22 veces más en nuestra mente que las cifras y los datos. Imagínate lo que significa tener a nuestro alcance una herramienta que nos permita incrementar en un 2.200% las probabilidades de que la gente recuerde lo que le estamos diciendo.

¿Es esto factible? Veamos. Quiero pedirte que pienses en alguna historia, sobre cualquier tema, que hayas visto en televisión o escuchado de alguien en los pasados tres meses. Ahora, es posible que durante este tiempo también hayas escuchado algún tipo de estadísticas, cifras o datos relacionados con este mismo tema. Mi pregunta es: ¿cuál de estos dos tipos de información recuerdas con mayor facilidad? La historia, ¿no es cierto?

Pero, ¿qué sucede si debes comunicar cifras o conceptos puntuales? La Dra. Aaker agrega que si logramos que dichos números o conceptos vayan entremezclados con una historia, su poder de persuasión aumentará de manera exponencial ya

que habremos involucrado la razón y las emociones de nuestro interlocutor.

Esto resulta muy importante porque, ya sea que estés compartiendo una oportunidad de negocio con un nuevo prospecto, orientando a un miembro de tu equipo de trabajo o aconsejando a tu hijo, lo importante no es solamente que ellos escuchen tus ideas, sino que las recuerden y que estas generen una respuesta específica de su parte. El objetivo no es hablar por hablar, por cumplir con el compromiso de informar. Nos comunicamos con la intención de influir, de enseñar, persuadir y convencer.

Al mismo tiempo que he venido utilizando todo tipo de historias, tanto en mis libros como en mis conferencias, entrenamientos y talleres ante cientos de audiencias y millones de personas, también he tenido la oportunidad de atender —ya no como expositor, sino como parte de la audiencia— a un sinnúmero de simposios, seminarios, clases y reuniones en las que se han presentado estadísticas, cifras y datos que he olvidado casi de inmediato. No obstante, todavía recuerdo perfectamente relatos y anécdotas que escuché hace más de tres décadas. Cuando pienso en esto, me es fácil apreciar el verdadero valor de las historias.

Las historias perduran porque nos conectan con otras personas de una manera más profunda y auténtica. Tienen la capacidad de abrirnos los ojos y hacernos conscientes de las circunstancias que otros están enfrentando. Además, nos ayudan a interpretar de una mejor manera las situaciones que afrontamos y nos enseñan lecciones que recordamos por el resto de la vida.

Las historias hacen evidente el hecho de que no estamos solos y de que es más lo que nos une que lo que nos sepa-

ra. Argumentando y discutiendo no siempre logramos que nuestro interlocutor vea las cosas desde nuestro punto de vista. En cambio, una historia es capaz de crear empatía y derribar las barreras que surgen cuando estamos tratando de comunicar algo.

Las historias le llegan más a la gente porque son más universales que los conceptos teóricos y trascienden las diferencias en género, edad, cultura e idioma. Tanto es así, que muchas de las leyendas o metáforas que escuchamos hoy en el mundo occidental se originaron en oriente y son traducciones de otros idiomas. Aun así, han probado ser efectivas ya sea que las compartas con un grupo de empresarios, en el marco de una reunión de negocios, o con un grupo de niños en una clase de tercer grado.

Las historias crean una conexión entre quien las cuenta y quien las escucha que va mucho más allá de un vínculo puramente racional. Cuando el oyente se da cuenta de que la historia le está describiendo un sentimiento o una situación que él mismo ha experimentado, su interés y confianza en el narrador aumentan. En cierto sentido, el relato crea una sensación de un propósito común compartido.

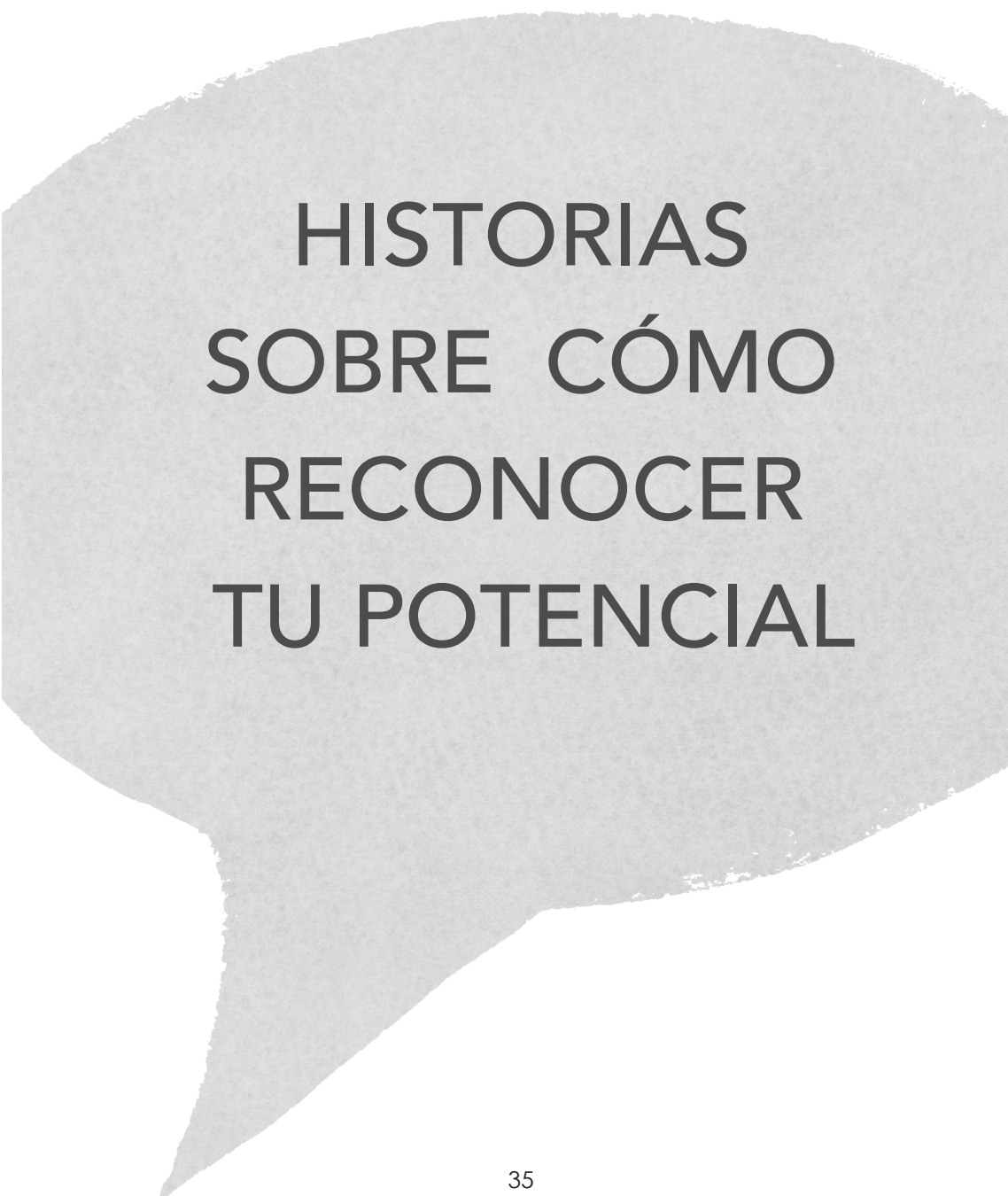
El poder del storytelling está en que las historias no solo llegan al cerebro, sino al corazón de quien nos está escuchando. Esto nos permite captar su atención y aterrizar conceptos que, de otra manera, no pasarían de ser ideas abstractas. Y en un mundo sobresaturado de todo tipo de información, el hecho de lograr la atención de los demás ya es, de por sí, una gran ventaja.

Todos estos argumentos nos dejan ver el indudable poder de las historias. El siguiente paso es descubrir el *por qué*, el

cuándo y el *cómo* utilizarlas. Pero antes, quiero compartir contigo algunas de mis historias favoritas; relatos que me ayudaron a moldear los valores y principios que guían mi vida, y me han permitido construir una profesión gratificante en torno al oficio de contar historias. Espero que estas narraciones, metáforas, cuentos y vivencias, que ya he compartido con millones de personas alrededor del mundo, te den algunas ideas sobre cómo armar tu propio arsenal de historias.

He tratado de ordenarlas alrededor de varios ejes temáticos, pero lo cierto es que están dispuestas de manera más o menos arbitraria. Cada una de ellas va acompañada de un aporte que, lejos de pretender ser una explicación del relato, ni una lección, ni mucho menos una moraleja, es más bien un recuento de cómo llegaron estas narraciones a mi vida y qué uso les doy en mis conferencias e interacciones con los demás.

CAPÍTULO UNO



HISTORIAS
SOBRE CÓMO
RECONOCER
TU POTENCIAL

*“El oficio de escritor consiste en lograr ese clima propio
que obliga a seguir leyendo, que atrapa la atención,
que aísla al lector de todo lo que lo rodea
para después, terminado el cuento,
volver a conectarlo con sus circunstancias
de una manera nueva, enriquecida,
más honda o más hermosa”.*

—Julio Cortazar



Los dos lobos

Hacia el final de la tarde del tercer día de *la gran prueba*, el joven Nayati regresó triste y abatido, sin saber cómo enfrentaría la censura del resto de la tribu. Quizá se había rendido demasiado pronto, pensaba mientras caminaba. Si hubiese esperado uno o dos días más, a lo mejor sus mayores lo habrían entendido, pero rendirse después de solo tres días era señal de debilidad y cobardía.

Lo peor de todo es que, lo que en realidad lo había vencido no fue el hambre, ni el agotamiento, ni la falta de agua, ni el asecho de alguna fiera. Ni siquiera fue la visión de una de las criaturas del mundo inferior que, según su abuelo, lo visitarían para ponerlo a prueba, torturarlo y hacerlo desistir. Lo que dobló su espíritu fue, precisamente, el temor a lo que ahora le esperaba: los reproches de sus mayores, la decepción de sus padres, las burlas de sus amigos, el rechazo de los otros jóvenes Powatan que habían pasado la prueba y ahora serían considerados adultos mientras que a él lo seguirían tratando como un niño.

Nayati continuó avanzando, cabizbajo. “Recuerda que tu nombre significa luchador”, le dijo su abuelo antes de salir, con

la esperanza de que esto le diera confianza y valor. Pero hoy, no había tenido ni lo uno, ni lo otro.

El joven caminó hasta el tipi que compartía con sus padres y su hermana Chenoa y allí permaneció solitario el resto de la tarde.

Pensó en las pasadas dos semanas: en el *gran ayuno* que marcaba el fin de la infancia de todo hombre Powatan y su paso a la adultez; en el momento en que debió cazar y matar su propio búfalo; en su envío al bosque —al “lugar de morir”—, donde debía pasar siete días, solo, sin comida, atento en todo momento a recibir la visión del Águila Dorada, el Oso Blanco o cualquier otro espíritu del mundo superior que le indicarían que Nayati el niño había muerto y en su lugar había nacido Nayati el hombre, el nuevo guerrero Powatan. Apenas tres días soportó su faena, pues dejó que el miedo se apoderara de él haciéndolo dudar, robándole la confianza con que saliera días antes.

Cuando su abuelo, Napayshni, entró al tipi, Nayati no tuvo el valor de levantar la cabeza. Estuvo a punto de llorar, pero contuvo el llanto por respeto a él.

“A lo largo de la vida, en el interior del ser humano, se libra una batalla entre dos feroces lobos”, le dijo el abuelo colocándole su mano sobre el hombro.

“¿Dos lobos?”, le preguntó Nayati sin entender muy bien a lo que él se refería.

“Así es, dos lobos que viven dentro de cada uno de nosotros, alimentándose de todo aquello que permitimos que entre en nuestra mente: el lobo del bien y el lobo del mal, Nayati.

El primero, es bueno; lleno de paz, confianza y valor. En cambio, el segundo, es malvado y lo caracterizan la envidia, la culpabilidad y el temor. Es una pelea a muerte, Nayati. No te quepa duda de ello”, continuó el viejo Napayshni. “Mientras el lobo del bien busca exaltar tus virtudes, darte confianza y seguridad, y convencerte de tu capacidad para superar los retos que enfrentas, el lobo del mal llena tu cabeza de temores y dudas, trata de acobardarte persuadiéndote de que no estás preparado y de que vas camino a un fracaso seguro”.

“¿Y cuál lobo generalmente gana?”, le preguntó el joven.

“Siempre ganará el lobo que tú alimentes más, Nayati”.



Es posible creer que la mejor manera de ilustrar un concepto es exponiendo el principio, la norma o la enseñanza que deseamos compartir, y permitir que el oyente interprete la idea presentada, saque sus propias conclusiones y decida cómo aplicarlas. Sin embargo, este proceso no siempre ocurre con tal facilidad.

Con frecuencia, hay quienes escuchan un concepto, lo entienden y hasta aprecian la sabiduría que encierra, pero continúan teniendo grandes dificultades en aplicarlo en su vida diaria. Es ahí cuando una historia contribuye a facilitar este proceso, ya que ilustra un caso concreto, una circunstancia específica en la cual el concepto en cuestión sea aplicable. Esta técnica resulta aún más importante cuando el principio que buscamos ilustrar es muy subjetivo y se presta para caer en la trampa del autoengaño.

¿Sí ves? El asegurar que el temor fue la causa por la cual alguien fracasó en su intento por lograr una meta es una apreciación muy subjetiva. Aunque nosotros así lo creamos, y exista evidencia que lo demuestre, es posible que la persona que perseguía dicho objetivo considere o asegure que fueron otras las razones: un acontecimiento adverso que debió enfrentar, su falta de preparación, un imprevisto o a alguna otra circunstancia fuera de su control.

Esta es una reacción muy natural. En lugar de aceptar la responsabilidad por nuestra falla, racionalizamos los miedos, dudas o inseguridades que nos harían parecer débiles y los disfrazamos con otros rótulos menos dolorosos: precaución, prudencia, cautela. En estos casos, una leyenda como la de los dos lobos nos obliga a enfrentarnos a nuestros propios temores y a ser totalmente honestos con nosotros mismos.

Pero esta historia va mucho más allá. No solo nos confronta con los miedos y las inseguridades que pudieron ser la causa de nuestras caídas, sino que además nos invita a descubrir los orígenes de estos temores y dudas: ¿son reales? ¿Dónde se originaron? ¿Quién los puso en nuestra mente? ¿De qué manera nos están limitando y haciendo daño?

Los dos lobos aclara todos estos interrogantes sin necesidad de explicaciones filosóficas, ni planteamientos psicológicos confusos. Las palabras sencillas de Napayshni nos dan la respuesta.

La actitud y la manera como enfrentamos los retos y las situaciones difíciles que la vida nos presenta están influenciadas por este conflicto que se libra en nuestro interior entre dos impulsos primarios —uno que busca fortalecernos y otro que tiende a debilitarnos—. Y en esta batalla entre estas dos fuerzas representadas por los dos lobos suele salir

victoriosa la que nosotros nos hayamos encargado de alimentar más.

¿Cómo la alimentamos? Con las creencias, las opiniones —propias y ajenas—, los temores y demás ideas que permitimos que entren y encuentren cabida en nuestra mente. Cada uno de estos pensamientos es un bocado que alimenta a uno de nuestros dos lobos.

Otro aspecto que vale la pena destacar es que, por lo general, el mensaje de una historia se presta a múltiples interpretaciones. Algo que, lejos de debilitarla, nos permite descubrir diversos puntos igualmente importantes. ¿A qué me refiero?

Sería fácil concluir que una mejor solución para el dilema de los dos lobos es eliminar al lobo del mal. Es más, con frecuencia la gente me pregunta qué hacer para erradicar de su vida los miedos que parecen asediarlos constantemente. Muchos han llegado a convencerse de que el temor es su peor enemigo; que esa voz interior que parece siempre estar previniéndolos, advirtiéndoles que actúen con extrema cautela y atemorizándolos con la posibilidad de fracasar es la que no les ha permitido salir adelante en la vida. Así que quieren saber cómo eliminarla —cómo matar al lobo del mal— de una vez por todas para que no les siga haciendo daño.

Pero lo cierto es que el miedo no es realmente el enemigo. Es más, el temor es una emoción necesaria en la vida. Imagínate si no les tuviésemos miedo a las fieras, ni a caminar demasiado cerca de un precipicio, ni a cualquier otra circunstancia que represente un riesgo para nosotros. Con seguridad, actuaríamos con mayor imprudencia y nos pondríamos más a menudo en situaciones de peligro. ¿Ves? Hay

instantes en que el miedo actúa como un mecanismo de defensa que garantiza nuestra propia supervivencia.

Lo mismo ocurriría si nouviésemos temor a perder un examen en la escuela o a ser rechazados en una entrevista de trabajo. Si así fuera, lo más seguro es que no nos preocuparía demasiado estudiar lo suficiente, ni estar bien preparados y causar una buena impresión en la entrevista.

Entonces, el objetivo no es deshacernos del lobo del mal. No se trata de eliminar el miedo de nuestra vida porque, como ves, este juega un papel necesario. De lo que se trata, y esto es lo que ilustra la leyenda de los dos lobos, es de asegurarnos de nutrir al lobo del bien. ¿Cómo? Enfocándonos más en nuestras fortalezas que en nuestras debilidades; alimentando nuestra mente con imágenes en las que nos proyectemos triunfando y no fracasados y vencidos; cuidando que las ideas, lecturas e información que llegan a nuestra mente a través de los sentidos nos estén ayudando a fortalecer nuestro carácter y descubrir nuestro verdadero potencial, y no que estén plantando falsas creencias que debilitan nuestra personalidad y socavan nuestra autoestima.

Muy pocas historias ilustran con tanta claridad el papel que nosotros mismos jugamos en este proceso. Es evidente que cada uno de nosotros elige la información, los pensamientos y las ideas que deposita en su mente. Por lo tanto, la próxima vez que utilices la expresión “alimentar tu mente”, ten presente que de lo que se trata es de alimentar al lobo que va a fortalecerte o al lobo que te va a debilitar.

El esclavo sin cadenas

Esta es la historia de un hombre joven que formaba parte de una cuadrilla de esclavos condenada a trabajar en una de las minas de oro más grandes de la Nueva Granada —un territorio que por aquel entonces aún pertenecía a la Corona Española—. Era una época en la cual la esclavitud y la explotación del oro iban de la mano a tal punto que los hacendados que poseían minas en sus tierras ostentaban el título de “Señor de minas y de cuadrilla de esclavos”.

En una hacienda de esta región, se hallaba uno de los depósitos de oro más ricos de toda la provincia. Su dueño poseía un gran número de esclavos que solía iniciar su faena en las minas con la salida del sol y en ocasiones no paraba hasta mucho después de caída la tarde. Eran jornadas largas y penosas bajo la vigilancia de un capataz que no tenía ninguna consideración para con este puñado de individuos. Les exigía un esfuerzo descomunal para cualquier ser humano, y no toleraba ningún tipo de indisciplina, ni admitía nada que no fuera su total sumisión. Era frecuente que muchos de ellos enfermaran y hasta murieran como resultado del trato inhumano al que eran sometidos.

Los hombres hablaban poco entre sí. Su espíritu, visiblemente quebrantado, les había enseñado a no esperar mucho de la vida así que se limitaban a sobrellevar cada día evitando en lo posible los horribles castigos que les propinaba el mayoral cuando cometían un error o cuando alguien se desplomaba, víctima del cansancio y la fatiga.

Un día, llegó a la mina un joven esclavo en quien se advertía algo excepcional. Exhibía una actitud firme y decidida; compartía con sus compañeros de penuria historias sobre lo que quería hacer con su vida y los alentaba a aferrarse a sus ilusiones y anhelos con todas sus fuerzas para evitar que el cruel capataz los despojara de sus ideales y sueños de libertad.

Una de las primeras cosas que el joven hizo al llegar fue limpiar un pequeño terreno aledaño a la caleta donde dormía el grupo y sembrar allí algunos vegetales. Y cada noche, antes de irse a descansar, atendía sin falta las necesidades de su improvisada huerta sin importar lo duro que hubiese sido el trabajo ese día.

Para el mayoral, esto era una clara muestra de rebeldía e indisciplina, una influencia negativa sobre el resto de la cuadrilla. En castigo a su osadía, para él estaban reservadas las peores tareas, las más severas e inhumanas. Las golpizas y castigos eran frecuentes y el encargado siempre se las arreglaba para que su faena se prolongara hasta mucho después de que el resto del grupo se hubiese retirado a descansar.

Al final de la jornada era tal el cansancio de aquellos hombres, que apenas si tenían fuerzas para consumir su ración de comida y caer doblegados por la fatiga. Debían aprovechar las pocas horas de reposo que tenían para soportar la faena

del siguiente día. Aun así, y sin importar su cansancio, ni su precario estado, ni qué tan tarde fuera, día tras día, el joven esclavo buscaba siempre el tiempo para atender su huerta.

Sus compañeros no entendían la razón del empeño con que él cuidaba aquel jardín. Se burlaban de tal necedad y no lo miraban con buenos ojos temiendo que, por su culpa, el capataz la emprendiera contra todos. No comprendían el propósito de tan frívola tarea ya que el pequeño sembradío no producía mayor cosa. Incluso algunos lo veían como una señal de arrogancia. Suponían que su único fin era dejarles ver que él era distinto a todos.

Una noche, luego de trabajar más de doce horas seguidas en la mina, llegó el joven a la barraca con su cuerpo cubierto de lodo de pies a cabeza. Las llagas en sus manos exponían las carnes rojas y pulsantes. El agotamiento era tal que dos de sus compañeros debieron ayudarlo a llegar hasta el catre en el que dormía. Su estado era tan lamentable que algunos llegaron a pensar que esa sería su última noche; ya había sucedido con otros. Sin embargo, para sorpresa de todos, en lugar de dejarse caer sobre la estera, como el resto del grupo, el hombre tomó su azadón y se dispuso a atender su huerto, como era su costumbre.

Cerrándole el paso, el más viejo de todos los esclavos le reprochó con severidad frente a los demás:

“¿Qué haces? ¿Acaso quieres acabar con tu vida? Nosotros aquí, hechos trizas, tratando de reponernos para lo que nos espera mañana y tú, que has trabajado mucho más, en lo único que piensas es en coger tu maldito azadón para atender ese rastrojo... ¿Qué buscas con ello?”

Sin exaltarse ni perder la compostura, el joven le respondió:

“Hoy he trabajado más de medio día para otra persona, construyendo con mi sudor su beneficio, no el mío; rompiéndome el lomo bajo las órdenes de alguien a quien no le importa si vivo o muero... Y qué triste sería irme a dormir sin haber trabajado tan siquiera unos instantes para mí mismo”.

Habiendo dicho esto, se dirigió a atender su jardín.



Esta historia es parte de una novela que escribí hace algunos años, titulada *Un regalo inesperado*. Se desarrolla a mediados del siglo XIX, cuando la esclavitud era parte de la cotidianidad en muchos lugares de nuestra América. Este contexto podría hacernos pensar que es un relato con el que un empresario o profesional del siglo XXI no lograría identificarse, que lo hallaría anacrónico y fuera de lugar. Pese a ello, lo que he encontrado cuando lo comparto es que toca una fibra muy sensible ya que muchas personas consideran que hoy son víctimas de otro tipo de esclavitud. Sienten que son esclavas de su trabajo, de la velocidad aparatosa a la que el mundo se mueve o de la cantidad de tareas, reuniones, compromisos y actividades laborales que deben atender y que les dejan poco o ningún tiempo para ellas mismas.

Con frecuencia, hablo con emprendedores que quisieran poder empezar un negocio en su tiempo libre o desearían regresar a la universidad a hacer una maestría o un diplomado durante las noches, después de salir de sus trabajos, pero encuentran imposible hacerlo porque consideran que no les alcanza el tiempo, que su trabajo no les permite agregar una actividad más a su ya atiborrada agenda.

No obstante, en lugar de hacer algo al respecto, prefieren ampararse tras excusas como “no tengo tiempo para nada más”, “no me queda un minuto libre”, “estoy demasiado ocupado”, “mi trabajo demanda mucho de mí” o “si solo tuviera una hora más en mi día”. Por eso, cuando escuchan una historia como la del esclavo sin cadenas, ven en ella una situación con la que les queda fácil identificarse y además descubren una posible salida a la encrucijada en la que se encuentran.

La salida es sencilla: resulta absurdo tener todo el tiempo del mundo para trabajar para otra persona y, al mismo tiempo, afirmar que nos es imposible encontrar el tiempo para trabajar en nuestros propios proyectos. Esta es la lección que esta historia nos enseña de manera magistral.

Ahora bien, al escucharla es claro que, comparadas con las implacables jornadas que debía soportar el joven esclavo, parecería como si la mayoría de nosotros estuviera trabajando medio tiempo. Él sí tenía no una, sino cientos de razones para justificar no hacer nada más. Y aun así, en lugar de utilizar cualquier excusa, se rehusaba a irse a dormir sin antes haber trabajado, por lo menos, unos minutos para sí mismo.

El hecho de trabajar tan siquiera unos instantes en su huerta, sin importar lo cansado que se sintiera, era su mejor proclama de que, aunque su cuerpo y esfuerzo estuvieran siendo explotados y abusados por otro, había algo que aún era suyo, que todavía le pertenecía. Su trabajo en su pequeño jardín era su manera de mantener cierto control sobre su vida y sus decisiones, y conservar viva su esperanza de libertad.

Sin duda, esta historia nos obliga a cuestionarnos, a autoconfrontarnos ante la idea de estar dispuestos a trabajar 40 o

50 horas semanales en un empleo, pero no creer posible encontrar una o dos horas diarias para trabajar en un proyecto propio, ya sea empezar un negocio, estudiar, ir al gimnasio o trabajar en cualquier otra actividad que nos interese.

“Conozco a pocos escritores capaces de dar un regalo como este.
Te invito a que leas, disfrutes y aproveches este valioso tesoro”.

—Carlos Cuauhtémoc Sánchez

Autor y Conferencista

Storytelling es el arte de contar historias. En el mundo empresarial, esta práctica ha ganado enorme relevancia, ya que permite generar mayor empatía y conexión emocional tanto con clientes como con equipos de trabajo. Sin embargo, el *storytelling* es mucho más que una herramienta de mercadeo; es conectarnos emocionalmente con quien nos escucha a través de una historia.

Si estamos compartiendo una oportunidad de negocio con un nuevo prospecto, orientando a un equipo de trabajo o aconsejando a un hijo, nuestro objetivo no es solo informar. Cuando comunicamos cualquier tipo de información —llámalo propuesta, plan, consejo, proyecto o enseñanza— nuestra intención es motivar a otros a actuar; queremos enseñar, influir y persuadir. Y aunque la información comunica, son las historias las que persuaden. Los empresarios, líderes, asesores, profesores, vendedores, conferencistas y *coaches* más sobresalientes son aquellos que se han dado a la tarea de aprender cómo contar historias. Esto es precisamente lo que hace el Dr. Cruz en esta maravillosa obra.

Cada capítulo contiene ejemplos concretos acerca de cómo una historia nos ayuda a comunicar nuestras ideas de una manera más impactante, generando en quienes nos escuchan un vínculo emocional tal, que todos los datos y cifras juntas jamás lograrían. Descubre cómo crear y contar tus propias historias, ya sea que lo hagas para construir negocios o para establecer puentes de comunicación con quienes te rodean.



Por más de tres décadas, el **Dr. Camilo Cruz** se ha desempeñado en múltiples profesiones: escritor, profesor universitario, empresario, conferencista, asesor empresarial y otras más. Sin embargo, en cada una de estas actividades, su función principal ha sido siempre la misma: contar historias. En este nuevo libro, Camilo Cruz, autor de los *bestsellers* *La Vaca*, *La ley de la atracción* y 35 obras más, comparte las historias que le han permitido llevar su mensaje a millones de personas en más de un centenar de países a través de sus libros y conferencias. Sus obras han sido traducidas a 16 idiomas, convirtiéndolo en una de las figuras más influyentes en Latinoamérica en las áreas del desarrollo personal, la comunicación efectiva y el liderazgo.

en las áreas del desarrollo personal, la comunicación efectiva y el liderazgo.

ISBN-13: 978-1607384625



9 781607 384625