



¿Debemos compartir nuestros conocimientos y experiencias con otros? ¿O no?

Cuando uno viaja con los ojos abiertos descubre cosas que no aparecen en las mejores guías. A menudo lo más fascinante del viaje es descubrir a las personas: sus conductas, sus hábitos, sus modos de proceder. Sentirnos distintos y cuestionarnos acerca de estas diferencias es un ejercicio, como mínimo, enriquecedor.

Algo que nos llama poderosamente la atención siempre que viajamos por lugares como Silicon Valley o el área del Gran Boston es que la gente -los emprendedores, los empresarios- comparten entre ellos con suma naturalidad en qué proyectos están trabajando y cuáles serán sus lanzamientos estrella en los inmediatos meses.

En muchas ocasiones **la mejor forma de demostrar el estatus de líder fuerte es enseñar a los demás lo que se sabe**, tanto a los clientes y a los proveedores como a los competidores directos. Es una manera de enseñar musculatura ante el mercado.

Pero también es una forma de preguntar de manera indirecta si en aquello en lo que están trabajando tiene un eco positivo, o no tanto. Es un modo de hacer estudios de mercado. ¿Cuántas veces no hemos oído o leído por parte de algún directivo que durante una entrevista ha anunciado algo que posteriormente ha sido cancelado o revisado? Y es que **no hay mejor manera de acertar que preguntar al destinatario si le puede interesar**.

Aquellos que se sienten líderes no se esconden de hablar de los grandes trazos de lo que serán sus productos o servicios estrella. Y algunos incluso hacen demos de un futuro producto o idea.

Véase al respecto, a modo de ejemplos, la reciente convención de Apple del 10 de junio <http://www.youtube.com/watch?v=SRmjUzcpL00>. En la misma línea es interesante también el video que puso en la red en el 2011 el fabricante de vidrio Corning sobre lo que ellos llamaron "El futuro del vidrio" http://www.youtube.com/watch?v=6Cf7IL_eZ38 y que en breve tiempo tuvo más de 10 millones de visitas.

Fijándonos en estas dos presentaciones nos llama la atención la enorme similitud entre algunos de los dispositivos que se presentan y sus iconos. ¡Y eso que les separan 2 años! ¿Casualidad o consecuencias de compartir?

En nuestra opinión compartir información, ideas y proyectos con otras personas, sean clientes, proveedores o competidores, sólo puede ser beneficioso. Con una consideración, y es que además de hablar de ello hemos de ser ágiles en avanzar en la ejecución; lo que a su vez nos lleva a **preguntarnos si el no compartir es fruto de la inseguridad en nuestras capacidades**.

Lo miremos por donde lo miremos, **aprender a compartir no puede más que beneficiarnos**.