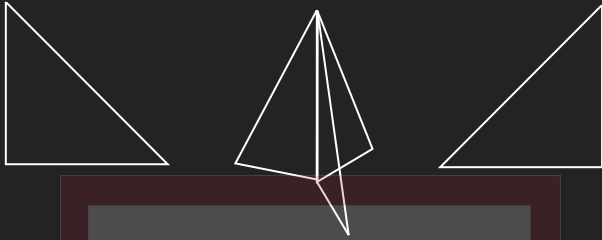


1<sup>a</sup> PARTE



**TRIÁNGULOS**  
**Y**  
**PIRAMIDES**

# UNAS PALABRAS SOBRE TRIÁNGULOS Y PIRÁMIDES



.....

El triángulo es un diseño clásico.

Capta la esencia de toda secuencia de 1, 2 y 3 o de A, B y C, tan apreciadas por las personas en todo el mundo.

El cuento de los tres cerditos. Los chistes en los que un español, un chino y un francés entran en un bar. La trilogía de *El Señor de los Anillos*. ¡A todo el mundo le encanta las cosas que vienen de tres en tres!

Por lo tanto, si necesitas explicar un tema basado en tres pilares, prueba con un triángulo.

Pero hay más.

Los triángulos pueden acentuar los aumentos o descensos graduales, aumentando la tensión de una historia o delimitando las opciones.

La intersección de dos triángulos puede mostrar una mezcla de ambos o una transición de una situación a otra.

Las pirámides pueden explicar la gradación y los elementos de una progresión.

Además, de forma bastante inteligente, el espacio en el centro de un triángulo brinda la posibilidad de un cuarto elemento que, sobre todo, es el punto central del tema en cuestión.

# 1 LA PIRÁMIDE

.....



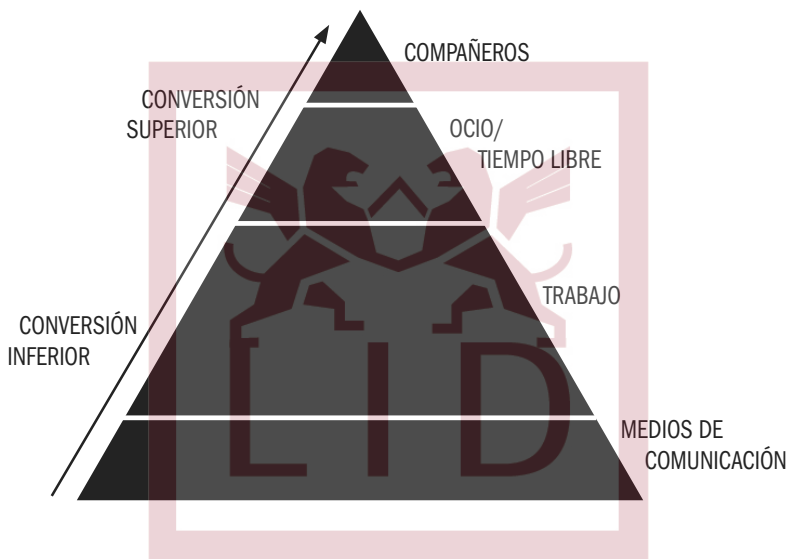
- La pirámide es uno de los diagramas más versátiles del mundo.
- La base propone una plataforma; la parte central, una zona de transición; la cumbre (o remate), un logro, un destino o un grupo de élite.

- Categorizar grupos distintos sin entrar en complicaciones es muy útil.
- En este ejemplo, la parte superior representa las personas que entienden la propuesta de una empresa; la central simboliza las que puede que la entiendan y, la base, aquellos que nunca la entenderán. Al introducir los posibles nombres o cantidades en las diferentes secciones, el lector entiende rápidamente cuál debería ser la nueva estrategia de negocio.
- Tradicionalmente, los temas de gran volumen o de mercado de masas se sitúan en la base, con una concentración de esfuerzos a medida que aumenta.
- La parte superior, por lo general, representa un objetivo o una aspiración de algún tipo.
- Las versiones más estrictas son lo bastante diligentes como para poblar cada capa con cifras para que el tamaño de la oportunidad, y la falta de él, quede perfectamente claro.

**Ejercicio:** escoge un tema. Divídelo en no menos de tres y no más de cinco fases, categorías o segmentos. Ponlos en orden. Escoge una dirección, de arriba a abajo, o al revés, de la pirámide. Añade las cantidades a cada capa si es pertinente.

## 2 LA PIRÁMIDE DE VENTAS

---



- Las pirámides pueden tener muchos escalones. Aunque, a efectos de una mayor claridad, es mejor que no tengan más de cinco. De lo contrario, la información parecerá demasiado enrevesada.
- La pirámide de ventas es una buena manera de determinar dónde desplegar tus actividades de ventas.

- En este sencillo ejemplo, el tamaño de cada escalón se proyecta de manera descendente desde el conocimiento de unos amigos cercanos en la parte superior para aumentar en tamaño a través de los contactos profesionales y sociales hasta llegar al público en general.
- La cuantificación de estas secciones permite que aquella persona que dirija su propio negocio averigüe en qué centrarse. Las grandes empresas también pueden beneficiarse de ello.
- Se pueden añadir la dirección y la naturaleza de la oportunidad con una flecha. En este caso en particular, lo que se pretende indicar es que las probabilidades de conseguir una venta aumentarán cuanto más conectado esté el posible comprador al propietario de la empresa.

**Ejercicio:** *escoge un producto, una marca o un servicio que quieras vender. Haz uso de la pirámide de ventas para definir quiénes podrán comprarlo. Colócalos en una secuencia de pocas a muchas oportunidades. En caso de que sea posible, añade cantidades para cada capa y, a continuación, escoge tu segmento más fácil o con mayor beneficio como punto de partida.*

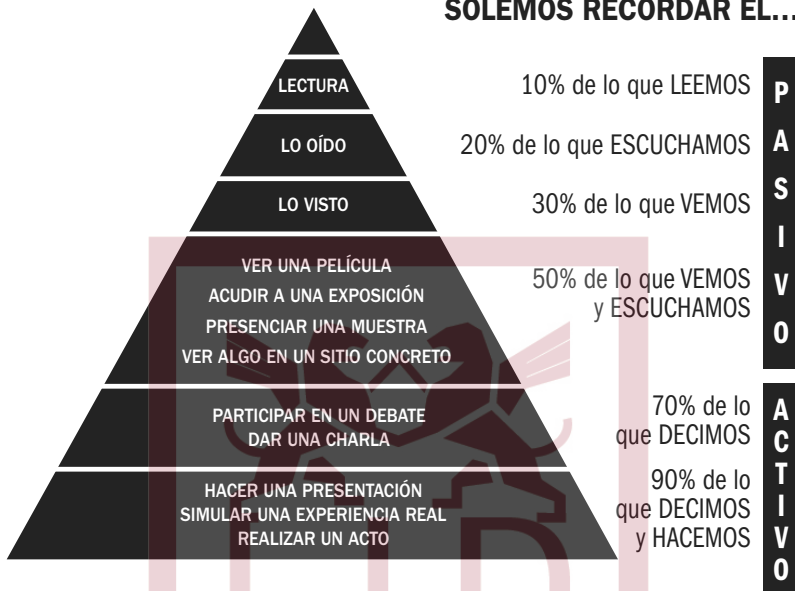
### 3 LA PIRÁMIDE DEL APRENDIZAJE

---

- La pirámide del aprendizaje fue ideada por Edgar Dale en 1969.
- Aprovecha la escala de la pirámide para exponer una serie de puntos sobre lo bien (o mal) que retenemos el conocimiento, concretamente, dos semanas después de que se haya impartido.
- La minúscula cima de la pirámide sirve para mostrar que, después de ese momento, sólo recordamos el 10% de lo que leemos.
- Esta cifra aumenta hasta el 20% de lo que escuchamos, el 30% de lo que vemos, el 50% de lo que vemos y escuchamos y el 70% de lo que decimos.
- La base amplia se usa para recalcar el hecho de que, después de dos semanas, retenemos el 90% de lo que decimos y hacemos.
- El espacio en las secciones tiene el objetivo de dar ejemplos de la naturaleza de las técnicas de aprendizaje que puede emplearse en cada caso.
- El sistema puede utilizarse para descubrir el punto medio correcto de uso en función de la importancia de lo que se quiera comunicar, avanzando desde la parte pequeña de arriba hasta la más grande de la base.
- La moraleja es que siempre puedes aumentar la eficacia comunicativa mejorando el punto medio que utilices. Si realmente quieres que tu mensaje destaque, no te ocultes tras los correos electrónicos. Si ibas a mandar un correo, llama. Si ibas a llamar, reúnete. Si ibas a reunirte, utiliza la tecnología moderna para replicar esas condiciones, bien con una videollamada o un webinar.



## DESPUÉS DE DOS SEMANAS, SOLEMOS RECORDAR EL...

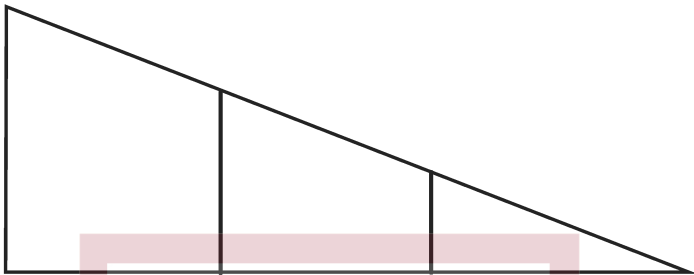


**Ejercicio:** escoge un mensaje que desees transmitir de forma eficaz. A partir de la pirámide del aprendizaje, fíjate el objetivo mínimo del 50% de memoria de tu mensaje después de dos semanas (ver y escuchar) y diseña la mejor manera de conseguirlo. Para una versión más ambiciosa del ejercicio, fija el objetivo del 90% (decir y hacer) con el fin de arrojar los mejores resultados.

## 4 LA PIRÁMIDE DESCENDENTE

---

- La pirámide descendente es perfecta para contar una historia estratégica y reducir las opciones. Facilita al presentador las tareas de explicar su trabajo, mostrar que se han considerado muchos aspectos y, aun así, acabar con una clara y preferiblemente única recomendación.
- Empezando por la izquierda, se pueden presentar, analizar y rechazar de manera sistemática muchas opciones, con ayuda de todo el razonamiento y detalle pertinentes.
- Hacia la mitad de la pirámide, deberíamos haber reducido las posibilidades a un máximo de tres o cuatro.
- Se pueden analizar incluso con más detenimiento y hasta recomendar que se investiguen minuciosamente.
- Por último, el presentador llega a la parte derecha con una recomendación muy bien argumentada, pues ha cubierto todas las posibilidades.



MUCHAS  
OPCIONES

POCAS  
OPCIONES

RECOMENDACIÓN

**Ejercicio:** escoge una presentación o una historia que debe explicarse, teóricamente una que tenga bastantes opciones o un tema de amplio alcance. Teniendo en cuenta la pirámide eliminativa, empieza con un enfoque amplio y, posteriormente, ve reduciendo el número de opciones o temas de manera sistemática. Trata de llegar al final con una recomendación o perspectiva claras.

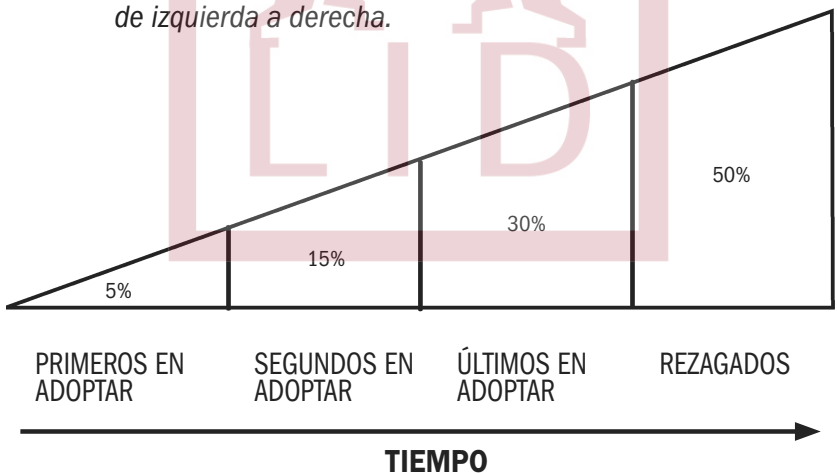
## 5 LA PIRÁMIDE ASCENDENTE

---

- La pirámide ascendente es ideal para crear una historia o demostrar el progreso de algo durante un cierto período de tiempo.
- La inclinación puede modificarse para indicar la velocidad durante un lapso temporal más corto.
- Asimismo, puede complementarse con la pirámide descendente, al ampliar una historia. Por ejemplo: al haber alcanzado la esencia de una recomendación, el presentador puede explicar la manera en la que la idea puede utilizarse en muchos formatos diferentes, con varios públicos, en distintas zonas, entre otras cosas.
- Al igual que para una pirámide convencional, el número máximo recomendado de subdivisiones es cinco, para así mantener la claridad.
- En este ejemplo, examinamos la secuencia de adopción clásica de un nuevo producto o tendencia. Los primeros en adoptarlo son los primeros en ponerse en marcha, acompañados de los segundos y los últimos en adoptarlo, seguidos a su vez por los rezagados.
- Estas secciones tienen mayor poder cuando van acompañadas de cifras.

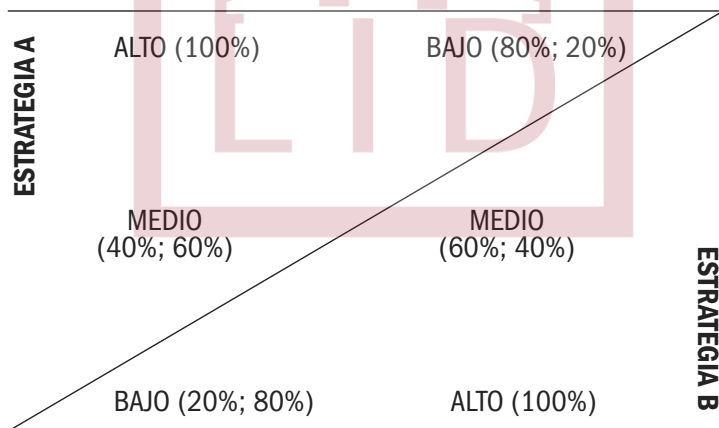
- Aquí observamos que la mayor parte de la oportunidad de mercado viene después, por lo que sería mejor que la marca tuviera paciencia.
- Datos como estos posibilitan que el presentador narre una historia estratégica convincente o que explique dónde deben volcarse los esfuerzos de manera convincente.

**Ejercicio:** escoge un período de tiempo o elemento que deba expandirse. Divide la pirámide ascendente por tiempo o segmentos. Añade cifras, datos o porcentajes en caso de que sean pertinentes. Desarrolla la historia de izquierda a derecha.



## 6 LAS PIRÁMIDES CONECTADAS

- Las pirámides conectadas consiguen que se comparen en base a la lógica dos estrategias diametralmente opuestas.
- Los dos extremos se colocan en las partes opuestas, a derecha e izquierda: estrategias A y B. En cada punta, la estrategia adoptada sería el 100% de A o el 100% de B.
- Entonces, se escoge una serie viable de criterios conectados entre sí. Concretamente, aquí hay tres: alto (100% de una estrategia), medio (60% de una y 40% de la otra) y bajo (80% de una y 20% de la otra).



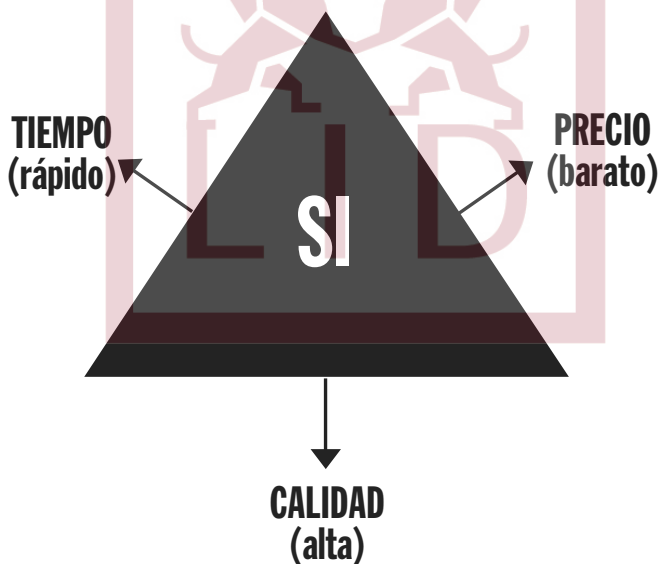
- Al unir estos criterios de izquierda a derecha y de derecha a izquierda, el diagrama genera un conjunto de permutaciones posibles para resolver el problema.
- En este ejemplo, hay seis permutaciones y puede analizarse la idoneidad de cada una de ellas.

**Ejercicio:** escoge una cuestión con dos posturas opuestas. Coloca cada una en un extremo de las pirámides conectadas. Elige, como máximo, tres permutaciones que aborden diferentes formas de enfrentarse al problema. Asocia las permutaciones a una tasa porcentual y colócalas encima o debajo de la diagonal, de acuerdo con su gravedad. Revisa las diferentes combinaciones y escoge la que funcione mejor.

# 7 EL TRIÁNGULO CONDICIONAL

---

- El triángulo condicional es un aliado imprescindible en cualquier negociación porque cubre las únicas tres variables que siempre están en juego cuando un consumidor considera la posibilidad de hacer una compra.
- Las tres preguntas son siempre las siguientes:
  1. ¿Cumplirá con su función? (calidad)
  2. ¿Cuánto va a costar? (precio)
  3. ¿Cuándo puedo disponer de ello? (tiempo)



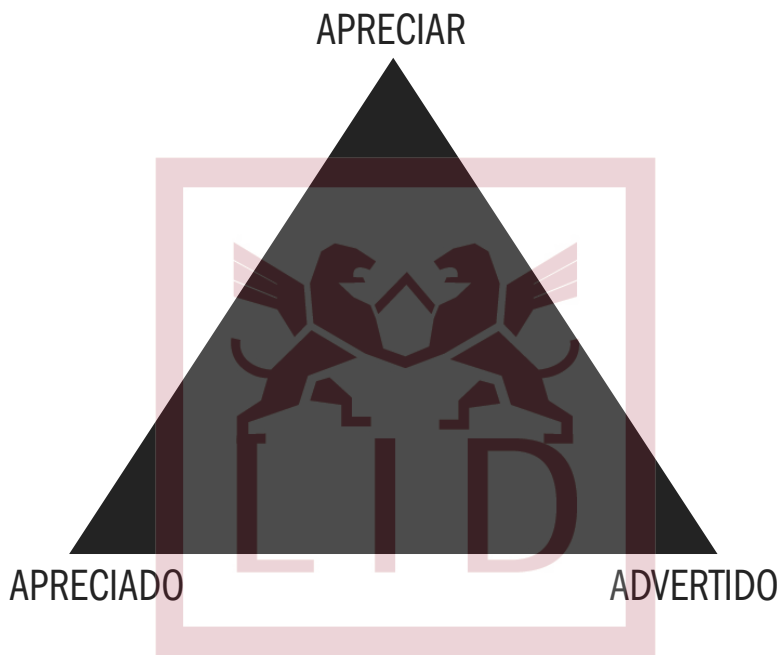


- Al negociar, siempre puede haber algo de flexibilidad en cualquiera de estas dos variables, pero nunca en las tres.
- Por ejemplo: el precio puede reducirse si se concede más tiempo. Por un precio superior, se puede optar a una entrega más rápida. Y, aunque nadie admitirá nunca que opta por una baja calidad, en ocasiones las cosas se pueden hacer de una manera más rápida.
- Recibe el nombre de triángulo condicional porque una buena manera de establecer una postura de negociación exitosa es empezar cada frase con la palabra «si».
- Es imposible terminar una frase que empiece con la palabra «si» sin que contenga una condición, lo que constituye un arma crucial en cualquier negociación que lleva al éxito.
- En los ejemplos se incluyen: «si tengo que entregarlo antes del viernes, el precio tendrá que subir» y «si necesitas que el precio baje, necesitaré más tiempo para hacer el trabajo».

**Ejercicio:** busca algo que sea objeto de negociación. Anota los parámetros de tiempo, coste y calidad. Inventa tres frases que empiecen por «si» que definan tu postura en la negociación.

## 8 EL TRIÁNGULO A

.....



- El triángulo A es verdaderamente útil para salvar las objeciones a la venta.
- Los tres elementos son: apreciar, apreciado y advertido.
- La idea es redactar una frase que anime al consumidor escéptico a reconsiderar sus reservas acerca del producto y acabe comprándolo después de todo.

- La construcción de la frase seguirá un planteamiento parecido al siguiente: «entiendo que aprecias X del tema Y. Yo aprecié lo mismo, pero una vez que descubrí Z, advertí que valía más que el dinero».
- El «yo» personal puede sustituirse por las opiniones de colegas u otras personas con influencia y el elemento de descubrimiento puede expresarse como una experiencia, una característica del producto o una ventaja emocional.

**Ejercicio:** escoge una situación en la que el posible cliente no quiere comprarte a ti o a tu empresa o una en la que manifieste grandes dudas. Expresa lo que piensas sobre la cuestión, lo que otros opinan sobre ella y establece lo que han advertido para eliminar las reservas que tenían y llegar a la venta. Ahora, redacta la frase.

# 9 EL TRIÁNGULO DE LA SATISFACCIÓN EMPRESARIAL

- El triángulo de la satisfacción empresarial trata las tres características más importantes que determinan si las empresas y su personal consideran su trabajo satisfactorio.
- Las tres características son: diversión (disfrute), tema central (interés y estímulo intelectuales) y valor económico (beneficios).
- Si una empresa es capaz de presentar estas tres características, cuenta con las circunstancias laborales idóneas.
- Es importante que se cumplan un mínimo de dos de estas características para hacer que cualquier proyecto o relación con el cliente sean atractivos.
- Si la empresa sólo dispone de una, debería plantearse seriamente reducir su actividad o, como mínimo, hacer un cambio drástico de algo.
- En caso de no contar con ninguna de las características, la empresa probablemente no debería proseguir.

VALOR ECONÓMICO



**Ejercicio:** escoge una relación existente o posible con un cliente. Utiliza las tres características para confirmar, evaluar o predecir su resultado. Observa cuántas características están presentes. A continuación, decide si prosigues con la relación o si introduces cambios significativos.

# 10 EL TRIÁNGULO DE MOTIVACIÓN PERSONAL

RECONOCIMIENTO



SATISFACCIÓN LABORAL

RECOMPENSA ECONÓMICA

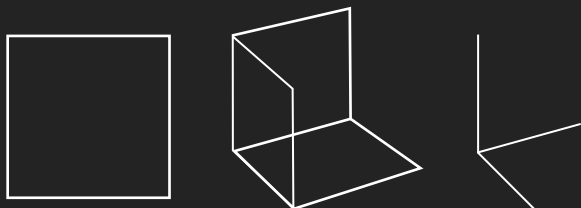
- El triángulo de motivación personal es perfecto para realizar evaluaciones cuando se analizan la moral y la motivación de un miembro del personal o de un equipo.
- También puede utilizarse para evaluar tus circunstancias personales.

- Define los tres elementos más importantes que influyen en el hecho de que las personas consideren satisfactorio su trabajo.
- Los tres elementos son: reconocimiento (condición, progreso y ascenso), satisfacción laboral (interés y estímulo intelectuales) y recompensa económica (sueldo y ventajas).
- Si un individuo puede confirmar los tres, significa que tiene las condiciones laborales ideales.
- Si un individuo está contento con dos de ellos, se debe prestar atención a la mejora del tercero.
- Si un individuo cuenta sólo con uno, es urgente que se produzca un cambio significativo.
- Si ninguno de los elementos aparecen, el empleador debe actuar de inmediato o el individuo debe cambiar de empleo rápidamente en caso de no poder modificar nada.

**Ejercicio:** si estás llevando a cabo una evaluación, pídele a la persona a la que estás evaluando que realice el ejercicio y analiza los resultados para averiguar qué es lo más importante. Utiliza los datos obtenidos como inicio de debate o actuación. Diseña un sistema de puntuación en caso de que sea necesario. Si lo estás haciendo para ti mismo, ten presentes los tres criterios y determina lo contento que estás con cada uno de ellos. Valora la gravedad del problema y haz lo necesario por cambiarlo.







# CUADRADOS Y EJES