

## El método de los 7 Por Qué — para qué sirve y cómo usarlo

El método de los “7 Por Qué” es una técnica simple para llegar al fondo del motivo por el cual llevamos a cabo cualquier iniciativa.

La idea es directa: frente a una pregunta que te formulas (ej: “¿Por qué quiero llevar a cabo tal iniciativa?”) tomas tu respuesta inicial y te preguntas “¿por qué?”. Luego, frente a esa respuesta, vuelves a preguntarte “¿por qué?”, y así una y otra vez, hasta que llegas a algo que ya no puedes seguir descomponiendo. Ese es tu motor real.

No siempre se necesitan exactamente 7 iteraciones. A veces son 4, a veces 9. Lo que importa es seguir preguntando hasta que la respuesta deje de ser racional y empiece a ser emocional.

---

### Cómo usarlo — paso a paso

1. Escribe tu respuesta a la pregunta que te han hecho o que tú te hagas
2. Pregúntate: *¿Por qué quiero eso?* Escribe la respuesta.
3. Toma esa respuesta y vuelve a preguntarte: *¿Y por qué eso importa?*
4. Repite el proceso. Cada vez que respondas, pregunta nuevamente: *¿Y por qué?*
5. Detente cuando llegues a una respuesta que te genere emoción — o cuando notes que ya no puedes ir más profundo sin repetirte.

Esa última respuesta es tu ancla. Guárdala como tal.

---

### Ejemplo hipotético

*Punto de partida:* "Quiero duplicar las ventas de mi empresa en 3 años."

*¿Por qué?* → "Porque necesitamos más recursos para crecer de forma sostenida."

*¿Por qué eso importa?* → "Porque hoy dependemos demasiado de un par de clientes grandes y eso me quita el sueño."

*¿Y por qué te quita el sueño?* → "Porque si uno de ellos se va, no sé si podríamos sostener el equipo que hemos construido."

*¿Y por qué eso te preocupa tanto?* → "Porque hay personas que llevan años conmigo y que han apostado por este proyecto."

*¿Y por qué eso importa?* → "Porque siento que tengo una responsabilidad real con ellos y con sus familias."

*¿Y por qué?* → "Porque liderar una empresa, para mí, no es solo un negocio — es la forma en que contribuyo a algo más grande que yo mismo."

Ahí está. No en las ventas, no en la rentabilidad. En el sentido de responsabilidad y propósito que este CEO pone en lo que hace todos los días.

Ese es el motor que lo va a mantener en movimiento cuando las cosas se compliquen.