

Asegúrese de tener

# Las **10** fortalezas De un **empresario**

Lógicas iniciales de entrenamiento directivo



**G. M. Wilson**

[EstiloGerencial.com](http://EstiloGerencial.com)



# Multiverso empresarial

Los emprendedores y empresarios venimos de todos los tamaños, formas y colores, somos tan distintos que parecería imposible encontrar características que sean transversales, sin embargo las hay: los emprendedores y empresarios queremos ser los dueños de nuestro propio destino, queremos generar riqueza y queremos dejar huella, y de hecho pude detectar varios factores comunes que en realidad nos hacen muy iguales a los grandes emprendedores y empresarios del mundo, de estos factores he escogido 10 como las fortalezas que debe tener o desarrollar un empresario.

En la práctica algunas tendrán más fuerza que las otras, pero el ideal es el equilibrio entre todas.

Por supuesto, usted ya sabe que no es lo mismo ser un emprendedor que tener un emprendimiento y ser empresario. Cada vez que tenemos una iniciativa estamos siendo emprendedores, pero tener un emprendimiento es meterse en el cuento de crear empresarialmente esa idea, con todo lo que conlleva.



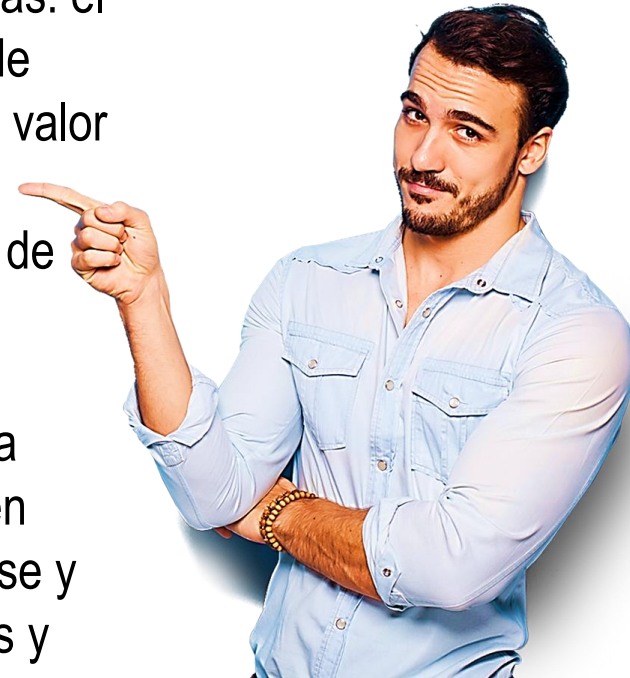
# 1. Espíritu, lógica e intuición comercial

Existen varios tipos de emprendimientos: políticos, culturales, sociales y económicos, y todos tienen los mismos requerimientos, estos son: rigurosidad científica empresarial, gestión de transacciones y de relaciones y generación de valor. Con esto en mente, nos concentraremos en el emprendimiento económico fundamentado en el dinero, pues sin importar el tipo de emprendimiento que sea, se requerirá dinero para consolidarse; dinero que necesariamente está ligado a la capacidad del emprendedor de encontrar y construir estructuras transaccionales que en buen cristiano llamamos procesos comerciales.

Cuando se menciona la palabra “comercial”, nos estamos refiriendo específicamente a tres cosas: el mercadeo que es comprender y diseñar, la venta que es construir estructuras de colocación y de captación y el servicio, que es la materialización estratégica y operacional de una propuesta de valor enfocada al cliente.

Para un emprendedor empresario estas tres cosas no generan ninguna confusión. El concepto de “espíritu comercial” no es nada metafísico ni esotérico. Es una orientación mental y técnica a la transaccionalidad.

Es una disposición permanente a la venta y al servicio y es algo que se vuelve tan natural que a veces ni el mismo emprendedor empresario sabe que cuenta con ese atributo. De hecho existen personas para quienes la palabra “vender” les suena agresiva como algo que no debiera hacerse y que no es con ellos y sin embargo, permanentemente están creando relaciones transaccionales y obteniendo ganancia de ellas.



## 2. Lógica perceptual

Implica la capacidad de ver lo que otros no ven. Un emprendedor empresario ve la realidad, el presente y el futuro con ojos inquisitivos siempre alertas y desplegando en su mente cada posibilidad. Algunos le llaman a esto olfato para los negocios, malicia indígena o intuición, sin embargo, el único atributo real es el de estar atentos, percibirlo todo y preguntarlo todo. Le denominamos a esto “lógica perceptual” porque existe un método para “mirar y entender” las múltiples relaciones entre los procesos, los recursos y las personas en el presente y proyectarlas o prospectarlas hacia el futuro.

Se inicia por lo que denominamos la capacidad “holística” que no es otra cosa que levantar la cabeza y hacer “paneos”, “miradas panorámicas” a lo que está sucediendo con los diferentes actores de la realidad, sus relaciones y mutuas afectaciones y las coyunturas que crean frente al futuro. Es decir, que un dato en un noticiero, mientras para la mayoría de las personas puede ser simplemente una noticia, para un emprendedor es captar una oportunidad de negocios.

La lógica perceptual es la disciplina de estar “alerta al presente y visualizar el futuro”. Implica también que el emprendedor empresario desarrolla su capacidad de observación, “vive al día” con lo que sucede en su entorno, quiere y busca estar informado y lo que más desea es “entender” las cosas en donde haya la oportunidad de “hacer”.



### 3. Lógica numérica

Es posible que esta persona haya sido un pésimo estudiante de matemáticas y todavía así, se gane la vida con ellas, regularmente sin darse cuenta. Las personas que viven su vida a través de una lógica matemática tienen “cierta” conciencia de todo lo que se puede medir: el tiempo y el dinero, los procesos y los recursos, aunque algunas veces su debilidad sean las personas.

Con características de fortaleza y a veces inclusive toscas y casi agresivas, la lógica numérica es distintiva de las personas con una gran capacidad de ejecución y orientadas al resultado, son rápidas y competitivas.

Estas personas, inconsciente e involuntariamente, harán lo que sea necesario para la obtención de ganancia y se vuelven adictas a la sensación que esta ganancia trae consigo. No les importa la fama ni el reconocimiento, les importa conseguir, aunque en la práctica les cuesta “mantener”.



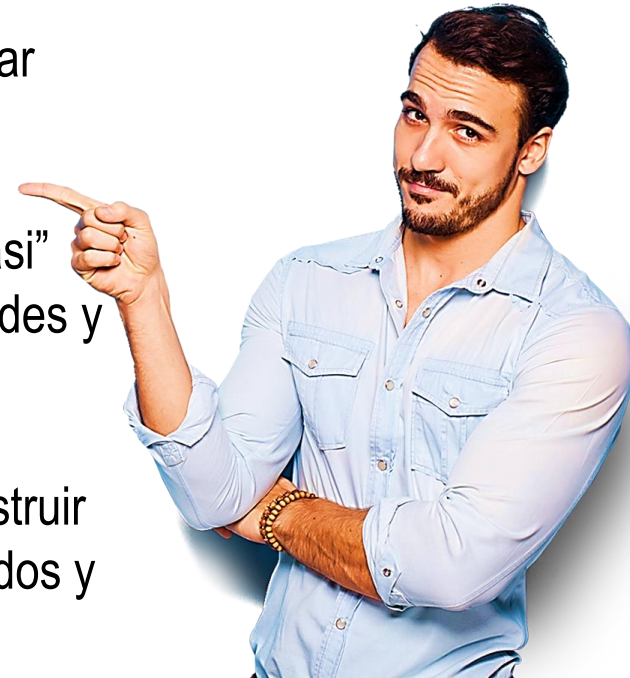
## 4. Lógica procesal y sistémica

Muchas personas tienen ideas, sin embargo son pocas las que logran ejecutarlas. Es porque este atributo es especial en el emprendedor empresario, la capacidad de pensar en “operaciones” y con cada idea que tiene, en su cabeza se estructura el paso a paso de cómo debe ser llevada a la realidad. Aunque en ocasiones es un tipo de lógica que puede ser lenta, es la lógica de la estrategia pues se concentra en el cómo de las cosas. También es un método que implica no tragar entero, pedir siempre mucha información y construir mentalmente “protocolos” de ejecución y de solución.

Por ejemplo: una persona puede pensar en una máquina recolectora de café, un emprendedor empresario verá en su mente un mapa de restricciones y dificultades y un camino para encontrar soluciones, no sólo pensará en la máquina.

La lógica procesal le da al emprendedor empresario ese atributo de ser capaz de resolverlo “casi” todo, pues al pensar en proceso y en operaciones, es capaz de analizar las múltiples posibilidades y de calificar las alternativas hasta encontrar la óptima.

Es esta lógica la que le permite crear las organizaciones y volverlas competitivas; prever y construir las múltiples relaciones que existen entre los procesos empresariales, cómo deben ser ejecutados y medidos y saber de antemano qué resultado deben dar.



## 5. Lógica emocional

El optimismo, la determinación y el coraje y el ser persistentes e insistentes, e incluso la pasión por lo que hacemos, se fundamentan en una autoestima sólida y aprueba de personas indolentes y negativas. Después de lo mucho que hemos escuchado sobre inteligencia emocional y de cómo una persona debe aprender a reconocer sus propias emociones, lo cual es absolutamente necesario, para un emprendedor hay algunos elementos más; por ejemplo: manejo de la presión, tolerancia a la frustración y al fracaso, incremento del umbral del dolor, sutileza en el conflicto y el manejo de la ansiedad por obtener el éxito, entre otros.

Parte de esa lógica emocional es asumir la responsabilidad por nuestros buenos o malos hechos sin culpar a nadie y sin martirizarnos por ello. En realidad no es nada fácil asumir una equivocación y mucho más aquella que nos lleva al fracaso. Soportar las críticas es difícil y todavía lo es más soportar el maltrato verbal y psicológico al que somos sometidos por la indolencia del mercado capitalista.

Todo estos conceptos que parecieran ser para masoquistas y que en realidad son imprescindibles para quienes nos enfrentamos a obstáculos que se muestran como insalvables, nos enfrentamos al maltrato de los clientes y nos enfrentamos a la mediocridad de los colaboradores, mientras las cuentas no dan espera; y todavía así, encontrar la fuerza para motivarnos a seguir adelante, y si caemos levantarnos y seguir adelante.

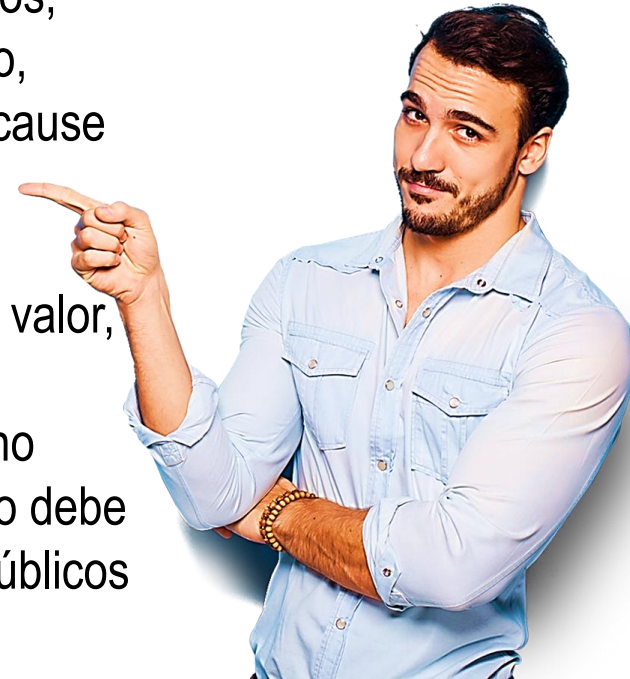


## 6. Lógica relacional y capacidad de influencia

Son muy pocas las cosas de la vida que se pueden lograr estando solos. Regularmente, como sujetos, pertenecemos a un sistema que es interdependiente y que estructura flujos y circuitos de relaciones enmarcados en escenarios específicos, la problemática se presenta cuando debemos y queremos pasar de un escenario a otro. Es decir, la sociedad nos pone en un lugar y nos pone limitantes y debemos ser capaces de desbordar esos limitantes para sacar adelante nuestros proyectos.

Lo primero es que cosas que en apariencia son simples, tales como salir a conseguir recursos o salir a vender, se ven como grandes hazañas para la persona que apenas empieza. Hablarle a extraños, dirigirse a un gerente de una compañía, incluso acercarse a un banco para conseguir un crédito, puede ser atemorizante y que realmente no debieran tomarse a la ligera. El día que esto no le cause estrés, preocúpese pues el exceso de confianza le puede hacer fallar.

Lo segundo es que nadie necesita lo que no conoce y por muy buena que sea su propuesta de valor, si el cliente no se entera de que su empresa existe cómo le va a comprar. Lo hemos dicho así: desplegar estrategias de comunicación no garantiza que los clientes le vayan a comprar, pero no hacerlo sí garantiza que nadie le compre. Este es otro aspecto que un emprendedor empresario debe fortalecer y es su capacidad de comunicarse con su mercado, con sus clientes; encontrar los públicos de interés y crear un ecosistema de relacionamiento.





## 6. Lógica relacional y capacidad de influencia

Lo que nos lleva a un tercer aspecto: lo que nosotros conocemos como redes sociales en realidad son un medio de comunicación en red y se le denomina social por lo masivo. Para un emprendedor, una red social funciona por fuera de internet y son todas aquellas personas que de un modo u otro aportan a que su idea de negocio se concrete y tenga éxito; y para él es obligatorio construirla.

Este tipo de red requiere del emprendedor una fuerte orientación al reconocimiento y a la recompensa pues esta competencia personal lo hará un sujeto visible y deseable para tener en un círculo social.

Y un cuarto aspecto es la capacidad de convertir conocidos en seguidores reales. Esta es la principal característica del liderazgo: el hecho de ser el dueño, ser el administrador o el gerente no nos hace líderes, es el hecho de que otros crean en nosotros, nos tengan confianza, nos sigan y hagan lo que les pidamos, lo que nos convierte en líderes. Este criterio aplica tanto para los clientes, aliados y empleados y cuanta persona vayamos conociendo. Por supuesto, esto es un ideal que se debe construir a conciencia y con despacio.



# 7. Lógica creativa y pensamiento disruptivo

Para un emprendedor el entrenamiento diario está en el uso de su imaginación. En este caso funciona la frase de que el cerebro es como un músculo que cuando no se usa se atrofia y así sucede para la mayoría de las personas cuando su mente entra en la zona cómoda del mundo de lo conocido. La creatividad para un emprendedor empresario no es una actividad que se hace, es un modo de vida en la cual su mente se mantiene en estado activo y permanentemente está en la búsqueda de nuevas maneras de hacer las mismas cosas o en hacer cosas totalmente diferentes.

Sin embargo, esta pulsión creativa no nace de cero, nace del conocimiento. Creatividad e inventiva no significa impremeditación. Es el resultado de un proceso en el cual se investiga, se aprende, se informa, se estudia y analiza y luego se resuelve.

En este sentido existe una nueva mirada sobre la improvisación, pues quien improvisa sobre lo que conoce es un genio y quien improvisa sobre lo que no conoce es un idiota. No funciona para el emprendedor el dicho de “hagámosle que en el camino me las invento”, aunque no es necesario tener toda la información sobre algo, sí es necesario tener idea sobre lo que se está haciendo.



# 7. Lógica creativa y pensamiento disruptivo

En este sentido debe quedar muy claro que creatividad y recursividad no son sinónimos del concepto de “viveza” como nosotros lo conocemos. No existen trampas ni atajos para lograr el éxito.

Es decir, un emprendedor empresario no necesita ser un “genio de la lámpara” o un mago que se saca las respuestas de la manga. No necesitamos sabérnoslas todas y de hecho, en ocasiones es mejor decidir que algunas cosas no las aprenderemos, pero aquellas que sí aprendamos las debemos aprender a fondo y a partir de allí, crear, inventar e innovar.

Mejorar las cosas presentes, a lo que le llamamos creatividad o innovación incremental o evolutiva o presentar nuevas soluciones a problemas conocidos o simplemente presentar cosas totalmente nuevas, a lo que llamamos creatividad o innovación disruptiva. Ambas cosas siguen conservando la vieja idea del empresarismo en el sentido de que el éxito es el resultado del 1 por ciento de inspiración y el 99 por ciento de transpiración.



## 8. Lógica de orientación al logro

Analizando lo que cae del cielo es la lluvia, la nieve, el granizo, los rayos, los meteoritos, un satélite espacial y artificial y cuando pasa alguno que otro pájaro y a no ser que el emprendimiento sea meteorológico, las ideas de negocios no nos llegarán por la divina providencia. Esto es algo que aprendemos a las malas, no existe esa suerte tan buena en la que una idea simplemente nos llegue y se materialice sin haber hecho nosotros una gestión. Un emprendedor empresario no espera a que las cosas sucedan, un empresario hace que las cosas sucedan.

La orientación al logro y a los resultados es la capacidad para actuar con velocidad y sentido de urgencia tomando las decisiones necesarias en el momento justo y necesario, con los parámetros establecidos para la obtención de los resultados esperados.

Esta capacidad tiene como exigencia, requisito indispensable, tener un objetivo al cual apuntar. Sin él la persona se siente sin norte y se demorará para iniciar cualquier proceso. Estos objetivos deben ser metas estratégicas, grandes, ambiciosas y sostenibles, lo suficientemente retadoras y con suficiente premio en efectivo además el reconocimiento, por encima de los estándares, como para que un emprendedor empresario se motive a lograrlo.

En este caso, dentro del marco de la ética y la ley, el sujeto hará lo que sea necesario para cumplir su cometido.



## 9. Lógica de riesgo y de adaptación

Cada decisión que tomamos es un riesgo. Por pequeña que sea ponemos en juego fuerzas que pueden hacernos fracasar o triunfar. Es por eso que decidir asusta a la mayoría de las personas y muchas de ellas simplemente preferirían no hacerlo y dejarles la responsabilidad a los líderes. Cuando una persona normal se equivoca, pide disculpas y no pasa nada, cuando nosotros nos equivocamos, como en mi caso personal, se pierden compañías, capitales y colaboradores. Sí, claro que asusta.

Podría decirse, aunque no es totalmente cierto, que en contraste a las demás personas, el miedo y la incertidumbre es parte de nuestra cotidianidad. Lo cierto es que todos los seres humanos tenemos miedo e incertidumbre como parte de nuestra naturaleza; la diferencia está en que los emprendedores empresarios somos más conscientes de este miedo y de esta incertidumbre y les hacemos frente.

En este sentido, la audacia hace parte de la vida del emprendedor empresario, aun así esto no significa actuar de manera precipitada. Cada riesgo se calcula y se medita con todas las alternativas y consideraciones, en un tiempo óptimo y con resultados medibles.



Sigue....

## 9. Lógica de riesgo y de adaptación

Debemos tener en cuenta que cada vez que tomamos una decisión estamos alterando la realidad, esto implica una relación directa y simbiótica con el cambio permanente.

Significa que nosotros en nuestras mentes debemos estar nadando con la corriente que creamos pues también nosotros mismos nos podemos dejar sacar de nuestros propios proyectos, tal como le sucedió a Steve Jobs y al mismo Ted Turner: crearon compañías en permanente evolución y no pudieron adaptarse a ellas.

Tengamos éxito o no, nuestra realidad es dinámica y nuestro entorno es cambiante, debemos adaptarnos. Esto será fácil de hacer si nuestros pilares fundamentales como personas que son la ética y los valores están bien contruidos, y si nuestros pilares fundamentales como emprendedores empresarios que son: la productividad, la competitividad, la innovación y el emprendimiento, son de buena calidad.

Todo lo demás será simplemente la forma y la forma puede ser cambiante. Antes negociábamos cara a cara, por carta o teléfono, hoy lo hacemos con video llamadas y correos electrónicos, pero la esencia de la negociación sigue siendo la misma. Así que no le tenga miedo al cambio. Es más, es su deber provocarlo.



# 10. Responsabilidad Social Personal

El emprendedor empresario debe estar consciente de que finalmente es una persona favorecida en un mundo lleno de desigualdades, desde esa perspectiva, siendo una persona que permanentemente genera riqueza, debe compartir con el mundo parte de lo que recibe, con la consigna de que en la medida en que su entorno mejore, también sus posibilidades y oportunidades mejoran.

En este sentido, ser socialmente responsable, compartir una mejor calidad de vida para todos redundará en que el negocio sea también cada vez mejor. Esta es una lógica que para muchos empresarios podría parecer extraña y sin embargo lo que logra es construir un ecosistema de bienestar que nos favorece a todos.

Sería lo más recomendable alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible para tener una brújula de actuación y que nuestro impacto gerencial sea coherente con una construcción responsable del futuro.



# Curso de habilidades de Psicosemiología Aplicada

- Diseño de campañas
- Diseño de productos
- Visual Marketing
- Negociación
- Ventas
- Servicio al cliente

Diplomado asincrónico:

Whatsapp: +57 – 3105102373

[estilogerencial@une.net.co](mailto:estilogerencial@une.net.co)

