

Revista

Estilo

para empresarios
competitivos

Gerencial

Pragma
 nombra nuevo
 Director Comercial

10 fortalezas que debe tener un empresario

Emprendedores

¿Ideas de negocios?
No alucine, ejecute

Emprendedores

y el mundo del dinero

XIV Feria

de Belleza y Salud

Lo dice La Salle:

Escuela de Gobierno
para jóvenes



Mireya Bernal Mayorga
Editora

G. M. Wilson
Director

Producción:
www.estilogerencial.com

Cra 95 No. 47 A 60 Interior
238
Medellín - Antioquia -
Colombia

**Revista académica de
carácter científico para la
formación de la Alta
Gerencia. - Una publicación
mensual para el mundo
empresarial dirigida a
quienes se suscriban por
internet.**

*Las opiniones expresadas
son responsabilidad de sus
autores.*

¿Productor campesino o empresario rural?

Por supuesto, usted comprenderá que el sentido de hacer esta pregunta es porque debemos empezar a clarificar el concepto. En un tiempo, que lamentablemente no ha terminado, que desde las instituciones del Estado, las ONG's y otros organismos tenían como prerrogativa en sus procesos de formación en la ruralidad, que la transferencia de conocimiento se debía hacer lo más simple posible, "bajar el conocimiento", al nivel de las "personas simples del campo"; esta expresión la escuché hace poco en boca de un técnico de asesoramiento rural y para mí fue una afrenta.

Entiendo el sentido de facilitar el proceso de aprendizaje, pero mediante "actos y dinámicas de entretenimiento y reflexión" se pueden enseñar elementos intangibles de la vida, pero los conceptos complejos de cómo se mueve el mundo y en especial el dinero no pueden ser enseñados con la simple lúdica, aunque reconozco que en el caso de lo que quiero explicar que es la gerencia y el comercio sí se reduce todo a un juego de complejidades.

No podemos seguir insultando a las comunidades con simplicidades, el futuro del sector rural, del campo en América Latina está cifrado en el proceso de transformar a un "productor campesino" en un "empresario rural" ambos conceptos son tan diferentes como el cielo a la tierra.

Lo peor de todo es que metemos a los campesinos en cuentos que tratan de reflejar algunas tendencias en el mundo, sin realizar un verdadero estudio de factibilidad comercial. Por ejemplo, en Colombia y en Antioquia, en cada comunidad cafetera que se visita están trabajando en cafés especiales y en el desarrollo de "marcas propias" tendencias promovidas por el Estado, en un país de pocas exportaciones directas de café por parte de los empresarios y con un consumo interno insipiente pues la gran paradoja es que siendo un gran productor de café, sus gentes, los habitantes de las ciudades, no saben nada de él. El mercado es supremamente reducido. ¿Qué van a hacer en el país con cientos de marcas de café provenientes de las esperanzas de las comunidades? Por casos como estos es que el ciudadano deja de creer en sus instituciones.

Es momento de ponernos serios en la formación de verdaderos empresarios rurales, con capacidad estratégica comercial, para que los intermediarios no los sigan explotando aprovechándose de su ignorancia empresarial. En esto debemos aportar quienes tenemos empresas y tenemos la experiencia, pues también he encontrado "jóvenes técnicos" que salen a repetir un libro sin haber tenido la experiencia de "lidiar" con los procesos empresariales. Aunque la gerencia y el comercio en sí mismos son un juego, son juegos complejos y obligatorios para todo aquel de desee generar riqueza. Por eso a nuestros productores campesinos es necesario enseñarles a "jugar en serio".

G. M. Wilson
Director

*Twitter: @estilogerencial
Facebook/RevistaEstiloGerencial
estilogerencial@une.net.co*

Alianza ACH Colombia y Banco Agrario llevará la banca electrónica a 1.5 millones de familias del sector rural

Con una inversión en tecnología de \$2.115 millones, el Banco Agrario contará con una plataforma transaccional económica, segura y eficiente para sus clientes.

A la red ACH Colombia integrada por las 19 principales entidades financieras del país, se vincula el Banco Agrario para optimizar sus procesos de pagos y recaudos de empresas, además de facilitar el acceso al comercio electrónico. La alianza permitirá afianzar los desarrollos tecnológicos del Banco Agrario frente las tendencias del mercado por medio del acceso a los canales virtuales de pago de ACH Colombia.

El Banco Agrario establece alianza con ACH Colombia, el motor de las transacciones electrónicas del país, para llevar la banca electrónica a más de 1.5 millones de familias del sector rural ubicadas en 1.036 municipios del territorio nacional, quienes a partir de hoy podrán efectuar compras y pagos electrónicos, a través de los servicios de transferencias interbancarias y botón de pagos PSE.

Gracias a esta alianza, los clientes del Banco Agrario cuentan ya con la posibilidad de transferir a través de la Banca Virtual, fondos de su cuenta de ahorros o corriente en la Entidad, hacia una o varias cuentas propias o de terceros de cualquier otra institución financiera, además de poder realizar compras y/o pagos en comercios a través de Internet, debitando los recursos en línea desde su cuenta.

En esta primera fase de la alianza, además de las transferencias a otros bancos, se podrán efectuar recaudos con débito automático ACH, servicio a través del cual una persona o empresa autoriza el débito automático del valor de sus facturas u obligaciones, desde su cuenta corriente o de ahorros en cualquier entidad financiera, hacia una cuenta recaudadora de una persona jurídica, con un convenio en el Banco Agrario u otra entidad financiera.

Adicionalmente, a través del botón PSE ubicado en la página Web del Banco se podrán realizar compras y/o pagos en comercios a través de Internet, debitando los recursos en línea desde una cuenta corriente o de ahorros del Banco Agrario y se

podrán constituir Depósitos Judiciales, debitando los recursos en línea desde una cuenta de ahorros o corriente de cualquier entidad financiera.

Dichas operaciones serán posibles mediante la moderna plataforma transaccional de ACH Colombia, que contó con una inversión de \$2.115 millones en tecnología, cuya finalidad es incidir positivamente en la calidad de vida de las familias del sector rural colombiano.

“Es importante precisar, que el uso de los diferentes comercios electrónicos será gratuito y para las transferencias y constitución de Depósitos Judiciales, tendrá un costo aproximado de \$4.800”, puntualizó el presidente del Banco Agrario de Colombia, Francisco Solano Mendoza.

Por su parte el presidente de ACH Colombia, Gustavo Vega afirmó: “En el primer año de operación de la banca electrónica, se espera que el volumen de transferencias interbancarias alcance 2.100.000 transacciones interbancarias por concepto de originación y recepción, para el tercer año se calcula alcanzar un crecimiento de 2.500.000 transacciones aproximadamente. En cuanto al botón de pagos, PSE la meta es lograr un crecimiento de 530.580 transacciones, y en tres años alcanzar más de 1.500.000 transacciones”.

El comercio de Depósitos Judiciales tiene presupuestado migrar las operaciones que en la actualidad se realizan por oficina y alcanzar en el primer año 426.000 transacciones, y en tres años llegar a 782.000 transacciones. Para esto, el Banco

Agrario desarrollará negocios con la figura de comercio, facilitando botones de pago a clientes empresariales o para servicios de la misma entidad, a través del recaudo de recursos interbancarios para pagos referenciados en modalidad de recaudo electrónico.

En el mediano plazo, se espera que el Banco Agrario continúe con la vinculación de otros servicios del portafolio de ACH Colombia, como SOI - Servicio Operativo de Información, que permite a los aportantes, realizar la liquidación y el pago de sus aportes de seguridad social y parafiscal, y ACH Directo - Transferencias Interbancarias en Tiempo Real que permite realizar transferencias entre cuentas de diferentes entidades financieras en tiempo real, de manera segura y sin restricción de horarios.

Transacciones seguras

El Banco Agrario cumple satisfactoriamente con las diferentes políticas de seguridad solicitadas por ACH

Colombia y la Superintendencia Financiera de Colombia.

Adicionalmente, cuenta con un canal dedicado de comunicaciones, ciframiento de la información de punta a punta y un sitio Web que cumple con los estándares de seguridad.

Para los servicios del botón de pagos PSE, la Entidad cuenta con una funcionalidad en la cual los clientes deben ingresar a su Banca Virtual y activar el servicio: igualmente, el cliente contará con un tope de montos y transacciones, dependiendo si es Persona Natural o Jurídica.

Este tipo de transacciones están contempladas dentro de un esquema de monitoreo transaccional, el cual se informa al cliente cada vez que realice una transacción y el mecanismo de doble factor de autenticación, para brindar mayor seguridad y confiabilidad a los clientes.

Fabiola Morera Comunicaciones

Programas de formación
empresarial especializada

Haga rendir su presupuesto de **capacitación** para el año adquiera un paquete de horas así.

Formación	Horas	Valor
Conferencia	2	\$ 330.000
Taller académico	4	\$ 580.000
Taller práctico	8	\$ 1.000.000
Entrenamiento	20	\$ 2.100.000
Curso básico	40	\$ 3.800.000
Curso avanzado	60	\$ 5.100.000
Curso especializado	80	\$ 6.800.000
Curso experto	100	\$ 8.500.000

Valores para Medellín, Área Metropolitana y Oriente Cercano para otras ciudades aplican costos de movilización.



www.escueladelservicio.com

escueladelservicio@une.net.co - 3105102373

GRUPO EULEN ES UNA OPCIÓN para la externalización de servicios



Grupo Eulen ofrece múltiples servicios de tercerización a las empresas colombianas.

La multinacional española es especialista en soluciones integrales y servicios auxiliares, y tiene presencia en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla.

La tercerización de servicios también es conocida como subcontratación. Se trata cuando una empresa contrata a otra para prestar un servicio en particular.

El Outsourcing es una herramienta que está en constante crecimiento en las empresas colombianas. Grupo Eulen es una opción perfecta para esta práctica.

“Son muchas las ventajas que este tipo de modelo ofrecen a las empresas, centrados en dos grupos estratégicos. Directos: ahorro de costos, incremento productividad, transformación de costos fijos en variables, traslado de inversiones al proveedor. Indirectos: Flexibilización de las estructuras, profesionalización de los servicios, mayor agilidad en la gestión del cambio”, explica William Salazar,

Gerente General de Eulen Colombia, los beneficios de la tercerización.

El ejecutivo comenta que cualquier empresa que defina cuáles son aquellas actividades que no hacen parte de su “core”, puede propender por modelos de externalización de aquellas actividades que giran en torno a ese “core”. Lo cual puede aplicar para todos los sectores de la actividad económica, desde un colegio, hasta una gran planta industrial, desde un hospital hasta un aeropuerto, etc.

Para el Gerente General de Eulen en Colombia, el panorama de la tercerización en el país es prometedor. “Aún queda mucho camino por recorrer, toda vez que las compañías empiezan a darse cuenta de los beneficios que se alcanzan al externalizar servicios que aún no han externalizado.

De igual manera, en el país empresas como Eulen, promueven de modelos de gestión de facility services & facility management, que a nuestro juicio son el futuro del sector de servicios generales”, concluye William Salazar.

AVANT GARDE RP

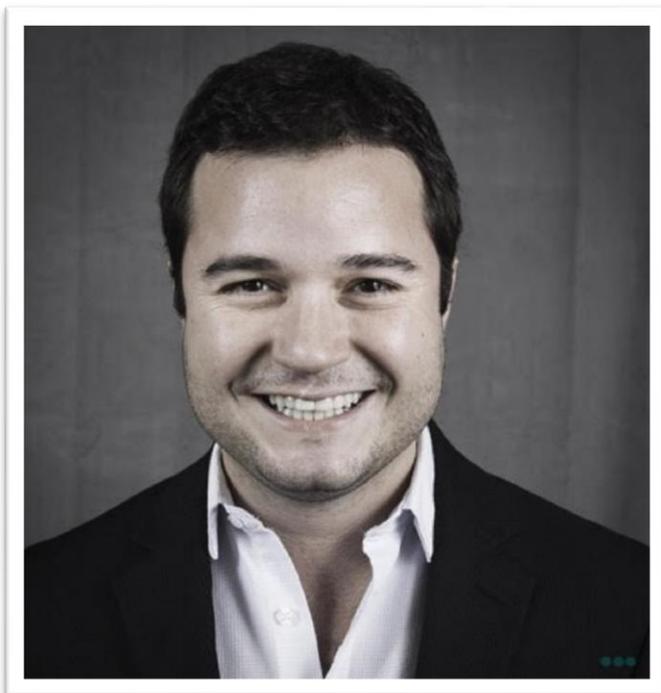


www.impregon.com

Santiago Ospina, nuevo Director Comercial en Pragma

Santiago Ospina quien se desempeñaba anteriormente como representante comercial de Procolombia en Estados Unidos, fue nombrado Director Comercial por la compañía Pragma, especializada en la digitalización de marca de las principales empresas del país.

A partir del mes de junio, el ejecutivo estará liderando el área de mercadeo de la organización, gracias a su exitosa trayectoria profesional de más de 13 años de experiencia en Colombia y Estados Unidos, dirigiendo la transformación de varias empresas de la industria tecnológica y agregando valor en su proyección internacional.



En 2002, Ospina se desempeñó como Coordinador de Negocios Internacionales de la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia.

Para el año 2004 se inició como Consultor Comercial en Procolombia, y allí mismo ocupó cargos como Asesor del Ministro de Comercio, Industria y Turismo de Colombia y Gerente de Exportación de Servicios de Proexport en 2009, entre otros.

“En Pragma estamos convencidos que el nombramiento de Santiago Ospina como Director Comercial de nuevos negocios contribuirá en la evolución de nuestra marca; sus funciones ayudarán

a consolidar nuestros objetivos y lineamientos empresariales relacionados con el sector digital en Colombia” explicó Paula Gavira, Vicepresidente de Activación de Marca de Pragma.

Santiago Ospina es Ingeniero de Producción de la Universidad EAFIT, Especialista en Negociación y Relaciones Internacionales de la Universidad de Los Andes y Máster en Dirección de Mercadeo de la Universidad de Barcelona- OBS.

Actualmente es catedrático del módulo "Plan de Internacionalización y Mercadeo" en la nueva Especialización de Video Juegos E-Games de la Universidad de Los Andes en Bogotá, Colombia.

Acerca de Pragma

19 años de experiencia han convertido a Pragma en el mejor aliado para el posicionamiento de marca de las organizaciones más importantes de Colombia a través de estrategias transversales en el campo digital.

Un sólido y asimétrico equipo de profesionales entre creativos, estrategas, sociólogos, filólogos, antropólogos e ingenieros fortalecen los trabajos digitales en CRM, Software, Marketing, optimización de portales web, investigación, Integración y automatización de procesos. Empresas como Grupo Familia, Grupo Aval, Grupo Coomeva, Corpbanca, Colpatria, Banco de Bogotá, Colsubsidio, Corficolombiana, Almaviva, Protección S.A, Ripley, Kawasaki, Kymco, KTM, Pulsar, SURA, Auteco, Productos Ramo, Totto, han fortalecido su presencia en Internet en el desarrollo de nuevas tecnologías. Actualmente Pragma, tiene presencia en Cali, Medellín y Bogotá.

Carol Cifuentes
C&C Comunicaciones

LA XIV FERIA DE BELLEZA & SALUD Propone un nuevo estilo de vida

Con 330 expositores, 25 países y 60.000 visitantes la feria se convertirá en el mayor Centro Internacional de Negocios y Exposiciones del sector de la belleza y la salud integral.

Por primera vez en Colombia se realizará en el marco de la Feria Belleza & Salud el Seminario "Show Intercoiffure Mondial" como antesala de su presentación en Paris.

Bajo el lema "Belleza y Salud, un nuevo estilo de vida" y con una muestra innovadora que se reinventa este año para generar tendencias y responder a los requerimientos de los nuevos hábitos y estilos de vida saludables, la XIV edición de BELLEZA & SALUD, la feria más importante del sector del cuidado integral en Colombia y líder en la Región Andina, se realizará del 19 al 23 de agosto en la capital del país.

Es así como expertos y representantes de las marcas nacionales e internacionales más afamadas se darán cita durante cinco en Corferias, para mostrar a los 60 mil visitantes entre profesionales, compradores y público general los últimos productos, las nuevas tendencias y los avances relacionados con la belleza integral para la mujer y el hombre moderno.

La feria es organizada por el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá (Corferias), con el apoyo de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, así como la Cámara de Comercio de Bogotá y Procolombia.

BELLEZA & SALUD 2015 estará segmentada en 5 categorías a través de pabellones temáticos dedicados a la Cosmética (cuidado de la piel y maquillaje), Estética y Spa, Salud y Bienestar, Cuidado Integral, Fitness y productos naturales.

Los visitantes a Corferias tendrán que prepararse para asistir a una sorprendente muestra de tendencias e innovaciones de la industria, así como escenarios de capacitación y experiencia e, igualmente, espacios y actividades especiales tales como Show room y Zona

Fitness con participación de reconocidos fisiculturistas y modelos.



Como anticipo a las novedades que traerá la feria está la confirmación del Seminario "Show Intercoiffure Mondial" el más grande evento de la peluquería mundial que será visto en Colombia por primera vez y que será la antesala de su presentación en Paris.

Diana Milena Huertas
Guiomar Jaramillo Comunicaciones



Escuela de Gobierno: Formación en liderazgo y participación social para jóvenes

Basta digitar la palabra “liderazgo” en Google para encontrar cerca de 39 millones de resultados en 0,29 segundos. La cifra da luces sobre la vigencia y necesidad de este componente vital para trabajar en forma entusiasta y asertiva por un objetivo común.

De otra parte, aunque parezca paradójico, muchos jóvenes al ingreso a la universidad manifiestan el deseo de poder de alguna manera, encontrar una ruta para que sus vidas tengan sentidos diferentes con el que puedan contribuir a un cambio real de nuestra sociedad.

Consiente de esa realidad y comprometida con formar ciudadanos y líderes para quienes la transformación social sea una prioridad, la Universidad de La Salle, ha implementado una novedosa estrategia de fortalecimiento de capacidades humanas. Se trata de la Escuela de Gobierno: Formación en Liderazgo y Participación Social que durante una semana llevó a un grupo de jóvenes fuera de las aulas para que en un ambiente vivencial, le dieran un nuevo sentido a palabras como formación ciudadana, resolución de conflictos, liderazgo social, entre otros.

“Este año nos dedicamos a tres grandes campos. Para comenzar, los elementos de liderazgo, procesos democráticos, participación ciudadana y la paz como tema principal. Luego tuvimos una parte muy práctica sobre habilidades y destrezas personales y colectivas donde pudimos a prueba diferentes técnicas y estrategias para participar en debates, oratoria, argumentación, desde escenarios creativos e innovadores.

La Escuela Neolaia es 100 % experiencial. Se trata de promover el derecho a incluirse libremente como “hacedores” de cultura, para construir un liderazgo colegiado relacionado con diversos aspectos de la vida universitaria, y en general la vida de los jóvenes en el mundo actual, explicó Tatiana Gómez Sánchez, organizadora de la Escuela de Formación en Liderazgo de la Universidad de La Salle.

La Escuela de Formación en Liderazgo y Participación Social, en su tercera versión se llevó a cabo del 15 al 21 de junio del 2015 en la sede de la Universidad de La Salle en Sasaima, Cundinamarca donde un equipo interdisciplinario integrado por antropólogos, administradores, sociólogos y psicólogos, y un grupo de líderes de diferentes programas académicos compartió y construyó con los participantes con el objetivo de aportar a su crecimiento y fortalecimiento de la experiencia personal humana, al Desarrollo Humano Integral y Sustentable y a la formación de sujetos con la capacidad y la sensibilidad necesarias para apostarle a la transformación social del país.

En cuanto a la selección de los aspirantes, la metodología usada estaba conectada con la temática, así que los estudiantes debieron que hacer su parte del trabajo. Para participar demostraron la intención de ser agentes de cambio y querer apostarle a diferentes miradas sobre temáticas actuales. Neolaia significa juventud. También significa nuevo pueblo. Soñamos mundos diferentes... ¿por qué no?

Constanza Triana
Guiomar Jaramillo Comunicaciones

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

Si tiene ideas de negocios: no alucine, ejecute

Todos soñamos con un futuro mejor, sin embargo no todos llegamos a él. Sucede porque para una gran mayoría los sueños son sólo eso, sueños, para unos pocos, emprendedores, los sueños son el diseño de su próxima realidad.

Convertir los sueños en realidad no es una tarea fácil e implica obligatoriamente tres requerimientos imprescindibles: pensar en resoluciones, pensar en recursos y pensar en operaciones.

Estos tres requerimientos tienen una virtud prodigiosa y es que aterrizan nuestros sueños y los parametrizan en términos de lo posible y vislumbra cualquier alternativa para lograr lo imposible. Eso es fundamental para lograr el éxito en los proyectos de emprendimiento.

Pensar en resoluciones significa, desde lo básico, que nuestro sueño debe resolver algo para alguien diferente de nosotros mismos. Eso garantiza que el sueño que tengamos genere impacto y tenga proyección.

Ese es el inicio de la producción de la riqueza en los diversos significados de esta palabra: riqueza social, riqueza ambiental, riqueza emocional y la que es más interesante para algunos, riqueza económica.

Aunque junto a la palabra sueño no pareciera conjugarse la palabra negocios y menos la palabra dinero, es una de las maneras cómo lograremos materializar lo que anhelamos, aun así, estos son los

elementos que configuran el pensamiento emprendedor.

Cuando se habla de pensar en recursos, nuestra mente, casi automáticamente, se orienta hacia nuestras limitaciones, y sí, es necesario tenerlas en cuenta, pero en realidad no representan un obstáculo, simplemente establecen un punto de partida para nuestra capacidad de gestión. Pensar en recursos significa establecer una ruta de requerimientos para conseguir lo que deseamos y trazar estrategias para conseguirlos.

Y pensar en operaciones, estoy convencido de que es una de las habilidades muy importantes, pues determina pasos reales de cómo se hacen las cosas. Lo cierto es que las personas son muy creativas y tienen ideas geniales, sin embargo, la mayoría no las aterrizan y muy pocos las convierten en realidad.

Para ser verdaderamente exitosos, debemos hacer uso de estas tres maneras de pensar y tener en cuenta de que obras son amores, por nuestras obras seremos medidos; hablar es muy fácil, pero es haciendo que demostramos lo que somos y debemos recordar que en la práctica, como personas, nosotros no somos lo que decimos que somos, nosotros somos lo que hacemos. 

¿Tiene usted realmente tranquilidad con los resultados de su empresa o necesita los servicios de un Creativo Comercial?

 **G. M. Wilson**
Planner Insight

(+ 57) 3105102373 - consejerogerencial@une.net.co

El emprendedor y el mundo del dinero:

Decir esto puede sonar muy rudo, no por ello deja de ser una apreciación de la realidad. Una de las variables que definen al hombre es su necesidad de consumo. Incluso cuando respiramos estamos consumiendo aire, cada alimento, cada prenda que utilizamos para vestir es un modo de consumo; y la innegable realidad es que el sistema está dispuesto para que quien cuente con recursos tenga mayores opciones de consumo.

Podemos decir que se materializa uno de los postulados del neoliberalismo según el cual “cada ser humano justifica su derecho a la existencia de acuerdo a su capacidad de producción”.

De entrada queda muy claro que en esto no caben ideas de justicia ni de otros ideales con los que quisiéramos regir nuestras vidas.

El sistema en realidad es muy simple: “tienes con qué, vives bien, no tienes, padeces”.

Hablar de este tema en cualquier escenario latinoamericano en donde estamos acostumbrados al keynesianismo, es decir al subsidio del Estado, puede generar reacciones adversas.

Aun así, no podemos tapar el sol con la mano y debemos darnos cuenta de que este no es un tema de países y ni siquiera es un tema de política, es un tema de poder económico y de grandes corporaciones.

Implica entonces que debemos ponerle atención al tema del dinero. Surgen de inmediato algunas preguntas: ¿Cómo puedo conseguirlo? ¿Dónde está el dinero? ¿Tener dinero me cambiará?

Por supuesto, nadie ha dicho que vaya a ser una tarea fácil pero tampoco es imposible, el primer paso es simplemente comprender.

Reconocimiento de la realidad

Nuestras vidas están sometidas a cuatro variables interdependiente y cada una de ellas nos afecta en el sentido de que establecen reglas del juego restrictivas. En muchas ocasiones encontramos que quebrantar esas reglas del juego es cometer un

delito y sin embargo, muchas de esas reglas se establecieron para beneficiar intereses particulares y de relaciones de poder.

Debemos ver estas reglas por lo que son, reglas de un juego que debemos aprender a jugar.

Económica	Ambiental
Política	Social

Reconocimiento de nuestra propia situación

Lo interesante del dinero es que el dinero en sí mismo no tiene títulos académicos, no tiene edad y no tiene sexo, no tiene raza ni religión, lo único que tiene es inmerso el resultado de juntar capacidad más inteligencia es un escenario productivo.

Esto implica que sí debemos saber hacer las cosas, tener estrategia y saber en dónde las hacemos.

Aprender a jugar con las reglas del juego en esos cuatro escenarios: económico, político, social y ambiental, desarrollar nuestras capacidades y desarrollar nuestra inteligencia y meterse en un sector que realmente sea productivo.

Una regla es clara: “El dinero no da la felicidad pero sí da la facilidad”, es decir, conseguir dinero facilita el normal desarrollo de nuestras vidas mientras que no tenerlo nos llena de limitaciones.

Nadie está exento de problemas y restricciones, estas son reales y sin embargo, está en nuestra inteligencia saberlas sobre pasar.

Una problemática que regularmente se presenta es que las personas piensan que para iniciar un

proceso individual debiera apoyarse en lo que sabe, lo que le gusta o lo que se sueña para su vida; sin embargo, la realidad es que no tenemos el conocimiento sobre demasiadas cosas, realmente no sabemos qué es aquello que me gusta porque puede ser mucho o no ser nada definido y mucho menos, tenemos una idea clara de qué es lo que queremos hacer con nuestras vidas. Siendo así, entonces ¿por dónde empezar?

Si usted no sabe qué es lo que quiere de la vida, si no tiene claros cuáles son sus sueños, si usted no ha definido qué es aquello que le gusta, no se preocupe, de todas maneras, gústele lo que le guste, suéñese lo que se sueña, hay una realidad ineludible: ¡todo cuesta dinero!

Diseñe su propia realidad

Una vez hemos reconocido la realidad del entorno y hemos reconocido nuestra propia realidad, es hora de empezar a trabajar.

Van a ser necesarios dos elementos que ya están en usted, sólo debe decidirse a utilizarlos; estos son: su creatividad y su disciplina.

La realidad es como un una roca gigante que está frente a nosotros y luego es como un océano apabullante y lo que tenemos que hacer es romper esa roca con nuestra cabeza y con nuestro corazón y aprender a nadar en ese océano.

Va a ser difícil, pero no por eso nos dejaremos vencer y si fracasamos la primera vez, lo intentaremos una y otra vez hasta que veamos cambios y luego seguiremos luchando hasta que nuestra vida nos pertenezca.

Lo interesante de esto es que de todas maneras sufriremos las consecuencias de nuestras propias decisiones. Haga lo que haga, decida transformar su propia vida y decida dejarse llevar por su entorno, de igual manera pagará un precio, y sin lugar a dudas lo más satisfactorio es saber que por lo menos se luchó y se intentó y que no le quedó el dolor sin fondo del “y si lo hubiese hecho ¿mi vida sería diferente?”.

Esto en realidad no es tan fácil y se dará en cuenta de que a su alrededor habrá muchas personas que parecieran no tener nada con la vida.

Está en esta decisión de transformar su propia realidad, la primera respuesta de cómo conseguir el dinero.

Cuatro poderes

Cada persona tiene sus propias luchas y lo que aquí expreso es la manera como he hecho la mía y lo expreso como mis propios poderes: el poder de la oración, el poder de la estrategia, el poder de la acción

El poder de la oración

No se trata de volverse religioso, se trata de tener fe. Finalmente, hacerse cargo de su propia vida implica que debemos tener fe en nosotros mismos y tener fe en lo que hacemos, pero la fe hay que practicarla y la fe hay que entrenarla, pues siempre habrá momentos difíciles en donde nuestra única capacidad de acción será orar.

Una cosa especial que he encontrado en mi propia vida es que cuando se ora y se tiene fe el universo parece confabularse a nuestro favor y cosas que parecían lejanas e imposibles empieza a materializarse y a presentarse en forma de oportunidades. Obviamente, esto para mí es algo personal, usted decide si tomarlo o no.

El poder de la estrategia

Es aquí donde está el meollo del asunto. Es relativamente fácil tener una idea, también es relativamente fácil establecer objetivos pero lo realmente difícil y que marca la diferencia es encontrar el “cómo de las cosas”. De eso se trata la estrategia.

Se inicia por la imaginación. Así como un director de teatro desarrolla en su mente la obra antes de asignar los roles a los actores, así mismo el estrategia ejecuta en su mente las ideas que quiere

sacar adelante, así, previsualiza las rutas y variaciones posibles, las posibles problemáticas, restricciones y sus posibles soluciones y previsualizamos los resultados y sólo cuando lo tenemos en nuestras cabezas es que empezamos a materializar. No se desespere si las respuestas no se dan rápidamente y tampoco desespere si debe cambiar cosas en el camino eso hace parte del juego.

El poder de la acción

Uno de los principios que más me gusta es una frase: “no alucine, ejecute”. Y me trae a la memoria la historia de las tres ranitas en una flor de loto y una de ellas decidió tirarse al agua ¿cuántas quedan sobre la flor de loto? La respuesta es las mismas tres, pues decidir no es hacerlo.

Cuando se empieza a ejecutar una acción se produce una reacción en cadena que empieza a posibilitar el camino, pero es necesario arrancar: ¡Empiece que las cosas se van dando! Haga las cosas y posibilite que las cosas sucedan.

Ya sé que todavía es una posición un poco etérea de cómo conseguir el dinero, pero aspiro que si usted aplica estas ideas empiece de inmediato un proceso de transformación personal que le prepare para aprovechar las oportunidades que se empiecen a gestar.

El poder de la negociación

¡Patos al agua! Hágale frente al momento de verdad tanto en la gestión como en los procesos comerciales. ¡Inténtelo! Y verá como los resultados empiezan a darse.

Y ¿dónde está el dinero?

Las entidades financieras, el gobierno y las empresas tienen dinero, pero esencialmente el dinero flota, pasa de mano en mano, pues el mundo

es una permanente transacción y le llamamos comercio.

Son muy pocas las instituciones que puedan salirse del mundo del comercio y eso en sí mismo es una oportunidad. Es necesario tener una oferta disruptiva, sí, sin enredarse en los temas de diferenciación ni de valor agregado. Son importantes siempre en cuando los entendamos, si no, eso no debe desestimarnos para ejecutar nuestras ideas.

Para finalizar, un emprendedor no trabaja... nosotros creamos vida y hacemos negocios. No nos levantamos a trabajar, nos levantamos a desarrollar; es un simple cambio de lenguaje y eso nos cambiará.

¿Tener dinero me cambiará?

Sí, tener dinero, nos cambia pero hacia dónde es una decisión es cada uno toma. Aun así, tener dinero da la oportunidad de ser y sentirse mejor persona pues podemos compartir.

Debemos desechar la idea de que la “ambición rompe el saco”, en la práctica la ambición es un motor que nos mueve y nos lleva a conseguir cosas.

Ser ambicioso nos hace diferentes y concretar esa ambición nos vuelve exitoso, eso es diferente de otro concepto que es la “avaricia”, es esta la que de verdad “rompe el saco”.

Piense en ese “saco”, si usted en la medida que le echa, comparte, ¿cuándo se va a romper? No lo hará. Pero si con la “avaricia” usted quiere poseerlo todo y no comparte, definitivamente sí se romperá.

Entonces sí, el dinero te cambia, te amplía posibilidades, te da facultades, te obliga a tomar decisiones importantes que afectarán a otras personas, está en cada uno saber si le apostaremos hacia el bien o hacia el mal. 

10 fortalezas que debe tener un empresario

Estaba viendo el documental sobre la vida de Ted Turner el fundador de CNN y de un sinnúmero de empresas y que hoy con muchos años encima está en el negocio de los restaurantes, y de inmediato lo asimilé a la vida de otro de mis ídolos, Richard Branson, dueño de Virgin y de un también número grande de empresas. Después de varios años triunfando y fracasando con mis propios emprendimientos, asesorando a todo tipo de gerentes y empresarios, acompañando a más de seiscientos estudiantes con diferentes proyectos en las universidades donde he prestado mis servicios y ahora que inicio un nuevo proceso como dinamizador de emprendimiento, me doy cuenta de que ni Ted Turner ni Richard Branson tienen nada tan extraordinario que a nosotros nos haga falta.

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 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 procesal y sistémica 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.

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. 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. 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. Capacidad 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.

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. 



Soluciones de clase mundial para la Pyme

www.sysconfig.com.co