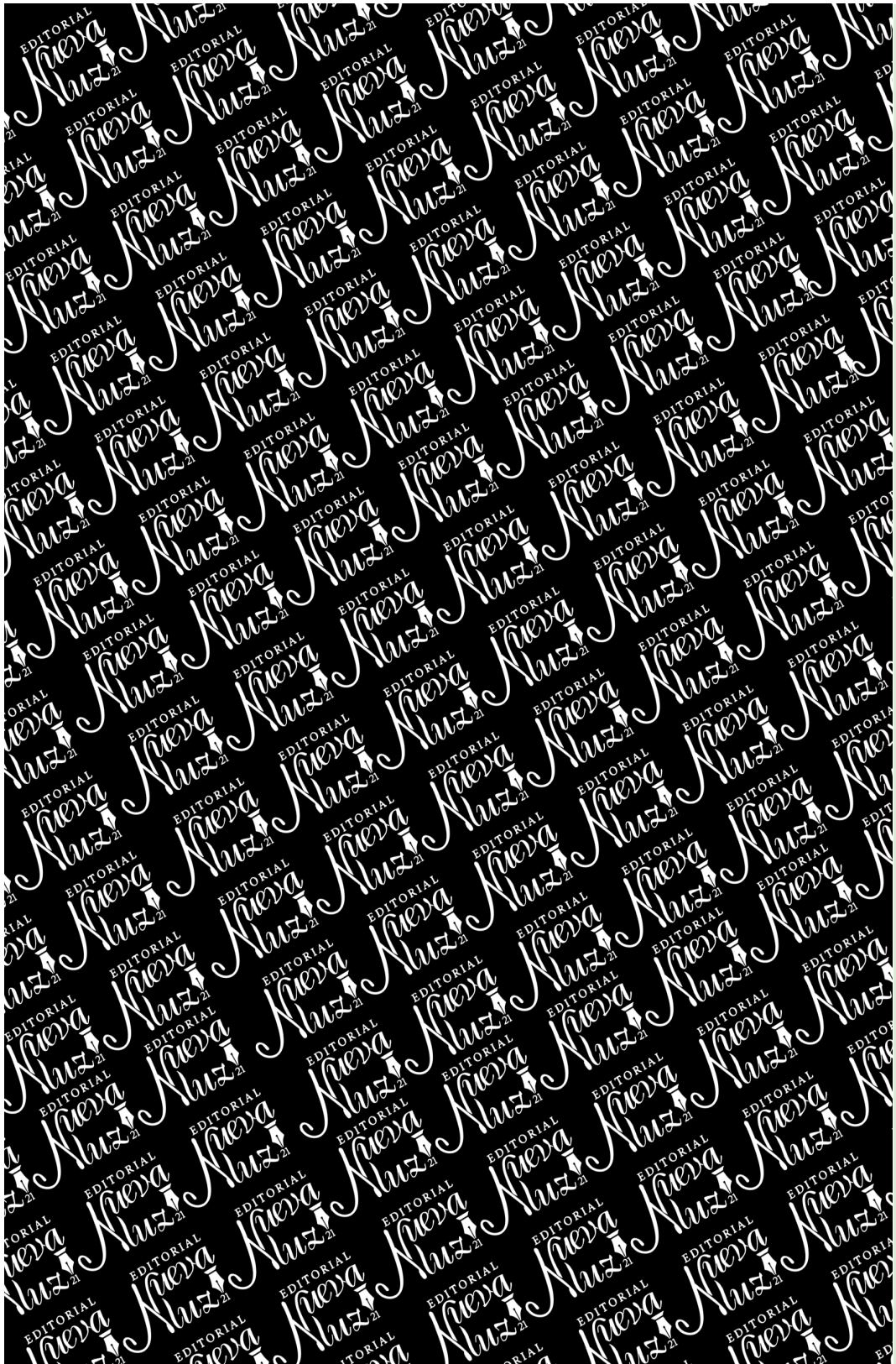


EDITORIAL

Nueva Nuz





EMPRESARIOS EN LIBERTAD



Empresarios en Libertad
Melba Lucía León

Corrección de estilo:

Alberto Uzcategui

Diseño portada:

Karo Nope

Ilustración de portada:

Mariana Manzano

Edición auxiliar:

Alberto Uzacetgui

© 2021Melba Lucía León

Facebook Fan Page: @Nuevaluz21Editorial

Twitter: @Edinuevaluz

Instagram: @Editorialnuevaluz_21

Impreso en Colombia por:

Editorial Nueva Luz 21 S.A.S

NIT. 901223519-6

www.editorialnuevaluz.com

contacto@editorialnuevaluz.com

editorialnuevaluz@gmail.com

Teléfono: +57(1) 2415800

CEO: Alberto Uzcategui

ISBN: 978-980-431-162-8

Queda prohibida cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra mediante cualquier medio impreso o electrónico, sin contar con la autorización de la editorial. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual.

EMPRESARIOS EN LIBERTAD

MELBA LEÓN



DEDICATORIA

A los valientes empresarios, constructores audaces del tejido social de cada región, que tu propósito empresarial le ponga alas a tus sueños, impactes al mundo y seas feliz.

A mis padres Guillermo y Melba, inspiración de fortaleza y amor para servir sin medida. A mi hijo amado Juan José, mi legado para motivarte a ser un empresario en libertad.

Al que ama mi alma, que vino, murió y resucitó, para que seamos verdaderamente ¡libres!, Gálatas 5:1.



RECONOCIMIENTOS

El mundo fue creado para servirnos unos a otros, nacemos en un entorno familiar, que por amor siempre están allí en las buenas, y en las no tan buenas, conocemos personas que pasan por nuestra vida, unas para quedarse, otras siguen su camino. Lo precioso del recorrido es que de todo se aprende, por el plan perfecto de Dios. Es por eso que no podría alcanzar mis logros sin esas personas que tanto me enseñan y me enseñaron; mi familia, amigos, consejeros, educadores, pastores y empresarios que me dieron la oportunidad de conocer sus vidas y sus negocios. Infinitamente agradecida con todos. Soy la suma de lo que he aprendido de mi relación con Dios, lo aprendido de ustedes y mis esfuerzos por superar los obstáculos sin mirar atrás, intentando una y otra vez hasta alcanzar mis sueños, reconociendo que mientras permanezca en esta tierra no soy producto terminado y que mi éxito no se trata de mí, sino del favor, la gracia y la misericordia de Dios.

A continuación, mencionaré de manera particular las personas que han contribuido en la construcción de éste, mi primer libro, EMPRESARIOS EN LIBERTAD.

Mis amados padres Guillermo y Melba, su amor, su apoyo en cada caída recogiendo muchas veces mi corazón en pedazos, sus sabios consejos, su paciencia con mi santa terquedad, y su fe en Dios, mis ángeles intercesores. Gratitud y amor eterno.

Mis hermanas: Claudia, consejera fiel, ejemplo de fe y fortaleza, mi conciencia contraria en mis decisiones, que me hace reflexionar y a veces tener que aceptar tus razones. Mi hermana Mónica, ejemplo de orden, disciplina y coherencia, un referente que no pierdo de vista. Gracias hermanitas por estar siempre allí.

Mi querida Coach, Karo Nope, sacaste de mí todo lo que necesitaba para comenzar a escribir y con tu talento, excelencia, dedicación y ayuda profesional has impulsado mi sueño hecho realidad de ser escritora. Eres grande, gracias mi coach, que sigas guiando a millones a contar sus historias para la honra de Dios.

Mi amiga Julia Alexandra Mallen. Tres años antes de escribir ya el Señor te había mostrado en sueños esta obra, porque tenía que salir al mundo, tu obediencia a Dios para darme todo tu apoyo incondicional, fue una poderosa fuente de motivación, inspiración y ánimo. Tus oraciones, paciencia y entrega en este proyecto de Dios son admirables. Gracias hermana del alma.

Mis pastores, Oscar y Gabriela Marulanda del Ministerio Kairós Global Visión, el impulso espiritual que necesitaba. Sus sabios y oportunos consejos, su enseñanza de la palabra me han llevado a tener más revelación y conexión con Dios para hacer su voluntad. Por su constante intercesión por mi vida, al Ministerio Finanzas del Reino y por este primer libro. Han llevado mi vida a otro nivel.

Gracias infinitas.

PRÓLOGO

Cuando conocí a Melba León, no solamente encontré una persona alegre que impregna energía positiva a quienes la rodean, sino que también conocí su profesionalismo. Desde lejos miraba como asesoraba amigos y empresarios sobre, cómo crecer sus empresas. Inicialmente en el campo de las finanzas. Un día pensé, ¿por qué no llamar a Melba para que me asesore en uno de mis negocios? Tenía un proyecto grande, de alto riesgo con una multinacional. Entonces lo hice y ella en cuestión de días me sorprendió. Hizo un análisis completo de lo que quería, debía y podía hacer con el proyecto, las cifras me creaban conciencia de cómo cumplirlas y los riesgos a los que podía llegar. Sin embargo, lo que más me gustó, fue encontrar como ella se dedicó a hablarme de; cómo podría ser exitoso con lo que tenía en mente, fue más allá de los números, porcentajes, y resultados económicos. Me habló de “propósito” y logró que mi mente volara. Comprendí lo que significaba no solo pensar en los números si no también en que fuera un proyecto que tuviese sentido como negocio y además “satisfacción de vida”. Por eso hoy me sorprende y celebro que Melba haya decidido impregnar a su manera, tal como es ella, su conocimiento con un talento que no todos tienen y es el de crear conciencia entre los emprendedores, empresarios, negocios de familia, grandes soñadores, con una mirada hacia el futuro en la era digital, para que no solamente desarrollen empresas con visión económica, sino también con sentido humano y propósito.

Diría que la autora en su libro entrega su conocimiento con claves empresariales, algunas de ellas que tal vez no contaban como importantes y que ahora cobran sentido, para lograr utilidades con rentabilidades reales, alcanzar libertad y disfrutar la vida. Cita ejemplos que nos motivan y que podrían aplicarse en nuestro diario vivir. Pero su mayor valor es el análisis que nos invita a reflexionar para dónde vamos.

El libro **EMPRESARIO EN LIBERTAD**, despertará conciencia en muchos empresarios, justo en épocas en las que vivimos, donde el pensamiento va más allá de la crisis, llevándolos a un resurgir, pero un resurgir posible, para alcanzar nuevos niveles de crecimiento económico y de valor por la vida, por lo que creen y pueden lograr.

Melba León nos enseña como de las pequeñas cosas se busca la grandeza y como disfrutarse proyectos y negocios, las cosas que nos tocan el corazón, nos rodean de satisfacción y nos hacen crecer todos los días espiritualmente para completar el equilibrio que necesitamos para proyectarnos hacia la cumbre.

WILSON BARCO

Periodista y Empresario

CEO de la productora B&T INTERNACIONAL

CEO TUBARCO.NEWS

Corresponsal CNN ESPAÑOL

INDICE

INTRODUCCIÓN

LA CLAVE ESTÁ EN EL EQUILIBRIO

EMPRESAS CON ALMA

SIN PERDER EL FOCO

MARKETING CON SENTIDO HUMANO

NEGOCIANDO COMO TIBURÓN

TU CARTA DE NAVEGACIÓN

DE GERENTE A COACH

¿DÓNDE ESTÁN LOS DA VINCI?

LOS SOCIOS DE LA CONQUISTA

UN LEGADO PARA TU CLAN

EL CAMINIO A LA EXCELENCIA

INTRODUCCIÓN

Por más de 25 años como asesora empresarial tuve la oportunidad y gran bendición de conocer todo tipo de empresas de productos y servicios, manufactureras e industriales, públicas, privadas y mixtas. Por ende, en mi experiencia de vida en el mundo empresarial he conocido todo tipo de personas, algunas altamente creativas, otras muy organizadas y estrictas, otras estratégicas, ¡otras con tantas capacidades, habilidades, dones y talentos! lo que me ha permitido aprender de las personas y tantos posibles escenarios de ideas que he visto convertirse en realidad. Mi target micro, pequeña y mediana empresa, en su mayoría Pymes que están constituidas por familia, otras sociedades entre amigos, otras entre desconocidos y algún único dueño.

En este recorrido he tenido la experiencia, lastimosamente debo decirlo, de ver muy pocas de estas empresas prósperas y escalables, claro hay algunas que no sé de ellas hoy día, pero en el tiempo me enteré que, muchas de ellas fracasaron, otras resisten a pérdida, y otros empresarios resilientes insisten en todo tipo de negocios y en esta temporada en la cual escribo éste, mi primer libro, ha pasado por la terrible pandemia que azota tantas vidas y por supuesto a los empresarios.

Podría escribir en este libro lo exitosa que soy, porque las empresas que asesoré y conocí por años hoy son en su mayoría unas grandes compañías, y es por eso que el deseo de mi corazón me mueve a hablarte a ti empresario, con la intención de llevarte a tomar conciencia de lo que realmente significa ser un **EMPRESARIO EN LIBERTAD**. No estoy hablando de la tan anhelada libertad financiera, esa llega por sí sola cuando comprendas todo lo que debes conocer al despertar tus sentidos físicos y espirituales, y razonar sobre el

equilibrio, para alcanzar lo que realmente tiene valor que es la prosperidad integral que Dios promete.

Mis casos de éxito en las empresas, fueron en la parte organizacional y financiera con interesantes análisis, muy buenas conclusiones y acompañamiento empresarial que sirvieron en su momento para darles una guía y orientación. Pero mi camino no quedó allí, mi verdadero propósito estaba más allá de ser una mujer detrás de grandes macro análisis, números y más números. Comencé a intuir que esos empresarios necesitaban consejos desde distintas áreas de vida, que finalmente estaban afectando sus empresas. Así que, hablando seriamente con Dios, le pregunté claro y directo, ¿cuál es mi propósito? ¿por qué cada vez me alejo más de ser una asesora empresarial para ser una consejera personal de empresarios?, y fue cuando poco a poco comenzó a surgir el deseo de ayudarles, ya no solamente desde los informes financieros sino desde su corazón y es que me dolía tanto esfuerzo, tanto trabajo y tan pocos resultados y lo peor, tantas crisis económicas que terminaban afectando su vida familiar y hasta su salud, todo por desconocimiento de temas que te contaré en el libro EMPRESARIOS EN LIBERTAD.

Encontré empresas creadas por emociones, otras iniciaron con gran entusiasmo, pero empezaron a decaer por orgullos, peleas, cansancio, falta de planeación. En su mayoría por desconocimiento para hacer negocios, es decir, falta de capacitación, otras por falta de Liderazgo, muchas con un alto índice de mediocridad porque simplemente no existe el sentido de la excelencia, otros por los afanes del día a día, no vieron llegar el colapso, en fin, cosas que iban más allá del producto o servicio. Tristemente puedo decirles que la mayoría de estas empresas no alcanzaron a escalar (escalabilidad se refiere a la forma de crecimiento, sin que ello afecte demasiado su funcionamiento); en otras palabras, a tener un crecimiento exponencial en sus ventas y tampoco lograron rentabilidad o quebraron y entraron en el cementerio empresarial, qué puedo decirles que es tan grande como los panteones con restos

humanos que nos podemos encontrar. En ese cementerio yo también dejé algunos proyectos y negocios enterrados que se suman a esas grandes ideas sin foco.

No se extrañe que le hable en ese sentido, tal vez usted también viene de algunos fracasos o está lidiando con un negocio que no logra despegar, o está a punto de perder no solamente dinero sino relaciones familiares y personales. Yo sé lo que siente un empresario, no solo desde mi lugar como asesora, también viví fracasos con dos empresas e interesantes proyectos que me llevaron a perder grandes sumas de dinero y derramar muchas lágrimas. ¡Gloria a Dios por esos fracasos!, porque sumados a los que he podido ver en tantas personas, son grandes experiencias que hoy se convierten en herramientas poderosas para enseñarte cosas que van más allá de un producto, un servicio, las ventas, el dinero, vivir detrás de los costos, gastos y rentabilidades, además de sufrir por falta de caja y pagos de impuestos. Cuánto me hubiese evitado si desde mis 24 años, cuando ya era una emprendedora, si alguien me hablara de las cosas que te contaré.


Les mencioné que mi target son las micro, pequeñas y medianas empresas, con las que deseo se conviertan en grandes empresas. Me apasionan este tipo de negocios, además porque las pymes representan actores claves para incrementar el crecimiento en cada país de América Latina. Según CEPAL (Comisión Económica para América Latina y El Caribe). “Estas empresas se caracterizan por una gran heterogeneidad en su acceso a mercados, tecnologías y capital humano. Por un lado, constituyen un componente fundamental del entramado productivo en la región: representan alrededor del 99% del total de empresas, y dan empleo a cerca de 67% del total de trabajadores”. Las pequeñas y medianas empresas (pymes) de Estados Unidos (menos de 500 empleados) no son ajenas a esta tendencia. Otro informe importante que debes conocer es que, del 100% de empresas constituidas por año, solo el 45% supera los dos primeros años, un panorama poco alentador. Ahora comprenderás por qué en 25 años, por lo menos más

Empresarios en libertad

de 300 empresas con sus diversos modelos de negocios, he podido conocer y cientos de empresarios a lo largo de mi País Colombia, en República Dominicana y algunas empresas en Estados Unidos. Permíteme decirte que tu empresa es clave en la recuperación de los países de la región, y vas a ser parte de ayudar a millones de personas que hoy necesitan empleo. Estoy segura que unidos podremos levantarnos nuevamente de la crisis económica, porque hoy día comprendemos el valor de la vida, de la unión familiar alrededor de una pérdida, de ver nuestros hijos en sus colegios y universidades nuevamente, de salir a producir con gratitud y alegría en nuestros trabajos, aún de poder respirar. Ahora es el momento de ser la persona que Dios quiere que seas para estos últimos y acelerados tiempos, lo que quiere decir que no solamente se trata de ti, de tus sueños o tu dinero, sino que también se trata de todos los que te rodean.

El contenido del libro está organizado como una ruta, para que explores, cómo vienes haciendo las cosas y comiences a ajustar tu liderazgo empresarial y tomar control en esas áreas que para ti, tal vez eran menos importantes, o que jamás imaginaste que podían impactar tanto tus resultados, pero que, al reflexionar en los diferentes temas encontrarás el valor que representan y si tomas acción en cada una, vas ver un cambio significativo, pero sobre todo vas a comenzar a vivir tu empresa con un nuevo aire, disfrutando lo que haces y ayudando al mundo.

Me emociona cumplir mi sueño con el libro EMPRESARIOS EN LIBERTAD, porque, cada que conozco un empresario o me presento en una conferencia, taller, asesoría o coaching privado etc, procuro darles todo lo que más puedo de este conocimiento que Dios me permitió aprender, tanto en estudios como en experiencias. Es un deseo incontrolable contarle cuáles herramientas de valor realmente se requieren para tener una empresa prospera, además para que sean más que un gerente, que sean líderes estrategas de negocios y se gocen la aventura de vivir su propósito empresarial.



Será otro punto de vista que tal vez hayas escuchado o tal vez no, pero estoy segura que llamará tu atención, para que, como líder de tu vida y de los que te rodean en el mundo empresarial comiences a realizar cambios, si realmente deseas la prosperidad (económica, física y espiritual) en todo lo que emprendas.

“Amado, yo deseo que tú seas prosperado en todas las cosas, y que tengas salud, así como prospera tu alma”

3^a Juan 1:2

CAPÍTULO 1



—LA CLAVE ESTÁ EN EL EQUILIBRIO—



La fe, las emociones y la técnica, son factores que los empresarios debemos poner en una balanza para ser realmente Empresarios en Libertad. La frase que lo condensa todo es “lograr el equilibrio en tu vida”.

Según el diccionario, equilibrio es el estado de un cuerpo cuando la suma de todas las fuerzas y momentos que actúan en él se contrarrestan. Nos refuerza aún más esta descripción: Decimos que alguien o algo está en equilibrio cuando, a pesar de tener poca base de sustentación, se mantiene de pie sin caerse.

Deseo contarte una historia de un personaje que impactó mi vida cuando la conocí. La de Philippe Petit. ¿Has escuchado de él? No es tan conocido como Mark Zuckerberg, Steve Jobs, Carlos Slim, tampoco fue un empresario como ellos. Pero su historia es ideal para explicarte la combinación de equilibrio donde deseo llevarte. Philippe Petit es un funambulista francés. ¿Un qué?, si has visto los circos, seguramente conoces a estos malabaristas que caminan sobre cuerdas. Los que hacen gala de su equilibrio. Precisamente ellos son funambulistas. La historia de Philippe Petit tiene un trasfondo con un mensaje muy poderoso para que comiences a reflexionar. Philippe realmente no fue conocido por atravesar en un escenario una cuerda. Su fama fue por una hazaña mucho más grande.

En la mañana del 7 de agosto de 1974. Philippe Petit caminó sobre un alambre tendido a 409 metros de altura entre las Torres Gemelas del World Trade Center de Nueva York, ¡así como te lo estoy contando!. Es la mayor hazaña de equilibrio sobre cable conocida hasta el día de hoy. En esa época, los míticos edificios estaban casi terminados. Y ya ostentaba el récord de ser los edificios más altos del mundo.

Philippe estudió el proyecto antes de que las construyeran, realmente se obsesionó por 6 años con las torres cuando solo existían en los planos, todo porque cuando aún vivía en París, en una ida al dentista, con un dolor de muela observó en la sala de espera entre las revistas un artículo sobre el entonces proyecto arquitectónico de las Torres Gemelas, entonces se sintió automáticamente fascinado, arrancó la hoja y se volvió a casa con el mismo dolor de muelas y comenzó a estudiar el proyecto todo lo que pudo. Analizó su sueño al detalle, hizo su propio diseño realizando varias visitas de campo para conocer las dimensiones junto con otro soñador que le creyó a su sueño, su fotógrafo, para después realizar un modelo a escala de las torres. Adicionalmente se las ingeniaba para entrar de manera ilegal a la obra. Así logró detallar lo que él necesitaba. Podríamos decir que estaba realmente loco. Posterior a recopilar la información y hacer los cálculos, se encontró con un pequeño detalle, y es que ahora debían pensar cómo lanzar el cable desde una torre hasta la otra. ¿Cómo lo lograron?, más fácil de lo que te imaginas, amarraron un cable a una flecha y la lanzaron de una torre a otra. Mucha pasión o locura, pero este intrépido hombre el 7 de agosto en horas de la mañana, aproximadamente 7:00 am, ya tenía un pie sobre el cable para iniciar su hazaña. Era un joven de 24 años, y fue tal su emoción y adrenalina que las atravesó 8 veces, fueron aproximadamente 45 minutos. Primero lentamente, luego más rápido, bailando, dando saltos, ante la mirada atónita de las autoridades policiales, los vigilantes del edificio, y cientos y luego miles de neoyorkinos, Philippe Petit estaba gozoso sobre la cima del mundo. Le amenazaron con destensar el alambre, con atraparlo desde un helicóptero, pero nadie tuvo valor porque su presencia, el vértigo, la alegría y la indiscutible belleza de lo que estaba realizando dejó anonadado a todo NY a través de los medios de comunicación. Resumen del libro “Alcanzar las nubes” escrito por el mismo Philippe Pettit.

Empresarios en libertad

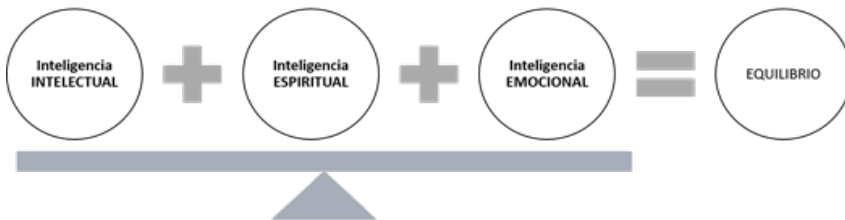
Así de espectacular es el equilibrio en tu vida para la gran hazaña de hacer empresa!

Así es de espectacular el equilibrio en tu vida para la gran hazaña de hacer empresa. Imaginemos la cuerda como tu empresa y la vara que es la que te da equilibrio como la fe, las emociones y la técnica. Ahora imagina que una de las tres falle o una tenga más peso que otra. Inmediatamente te vas a suelo, ¿cierto?, esto solo por el comportamiento de las tres fuerzas en la vara. Ahora pensemos que comienzan a venir vientos contrarios, que representan las situaciones empresariales, familiares y de relaciones personales, diarias, buenas y no tan buenas, ¿no crees que ahí tu capacidad de concentración, y de decisión para saber en qué lado realizar el contra peso debe ser mayor? Demasiado esfuerzo para mantenerte de pie.

Sí mi querido empresario, atravesar los años y lograr la meta de llegar al otro lado y regresar nuevamente por más y no caerte es el sueño de todos, sin embargo, la mayoría quieren hacerlo sin vara, o con las fuerzas desniveladas y por este motivo no logran llegar ni siquiera al primer año después de constituida.

Vamos a centrarnos en la vara que carga las tres fuerzas para lograr el equilibrio.

Revisemos las tres e irás tomando conciencia de cómo has manejado las inteligencias para atravesar la cuerda.



INTELIGENCIA INTELECTUAL: La mayoría de los empresarios concentran su esfuerzo en la inteligencia intelectual, es decir que el peso de la vara es mayor en un extremo. Ésta tiene que ver con la facultad de la mente que permite aprender, entender, razonar, tomar decisiones y formarse una idea determinada de la realidad. La ejercitamos memorizando, practicando operaciones mentales o realizando operaciones manuales por medio de nuestras habilidades. Los empresarios la usan por el conocimiento de algo que aprendieron, ya sea una profesión, una técnica o una habilidad corporal o manual y lo convirtieron en una idea de negocio. Sin embargo, esa inteligencia debe crecer en el tiempo. Encuentro empresarios que terminaron una profesión hace más de 15 años y nunca han tomado ni siquiera un curso de actualización, o aprendieron un arte y tampoco han estudiado o investigado para evolucionar a nuevas tecnologías y se quedaron con el conocimiento del pasado. ¿En realidad crees que, lo que aprendiste ayer hoy te sirve para la era digital?, ¿Por lo menos sabes que estás en la era digital?, de este tema hablaremos un poco más adelante. Si hoy te hicieran una prueba para evaluar tu conocimiento y tu coeficiente intelectual CI, ¿crees que estaría por encima o por debajo, del promedio de los empresarios? Y es que esta inteligencia es tan importante para mantener un factor diferencial en tus productos o servicios, con ella vas a lograr siempre estar un paso adelante de tu competencia. ¿Hoy te sientes un paso adelante, o parte del promedio, o tal vez el último de la fila?

Valora el conocimiento, paga el precio, fuera las disculpas y comenzarás a crear los pasos de crecimiento que necesitas para escalar.

La inteligencia intelectual depende de tu disciplina para adquirir conocimiento de tus negocios, las variables más representativas que intervienen en esta son: La capacidad de observación, la memoria, el aprendizaje, las habilidades sociales. Comienza entonces a evaluar tus conocimientos empresariales en las diferentes áreas, especialmente


donde sientas que debes potenciar tus fortalezas, ¡Sí! dije tus fortalezas, porque es donde incrementas tu poder. No me gusta hablar de debilidades porque considero que son más bien falta de conocimiento y práctica, de ahí la frase, “La práctica hace al maestro”. Si has escuchado la ley de la siembra y la cosecha, aplica para todo, en este caso hay que dar para recibir, si das tiempo para capacitarte, vas a recibir instrucciones precisas para generar prosperidad. Si conocieras mis inicios en las redes sociales, haciendo videos, mi primera conferencia, mi primer master mind, seguro te desilusionarías, hasta te reirías de los fondos que coloqué, la calidad del video, y los nervios al hablar. A mis 45 años realicé un salto de ser planeadora financiera y asesora empresarial a ser coach, conferencista y entrenadora, no conocía nada de esto, sabía que tenía las habilidades y que era mi complemento para transmitir conocimiento y experiencia, lo tenía que hacer si quería ver mi sueño hecho realidad de ayudar a los empresarios desde otra perspectiva. No me di por vencida, mi primer video de 5 minutos lo hice en 24 horas con todo y edición porque me gusta aprender, hoy día salen directo a las redes sin filtro. Y qué transformación con la práctica. Entonces te invito a, actualizarte en tu profesión, nuevas tecnologías, investigación de tu producto o servicio y su tendencia en el mundo, nuevos mercados, manejo administrativo, algo de marketing, liderazgo, aprende, aprende, aprende. Talleres, conferencias, ferias, congresos, cursos gratuitos y pagos es lo que hay. Valora el conocimiento, paga por él, fuera las disculpas y comenzarás a crear los pasos de crecimiento que necesitas para escalar.

INTELIGENCIA EMOCIONAL: Hoy se habla mucho del tema, pero no pasa de conversaciones, videos y más videos motivacionales que finalmente no se llevan a la práctica. ¿Conoces personas que no son los más inteligentes intelectualmente pero que tienen carácter, carisma, creen en sus habilidades, se cuidan, son positivos, resuelven sin drama, comparten conocimiento, son felices con lo que hacen, y ganan dinero?, ¿Esas personas con quienes deseamos pasar más tiempo, conversar y salir de lunch porque realmente

tienen algo diferente? La diferencia no está en su coeficiente intelectual. Y quiero resaltar que, como gerentes, líderes empresariales, todos somos listos; sabemos leer, escribir, tomar decisiones y pensar de acuerdo a nuestras obligaciones. Entonces, ¿cuál es la diferencia? Su inteligencia emocional que no es más que el manejo efectivo de las emociones.

Harvard Business Review calificó la Inteligencia Emocional como un concepto revolucionario, una noción arrolladora, una de las ideas más influyentes de la década en el mundo empresarial. La utilizas en tu empresa cuando cada situación externa afecta tu mente, por ende, tus pensamientos y emociones. Y cuando hablo de situaciones externas

me refiero a todo lo que te rodea, salud, familia, relaciones interpersonales, relaciones laborales, clientes, proveedores, etc. No puedes negarme que tu salud, tus problemas familiares, sentimentales o con todo tipo de persona, afecta tu estado de ánimo para bien o para mal e incrementa o baja tu capacidad de tomar decisiones. ¿Entonces esta fuerza en la vara que te lleva por la cuerda será importante o todavía lo dudas? Mejor aún, la inteligencia emocional juega un papel muy importante en la mejoría de nuestra felicidad, éxito y bienestar. Los empresarios que les parece aburrido conocer sobre crecimiento personal están rechazando un valioso aprendizaje para el incremento de su coeficiente emocional. Debes aprender a determinar los puntos fuertes y débiles de tu inteligencia emocional; comprender y gestionar tus relaciones emocionales; tratar con gente difícil; obligar a tu mente a cambiar de pensamientos negativos, tomar decisiones inteligentes; recuperarte de los contratiempos y ayudar a desarrollar la inteligencia emocional de tu equipo. Nuevamente aprender, aprender, aprender, por medio de talleres, retiros, conferencias, congresos, aquí aplica actividades experienciales al aire libre (Outdoor), psicología, coaching, literatura, videos.

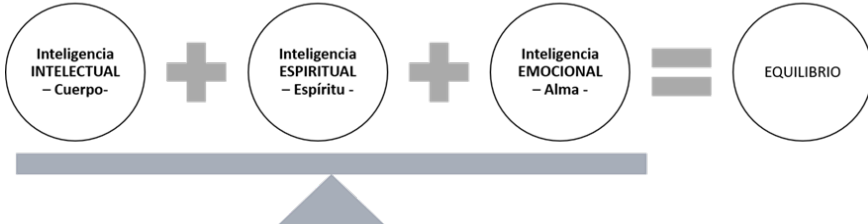


La inteligencia emocional juega un papel muy importante en la mejoría de nuestra felicidad, éxito y bienestar

INTELIGENCIA ESPIRITUAL: Esta es la fuerza que está prácticamente nula, en la vara caminando sobre la cuerda, porque los empresarios se mueven por intelecto y emociones, pero poco o nada espiritual. Aquí voy a conjugar las tres fuerzas.

La Biblia nos dice en 1 Tesalonicenses 5:23 que todos fuimos creados con tres partes básicas: un espíritu, un alma y un cuerpo: “Que Dios mismo, el Dios de paz, los haga a ustedes perfectamente santos, y les conserve todo su ser, espíritu, alma y cuerpo, sin defecto alguno, para la venida de nuestro Señor Jesucristo. DHH”. Ahora observemos nuevamente la gráfica de las tres inteligencias conectando con lo que nos dice la palabra.

“La inteligencia espiritual es la capacidad de meditar con la palabra de Dios, sobre la trascendencia de nuestras acciones y de nuestros pensamientos, creciendo en sabiduría y compasión por los demás”



La inteligencia espiritual mueve todo lo que no vez, y está regulada por la fe. Deseo explicarte fundamentos que necesitas para conocer esta inteligencia como creación de Dios que eres, porque el desconocimiento hace que pierdas el equilibrio y es allí donde la mayoría van directo al fracaso, es decir, al cementerio empresarial. “Oseas 4:6. Mi pueblo no tiene conocimiento, por eso ha sido destruido... DHH”.

Fundamento 1. Dios es dueño de todo y nos da grandeza y poder.

“¡Tuyos son, Señor, la grandeza, el poder, la gloria, el dominio y la majestad! Porque todo lo que hay en el cielo y en la tierra es tuyo. Tuyo es también el reino, pues tú, Señor, eres superior a todos. De ti vienen las riquezas y la honra. Tú lo gobiernas todo. La fuerza y el poder están en tu mano, y en tu mano está también el dar grandeza y poder a todos”. 1 Crón 29:11-12 DHH.

Fundamento 2. Dios te hizo y te entregó dones y habilidades. “Sí, pues, Besalel, Oholiab y aquellos a quienes el Señor había dotado de talento y habilidad especial para realizar los distintos trabajos del santuario, llevaron a cabo todo lo que había ordenado el Señor”. Éxodo 36:1 DHH

Fundamento 3. Las instrucciones espirituales solo se comprenden por el espíritu.

“Pero el hombre natural no percibe las cosas que son del Espíritu de Dios, porque para él son locura, y no las puede entender, porque se han de discernir espiritualmente.” I Cor. 2:14 DHH.

Fundamento 4. La inteligencia espiritual se traduce como la sabiduría. ¿NO clama la sabiduría, Y da su voz la inteligencia? Prov 8:1

Existen miles de fundamentos que te harán una persona con una inteligencia espiritual más alta. La utilizas en tu empresa para ser prudente, justo, equitativo, sagaz para los negocios y evitarás que te lleven de aquí para allá como una veleta, para tener cordura, aumentarás tu saber, recibirás consejo. ¿No crees que es el complemento perfecto para tu equilibrio? No seas como los insensatos que desprecian la sabiduría y la enseñanza. Podrás reflexionar en Proverbios Capitulo 1 todo lo significa recibir sabiduría. Ahora el principio de la sabiduría es el temor a Dios, Prov 1:7, pero es un temor reverente, es un temor que consulta, es un temor que evita que hagas cosas indebidas, es un temor que comprende que sin él

nada puedes hacer y te lleva a ser obediente. Recuerda este principio, “Para saber mandar bien, es preciso saber obedecer”.

La inteligencia espiritual crecerá con la oración diaria, lectura y meditación de la palabra de Dios, esa meditación donde pasas un tiempo de calidad con Él. *Salmo 1*

La inteligencia espiritual crecerá con la oración diaria, lectura y meditación de la palabra de Dios, esa meditación donde pasas un tiempo de calidad con Él, le presentas tus situaciones, le das cuenta de lo que recibes y como lo gastaste, le preguntas todo lo que necesitas para avanzar en tus decisiones y relaciones interpersonales, le pides dirección y tantas cosas que Él te enseñará. Así poco a poco comprenderás lo poderoso que es entregarle a Dios las cargas. Hoy hazle la propuesta a Dios que sea el dueño. No te estoy diciendo que socio, porque las sociedades van con un porcentaje cada uno, es una invitación a ser dueño del 100% y ubícate como administrador fiel, es diferente, porque así tendrás que rendir cuentas y eso te hace más cuidadoso de lo que no te pertenece. con Dios encontrarás la prosperidad integral que nos ha prometido. Lee Deuteronomio 28.

Espero con esta apertura a “la clave está en el equilibrio”, tal como Philippe Petit, te hagas más hábil y disfrutes el camino por la cuerda empresarial, como él lo hizo, primero lentamente, luego más rápido, bailando, dando saltos, ante la mirada atónita de todos los que te rodeen, porque a gozar nuestras bendiciones nos llamó el Señor.



CAPÍTULO 2



–EMPRESAS CON ALMA–



Te conté en la introducción que conocí cientos de empresarios. La mayoría en su momento con un común denominador, hacer empresas para ganar dinero, y eso está bien, se construye riqueza con las utilidades generadas por los negocios, pero si ese es el motivo que mueve tu empresa, ¡ciérrala o véndela de una vez y evita el colapso!. Lo que se construye basado solo en dinero pierde su razón de ser y comienzas a ser esclavo precisamente del mismo.

Recordemos que las empresas se catalogan como “personas jurídicas”, una denominación que nace del derecho, con la idea de permitir a las sociedades la capacidad de tener determinados derechos y obligaciones del mismo modo que podría tenerlos una persona física. Viéndolo de otra manera más altruista, es el reflejo de los propietarios que se unifica en una sola persona. Entonces tal como las personas tienen alma, tu persona jurídica también debería tenerla, y cuando las cosas salen del alma, da nacimiento a sentimientos y emociones que se transforman en diseños pensados para tu nicho de mercado, conformando lo que se llama el propósito empresarial, por lo tanto, es desde allí, donde realmente podrás impactar al mundo y comenzarás a ver resultados económicos como no imaginaste. La realidad es que, sin un propósito, solo tomarás decisiones con un beneficio a corto plazo, tus ideas se mantendrán estancadas, serás uno más de la competencia y si por casualidad creas una idea diferente, estarás preocupado pensando que la van a copiar rápidamente, así que desarrollarás todo lo que sea necesario para protegerla, todo un desgaste porque la estrategia por sí misma no será suficiente sin un propósito. Es una realidad, tus ideas innovadoras tarde o temprano las imitarán, sin embargo, cuando hay propósito no habrán terminado de hacerlo y tú ya tendrás otra idea mejor

Quando las cosas salen del alma, da nacimiento a sentimientos y emociones que se transforman en diseños pensados para tu nicho de mercado.

o diferente, porque sale de una empresa con alma y eso nadie podrá plagiarlo, ya que somos personas únicas con diversas experiencias, educación, entorno familiar, cultura, etc.; y ese mix construye tu identidad y la de tus socios, única e irreplicable.

Te daré un ejemplo que espero te lleve a comprender el trasfondo de tener una empresa con alma, ¿Cuándo atiendes un cliente, le estás sirviendo o únicamente estás incrementando tus utilidades? Esta es la pregunta que Sam Walton, fundador de Walmart, te respondería en un instante. Guiado por la compasión y el altruismo, Walton se dedicó a servir a sus clientes. En este sentido, el propósito explotó a través de toda la organización. Desde los directores ejecutivos hasta la gente de piso, todos en Walmart están listos para hacer la atención y servicio al cliente su mayor prioridad. Esto dio a Walmart una gran ventaja sobre sus competidores, a quienes aventajó año tras año. Ahora ese propósito empresarial cuando lo encuentras se convierte en una frase poderosa en tu vida y en la de tus empleados, debes definirla con precisión. Revisemos el propósito de otras empresas y te resaltaré las palabras que conectan en el alma.

- Disney: “Crear felicidad”.
- Google: “Organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil”.
- Nike: “Llevar inspiración e innovación a cada atleta en el mundo. Si tienes un cuerpo, eres un atleta”.
- Facebook: “Dar a las personas el poder de compartir y hacer el mundo más abierto y conectado”.
- Starbucks: “Inspirar y nutrir el espíritu humano: una persona, una taza y una comunidad a la vez”.
- Samsung: “Dedicar nuestro talento y tecnología a crear productos y servicios que contribuyan a una mejor sociedad”.

Bruce Jones, Senior Programming Director del Instituto Disney, se apoya en estudios laborales en Estados Unidos para exponernos una realidad que es común en cualquier otro

El propósito impulsa toda la organización, los hace desarrollar sus propósitos individuales, motivándolos a crear y aportar propuestas de valor, innovación, y creatividad.

país: solo un 20% de trabajadores disfruta de su empleo. ¿Entonces qué ocurre con el 80%? ¿Si NO se sienten felices podrán ser productivos? ¿Tendrán capacidad de aportar nuevas ideas, innovar o favorecer entornos de trabajo agradables o de generar empatía con los clientes?. El propósito impulsa toda la organización, los hace desarrollar sus propósitos individuales, motivándolos a crear y aportar propuestas de valor, innovación, y creatividad.

Otra de las grandes ventajas que produce tener un propósito empresarial es que tu marketing comienza a tener un sentido humano, pero de esto hablaremos con detalle en otro capítulo, solo quiero que comprendas, que una frase tan sencilla puede desarrollar un impulso en tu negocio tan poderoso como jamás lo imaginaste. Tal como te lo dije, comenzarás a impactar al mundo y serás parte de reconstruir el tejido social en tu región.

Me encuentro constantemente personas que confunden, misión, visión, vocación con propósito. Pero todos son diferentes, me gustaría explicarte con este sencillo gráfico que se utiliza en la técnica japonesa Ikigai (Los secretos de japon para una vida larga y feliz, libro de Francesc Miralles y Héctor García), que vendría a significar “el sentido de la vida” o “aquello para lo que hemos sido llamados”. “Iki” significa “vida”, en tanto “gai” puede traducirse como “valor”. Normalmente se realiza a nivel personal, pero yo lo desarrollo a nivel empresarial y con mis clientes, me da como resultado el propósito empresarial. En mi vida comencé a explorar mi propósito de vida aproximadamente en mis años treinta, recuerda que te conté que lo pregunté al Señor mi creador, solo Él tenía la respuesta, así que comencé un trabajo incansable. Por años leí tres libros en los cuales desarrollé todas las preguntas y la guía que cada libro daba, pero no terminaba en ninguna conclusión que me definiera realmente para que había venido

al mundo. Un día me encontraba en la oficina de mi gran amigo el Coach Hernando Gaviria, él no sabía mi intención de encontrar mi propósito pero durante la conversación se dio cuenta de ese deseo, así que decidió regalarme la sesión y me llevó a trabajar la técnica Ikigai, ¡Oh! sorpresa, después de años, en una tarde me orientó, precisó en mi razón de ser, por eso hoy lo comparto porque sé que fue una revelación de Dios y luego lo apliqué a mi negocio como coach, conferencista y trainer, y también en la fundación Finanzas del Reino, la cual fundé hace dos años, fue maravilloso trabajar con el equipo de mujeres que me acompañan Ammy Marcela Torres, Mary Luz Mantilla y Suguey Jazmín Torres, salió algo poderoso que nos impulsa a apoyar emprendedores y a educar sobre principios y fundamentos bíblicos en los negocios.

La representación gráfica del Ikigai no es piramidal sino más parecida a los pétalos de una flor, tal y como puede verse en el gráfico: lo que amas, en lo que eres bueno, aquello con lo que te puedes ganar la vida y lo que necesita el mundo. Solo en la confluencia de todos ellos se encuentra la de tu razón de ser, tu motivo para ser feliz, tu propósito de vida personal y empresarial. En la gráfica comprenderás la diferencia de misión, visión, vocación, profesión y propósito.



Empresarios en libertad

Después de explicarte la importancia de tener una “Empresa con Alma” que no es más que el propósito empresarial, te pregunto. ¿Ya realizaste un trabajo con tus socios para definirlo?, sino lo haz hecho, es urgente y apremiante para desarrollar tu plan estratégico anual, por ahí comienza el impulso de tu negocio.



CAPÍTULO 3



—SIN PERDER EL FOCO—



Una de las cosas que más me ha costado en mis negocios y proyectos es mantenerme conectada con la visión y no perder el foco. No sé, si te sucede y con qué frecuencia, pero es particular en personas altamente creativas, generadoras de ideas, nobles, que les cuesta decir ¡No! Ya sea por miedo a la desaprobación o porque “Para todo se puede sacar tiempo” una mentira mental. Por ansiedad y esto ya es un tema de salud donde la persona, hace aquí, allá y más allá sin concluir, se refleja inclusive en la forma como come sin control, compradores compulsivos y acelerados. También existen personas que pierden el foco por ego, siempre quieren resaltar, estar en todo, ser consultados, opinar donde no les llaman y querer ser el centro de atención, no delegan porque nadie hace nada bien. Otros tienen por costumbre pedir opinión para todo lo que hacen dentro y fuera de la empresa, hasta gente que no tiene idea de lo que pretenden, pero que cualquier aporte les ayuda en sus inseguridades y temor a fracasar. Y un último grupo son los que desean hacerse millonarios entrando en cuanto negocio les pintan, con la tan sonada frase “No se pueden tener los huevos en la misma canasta”. Y esto es verdad, pero cuando llegas a la etapa de inversionista, porque, no han sido productivos, ni han tenido resultados en una canasta y quieren repartir su capital de trabajo y su tiempo que vale aún más que el dinero en otras ideas de negocio. Aquí se cumple el dicho que dice “Quien no sabe para donde va, cualquier vehículo le sirve”.

Muchos comportamientos y habilidades son ideales e importantes para mantener el sentido de la innovación, creatividad, alianzas estratégicas, nuevos proyectos, en fin. Pero sin control se vuelven delicados, cuando, por cada idea o distracción que se te presenta pierdes el foco hacia tu visión.

Te contaré otras formas en las que perdí el foco por si te sientes identificado. Una fue haciendo cosas que no aportaban

a mi visión, como, distracciones en actividades que me desgastaban y absorbían, espiritual, física, y emocionalmente (desequilibrio total), trabajar en cosas urgentes y no importantes, pretender ayudar a la humanidad, distrayéndome con todo el que me llamaba a contarme sus problemas, rodearme de personas sin aspiraciones, sin resultados, sin disciplina, siendo yo la que vivía motivándolos. Pero hubo una de esas distracciones que me costó dos años de recuperación emocional y económica y fue creer en el supuesto proyecto de otra persona y no en el mío, por moverme sin dirección, con oraciones sin confirmación de parte de Dios, y lo peor, a pesar de sentir en mi corazón que esa persona tenía algo oculto que no lograba descifrar (Una señal de Dios contundente pero que no acepté), entonces seguí adelante. ¿Te imaginas cuando has creado un completo castillo en el aire, gastado dinero y luego te das cuenta que esa persona era un “estafador” que engañaba con una habilidad impresionante empresarios, funcionarios de gobierno y altas personalidades? Este golpe fue muy fuerte, pero de ahí también me sacó el Señor, debí perdonarme y continuar. La ventaja es que todo este proceso me llevó a una reflexión profunda de mis errores y puse un alto en mi camino, y me prometí a mi misma aprender inteligencia emocional, aumentar mi inteligencia espiritual, para no volver a caer en tanto cuento, no te imaginas lo que cambió mi capacidad de decisión y madurez para hacer negocios. Ni que contarte de los empresarios con un sin fin de historias, te abro mi corazón con la mía porque deseo que avances “Sin perder el Foco”.

Además, al perder el foco, se pierde dinero, tiempo y lágrimas con un componente espiritual. Deshonramos a Dios, ¿Cómo así que deshonramos a Dios?, cuando somos personas que creemos en Dios y lo manifestamos abiertamente, pero sin resultados. Éstos son testimonios sin coherencia, que dañan la fe de los que te rodean y en especial la de tu familia. Todo por vivir desenfocado.

Al perder el foco,
se pierde dinero,
tiempo y lágrimas
con un
componente
espiritual y es que
deshonramos a
Dios.

Empresarios en libertad

Ahora permíteme contarte esta historia para llevarte a otro escenario, y comprendas también, que, perder el foco no solo te afecta a ti, sino a otras personas. La historia “El Guardián del Faro”. Es una hermosa historia que nos enseña a estar conectados, avivando la visión para llegar a cada meta, mientras se vive el proceso. La encontré en uno de los libros de Jhon Maxwell el escritor número uno en ventas sobre temas de liderazgo, a quien admiro y con quien me certifiqué como Coach en su organización, The John Maxwell Team.

La costa era vigilada por el hombre, que se encontraba atento a la llegada de los barcos, cuyos capitanes se guiaban por la inmensa luz, que se divisaba sobre el acantilado. Semanalmente, el guardián recibía el suministro de petróleo para mantener encendida la enorme lámpara.

Cerca de donde se encontraba el faro, existía una aldea. Eran personas muy pobres que simpatizaban con el guardián. Este los recibía siempre que lo visitaban por uno u otro motivo. Una noche extremadamente fría, tuvo la visita de una mujer de la aldea. Ella le rogó que por favor le regalara un poco de petróleo para calentar su hogar. El hombre que era de buen corazón, se lo dio. Pero al siguiente día un padre de familia llegó casi en llanto hasta la puerta del faro y le pidió que le obsequiara un poco de petróleo, para alumbrarse por la noche, ya que sus hijos no podían leer por falta de luz. Por la tarde otro señor de avanzada edad, le suplicó por un poco de petróleo para la rueda de su carreta, que estaba pronta a quebrarse por falta de lubricante.

Durante la semana, muchas personas que se enteraron de la bondad del Guardián, fueron a rogarle por más petróleo. El veía que todas las peticiones eran legítimas, que necesitaban en verdad el oscuro líquido grasiento. Así que nunca se negaba. Se decía a sí mismo: “Estas personas realmente necesitan el petróleo. ¿Quién soy yo para negarles mi ayuda?” Odiaba quedar mal con gente tan pobre y sincera.

Al final de semana se quedó sin petróleo y la luz del faro fue haciéndose cada vez más tenue y débil. Cuando se dio cuenta de la escasez del combustible, ya el faro se había apagado. Esa noche del domingo, muchas naves chocaron contra las rocas al no tener la guía de la gran luz que siempre los orientaba. Varios barcos naufragaron y se perdieron muchas vidas. Una enorme cantidad de gente inocente pereció.

Cuando las autoridades empezaron la investigación, interrogaron al guardián del faro, que se encontraba tremendamente arrepentido. Luego de querer justificar la actitud que tomó para ayudar a la gente del pueblo, el alcalde le dijo sin ningún reparo en su voz: “Le hemos dado petróleo, con un solo propósito: ¡Mantener el Faro prendido!”

Empresario, estar desenfocado afecta toda tu organización. Empleados, clientes y proveedores, porque eres tú quien lleva la “Gran Visión” y si se acaba la luz ¿quién la guía?, habrá muchos a la deriva y vidas perdidas, porque cada empleado representa mínimo tres miembros de una familia que se quedan sin sustento. Vale la pena prestar atención en qué actividades, personas, proyectos, distracciones, no conectan con tu visión y comienza a depurar inmediatamente.

Después de revisar lo que te puede desenfocar, ahora revisemos cuál es tu foco. La primera pregunta que deseo hacerte es ¿Tienes una visión empresarial?, no es descabellado preguntarte porque muchos empresarios que conozco funcionan en el día a día, conformes con los resultados que arrojan sus cuentas mentales cortoplacistas o sus informes, por demás, muchos de ellos desinformes, por falta de control, tanto en el negocio como en la contabilidad. Es decir, ni siquiera tienen una visión, no planean, sus empresas son un velero sin rumbo porque no les parece importante, y se cumple también el dicho que dice “Quien no sabe para donde va, ¡ya llegó!”.

Muchas de las declaraciones de visión que he leído se centran en: Definir un tiempo demasiado largo, por lo general a siete

o diez años. Personalmente recomiendo trabajarla cada tres años, se cumple esa meta y avanzan otros tres años, esto por el cambio vertiginoso en la era digital y la situación mundial que estamos viviendo. Luego mencionan que su visión es darle resultados a los socios o accionistas; otra vez centradas en el dinero, y por último mencionan, que se ven posicionadas como la empresa número uno de su región en lo que saben hacer. Sin decir que no es posible, es tan pretencioso que pierde todo sentido. Visiones completamente vacías, sin foco, sin alma, sin coherencia.

Ahora bien, ¿Qué es la visión empresarial? Se le llama también visión institucional, y es la que proyecta el futuro de una empresa. Pero me quedo con esta frase de Myles Munroe, “El más grande don dado jamás a la raza humana no es el de la vista, sino el don de la visión”. Se trata de una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa a

“El más grande don dado jamás a la raza humana no es el de la vista, sino el don de la visión”

Myles Munroe

largo plazo y en qué quiere convertirse en el futuro. Ésta marca el rumbo del plan de acción estratégico, de esta definición va a depender el rendimiento del negocio y que papel ocupará en el mercado. La diligencia y el trabajo duro y constante, requieren de una motivación interna. Esa motivación es la visión. ¿Cómo se establece?, Recordemos el gráfico Ikigai, allí estará definida tu misión que está compuesta de (Lo que ama hacer tu empresa y como va a ayudar al mundo con eso que ama hacer) y esta definición siendo parte integral del propósito empresarial dará forma a cómo se ven en el futuro. Te aseguro que cambiará la perspectiva que antes manejabas y descubrirás en tu nuevo decreto de visión toda una epifanía que será el poder inspirador de tu propósito.

Para terminar este capítulo, deseo recordar la historia de la visión que Dios le dio a José a través sueños la cual encuentras completa en Génesis capítulos del 37 al 48. Un día José soñó que el sol, la luna y once estrellas se inclinaban ante él y lo

adoraban. Otra noche soñó José que estando en el campo junto a sus hermanos, formando gavillas con el heno, su gavilla se levantaba y se mantenía de pie, erguida, y las gavillas de sus hermanos la rodeaban y se inclinaban ante la suya. Ahora bien, también la historia cuenta los procesos que vivió por causa de esta visión, donde levantó envidia entre sus hermanos, fue echado en una cisterna, luego vendido como esclavo, después fue comprado como esclavo en casa de Potifar y la esposa lo trató de seducir, por esta causa fue enviado a la cárcel, hasta que allí encontró la persona que lo llevaría al éxito presentándolo con el Faraón como un revelador de sueños, así le conoce Faraón y finalmente lo nombra segundo al mando en Egipto. Cabe resaltar que los lugares donde estuvo José trabajando como en casa de Potifar y en el Palacio de Faraón, Dios estaba con José, fue un hombre próspero; y que todo lo que él hacía, Dios lo hacía prosperar en su mano. Su propósito, José un día gobernaría sobre su familia y salvaría al Pueblo de Dios de la hambruna como parte de su plan perfecto. Con esta historia deseo afianzarte en fundamentos que no debes perder de vista para tener una visión confirmada por Dios.

Fundamento 1: Dios te revela la visión si le preguntas. Realmente Dios puede revelarte la visión para tu empresa, no vayas a temer por el tamaño de la misma, si El Señor la muestra Él la respalda.

Fundamento 2: Dios te mostrará el final más no el proceso. Siempre se paga un precio, pero persiste, insiste y resiste, la promesa que Dios nos entrega, en él son sí y amén. Que nadie te mueva de esta verdad.

Fundamento 3: No cuentes tu visión completa como Dios la revela. Se levantarán personas que quieran apagar tu visión, no cuentes lo que Dios te revela, puedes producir sentimientos negativos en las personas por envidias o celos. En otros casos personas que nunca hacen nada te pueden mal aconsejar o te desanimarán, para que te apartes de tu promesa.

Empresarios en libertad

Fundamento 4: Camina por fe, no por vista, Dios puede colocarte conexiones divinas donde menos lo imaginas, solo debes estar conectado con Él y atento a sus señales.

Fundamento 5: Dios te hará prosperar. Si mantienes tu integridad, excelencia y servicio, Dios te hará prosperar en todo lo que emprendas.

Entendido el poder la visión y aclarada tu vista para no perder el foco, te animo a repasar tu visión o a construirla, sino la tienes.



CAPÍTULO 4



-TU CARTA DE NAVEGACIÓN-



TU CARTA DE NAVEGACIÓN

Una carta aeronáutica es la representación de una porción de la tierra. Su relieve y construcciones, están diseñados especialmente para satisfacer los requisitos de la navegación aérea. Se trata de un mapa en el que se reflejan las rutas que deben seguir las aeronaves, y se facilitan las ayudas, los procedimientos y otros datos imprescindibles para el piloto. La seguridad de la navegación aérea exige la elaboración y publicación de cartas aeronáuticas actualizadas y precisas, que respondan a las necesidades actuales de la aviación.

Imagina tu empresa como el avión que vas a pilotear. ¿Podrás hacerlo sin tu carta de navegación, sin un mapa, una ruta y datos necesarios para llegar a un destino trazado?, ¿Para seguridad tuya y la de tu tripulación consideras que debes manejar una carta aeronáutica actualizada y precisa? Pues bien, es necesario contar con la carta que traza la ruta, esa carta es la que llamamos, planeación estratégica.

Todavía hay empresarios que no hacen planeación y así desean llegar a algún destino seguro. Como te indiqué. Este libro te guiará en una ruta para llevarte a la acción. Definido propósito y visión debes realizar la planeación estratégica actualizada y precisa, de acuerdo a la visión trazada. La planeación estratégica es el proceso mediante el cual se compromete a toda la empresa en la búsqueda conjunta de unos objetivos, metas y planes de acción. ¿Sabes cómo se come un elefante?, pues por pedacitos. Si trazas tu visión a largo plazo, debes estructurar los pasos por año para alcanzarla, es decir por pedacitos.

¿Cómo debes realizarla?, aquí te indicaré en términos generales, para que comiences a estructurar.

Primero, identifica el campo de acción de tu organización. Este se realiza en dos etapas.

Etapas. Etapa uno. Identifica cuál es el sector al que pertenece tu empresa, cuál es su nivel tecnológico, qué servicios se ofrecen en el sector y qué facilidades existen para entrar en el sector.

Etapas. Etapa dos. Identifica qué es lo que están haciendo empresas similares. Cuál es su grado de dominio del producto o servicio, dominio en el mercado, etc. Grado de diversificación, es decir, cuántos subproductos o servicios tienen. Nivel de 'competencia', cataloga esta competencia en una escala de 1 a 5. Qué posibilidades de abandono del mercado tienen y qué ventajas especiales, frente a tus productos o servicios.

Segundo. Analiza los stakeholders. Las empresas y organizaciones no deben responder únicamente ante sus accionistas, asociados o fundadores, sino también ante múltiples grupos de interés (stakeholders), como los empleados, los proveedores y la sociedad en general. Aquí aparece el concepto de responsabilidad social, inseparable de la manera de entender los negocios.

Tercero. Alinea tu identidad empresarial con tu planeación estratégica. Es importante que tu planeación estratégica este muy alineada con tu identidad empresarial, tu propósito, eso ayudará a que los valores de tu marca estén presentes y sean transversales durante toda la planeación estratégica mostrando siempre el diferencial de tu marca.

Cuarto. Analiza tu DOFA o análisis de alcance. Evalúa entonces tu empresa, proyecto, institución con el objetivo de crear estrategias de crecimiento y así mismo detectar debilidades y amenazas.

Las fortalezas y debilidades son factores que están bajo el control de la organización. Aspectos como el servicio al cliente, las características del producto y la planeación son un ejemplo de ello.

Empresarios en libertad

Las oportunidades y amenazas se generan de variables que no depende de la organización, por ejemplo, factores competitivos y económicos. Sin embargo, los encargados de la organización deben tener la capacidad de enfrentar estas condiciones sin que haya problemas internos.

El proceso de análisis y revisión de la información requiere de atención para que las estrategias generadas sean exitosas para la empresa.

Quinto. Aplica tu modelo S.M.A.R.T. El modelo SMART es una metodología a la empresa, que convierte la estrategia de la empresa, en acciones definidas y concretas para alcanzar las metas. Esas acciones deben ser, específicas, medibles, alcanzables, relevantes y definiendo un tiempo.



Sexto. Define y ejecuta tu plan de acción. Me permito enseñarte en términos generales como tomar acción desde el resumen del libro, que recomiendo altamente, “Las 4 disciplinas de la ejecución” de Franklin Covey.

Disciplina 1: Enfocarse en lo Crucialmente Importante:

- Define una o dos metas de impacto, que sean las más importantes porque ayudarán a tu organización a crecer.

Recuerda que no es la cantidad de metas sino las que realmente se puedan alcanzar con resultados efectivos.

- Esto te va a suceder. Tus metas más importantes pelearán por tu tiempo, contra el torbellino del trabajo diario (el cual usualmente es más fuerte). No te desenfoces de esas metas siempre tenerlas como prioridad.
- Todas las metas deben ser lineales, fáciles de entender, directas, sencillas.
- Es diferente decir, hay que comprar 10% de materia prima a que debemos adquirir el 10% de materia prima antes de las 9:00 am del día de mañana. Es tener claro que tienes que lograr, cuánto vale y cuándo es la fecha límite.

Disciplina 2: Actuar sobre las medidas de predicción:

Existen las medidas históricas y las medidas de predicción. Las Históricas nos sirven para analizar y ver el comportamiento de nuestros procesos o su desempeño. Las Históricas son resultados reales pasados y no podemos actuar sobre ellas. Por lo tanto son ellas quienes actúan sobre ti. En cambio, las de Predicción miden las conductas que nos ayudarán a lograr las históricas del futuro y tu actúas sobre ellas. Al poder actuar sobre las de Predicción podemos predecir el rumbo de estas al cumplirlas y luchar por ellas

Ejemplo: Nuestro Peso => Histórica

Ejemplo: Minutos de ejercicio semanales => Predicción

Disciplina 3: Crear un tablero de resultados convincentes:

- Con el equipo deben construir un tablero de puntuaciones sencillo para que se apropien de los jugadores, no el entrenador.
- Procura que sea muy visual y mantenerlo siempre a la vista.
- Construirlo con métricas históricas y predictivas correctas.
-

Empresarios en libertad

- Los jugadores deben saber permanentemente si están ganando o perdiendo el juego.
- La disciplina 3 nace del compromiso de todos.

Disciplina 4: Establecer una cadencia de rendición de cuentas:

- Se deben crear compromisos que se revisan o evalúan en un programa de juntas o comités semanales, para revisión de los compromisos.
- Es Ideal contar con reuniones de junta entre 20 a 30 minutos y cada miembro del equipo tendrá 2 o 3 minutos para rendir cuentas sobre sus compromisos, resultados y lo que requiere para alcanzar sus metas semanales.
- Una vez que comiencen con la cadencia de rendición de cuentas no deberá parar. El remolino del trabajo diario es imponente y en cuanto se rompa la cadena, el trabajo diario ocupará ese lugar en un abrir y cerrar de ojos. !Cuidado!

Cierro con esta frase. “La planificación a largo plazo, no es pensar en decisiones futuras, sino en el futuro de las decisiones presentes”, Peter Drucker



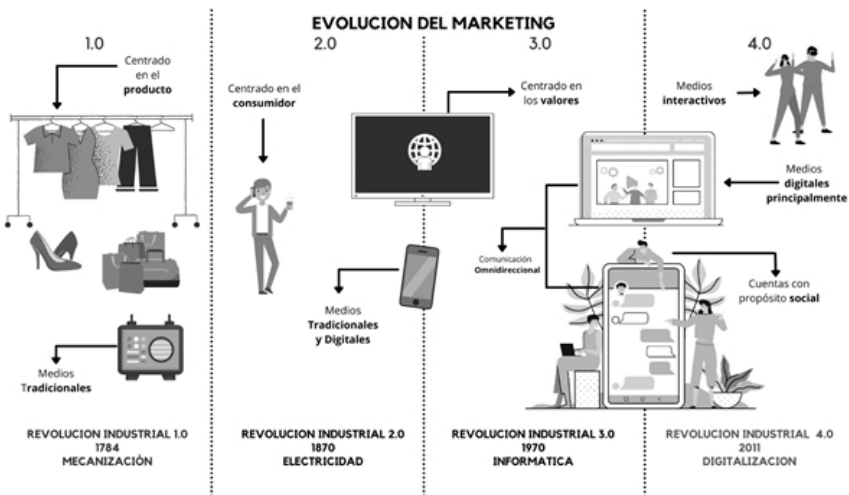
CAPÍTULO 5



—MARKETING CON SENTIDO HUMANO—



Inicio este capítulo con esta frase. “El sentido humano en las marcas y el marketing, es la clave del éxito”. De ese tamaño es la importancia de transformar tu marca y tu mensaje en el universo de oportunidades que tienes. Comenzaré ampliando el tema de la evolución del marketing, porque muchos empresarios están operando con un marketing desactualizado que no aplica para la era digital 4.0, y por este motivo, solo conocen sus productos y servicios, algunos clientes, amigos, el papá y la mamá, que los siguen en redes sociales, (deseo de corazón que ¡despierte!, si se identifica, ríase de sí mismo, eso dará muestra que ya comprende).



En la línea de tiempo observamos que el marketing ha evolucionado con cada revolución industrial. El marketing 1.0, se direccionaba hacia el producto y su canal de distribución eran los medios tradicionales, prensa y radio. Y se dirigía unidireccional.

El marketing 2.0, se dirigía al consumidor, donde se buscaba la satisfacción como estrategia de retención, sin embargo, los consumidores comenzaron a tener más información y a ser más inteligentes con mente y corazón. Se daba valor a la persona. Aquí surge el posicionamiento empresarial y corporativo con los términos como misión, visión y valores, otorgando de esta manera identidad a las marcas. Se dirigía bidireccional, medios tradicionales con medios interactivos, entrada de la telefonía celular.

En el marketing 3.0, se dirigía hacia los valores, crear un mundo mejor. El ser humano integral con mente, corazón y espíritu. Valora el medio ambiente. Las empresas ya no crecían desmedidamente sin tomar en cuenta el entorno. Sino que actuaba formando parte de una red leal de personas, donde quien la integra no son solo consumidores, sino personas completas con espíritu humano que quieren que el mundo sea un lugar mejor. Se dirigía multidireccional, interacción con el mundo.

El Marketing 4.0, Se dirige con propósito social, colabora la marca y la sociedad para tener un mundo mejor, entonces entra la “Humanización de la marca”, el tema de nuestro capítulo 4. También el marketing 4.0, da valor a las necesidades emocionales del cliente, que hoy día se le conoce como tu Avatar, es como un personaje ficticio, pero que le dará una identidad a tu cliente. En otras palabras, el Avatar es un personaje (arquetipo) que representa tus grupos de clientes pero que se consolida como si fuese una sola persona. En mi caso que me dirijo en redes sociales, a un público grande o en este caso del libro me dirijo a millones de personas, mi Avatar se llama “Celeste”, es un nombre personalizado que le he dado a mi tribu, a la gente que me gusta y que amo, a mis seguidores amorosos y fieles, pero aunque, al expresarme (como notarás en este libro) me dirijo a ti, única persona, mi amigo o amiga (Celeste), nos damos cercanía. Me siento como si estuviera contigo al frente tomando un café o té y explicándote todo mi conocimiento, porque eres una persona

que desea aprender y que conecta conmigo y deseo colaborar con tus sueños. De hecho, he notado que al escribir el libro se refleja mi acento y cultura Caleña, soy de la preciosa ciudad de Cali-Colombia, y por cultura somos demasiado amigables y nuestro lenguaje denota cercanía como si nos conociéramos hace mucho tiempo, de una vez nos dirigimos de “tú” y no de “usted” a los 30 minutos de conocernos. Para algunos países por cultura, o para ejecutivos o personas con educación universitaria etc, esta manera de expresarnos es irrespeto, por exceso de confianza, para nosotros es natural, así como para el Argentino “Vos sos mi amigo”, para nosotros “Tu eres mi amigo o amiga”, ¡así que te invito a mi Cali Bella desde ya, a la capital de la salsa! Siguiendo con Celeste, el trasfondo, es que imaginé el firmamento lleno de estrellas por conectar, y todos esos millones son mis amigos. ¿Ves? ya estamos moviéndonos en emociones, pero éstas deben ser sinceras, del corazón, por el propósito.

También inicia el big data que es un término que describe el gran volumen de datos, estructurados y no estructurados, que inundan una empresa todos los días. El big data puede ser analizado para obtener insights “Un insight es una comprensión de las necesidades reales expresadas y no expresadas por los clientes”, que conlleven a mejores decisiones y acciones de negocios de manera estratégica, la big data es toda la información que dejaron tus clientes durante las campañas de marketing o tu día a día en redes sociales y presta atención a lo que te voy a decir, “hoy día es el rubro más importante de tu patrimonio empresarial”, porque es la información de tu avatar y es la que te permite analizar nuevas necesidades, tendencias y oportunidad de innovación, es tu investigación de mercado interna y vale ¡ORO!, son tus oportunidades, son tus clientes potenciales, son tu tesoro mejor guardado que no es tangible en términos financieros pero que te retribuye en riqueza para tu negocio, sino piensa en la big data, de algunos influencer, miles de ellos personas sin educación ni cultura, “millonarios”, porque saben que hacer con esa big data y otros que tienen millones de seguidores y no monetizan.

Por último el marketing 4.0 tiene como objetivo principal generar confianza y fidelidad en el cliente, combinando e integrando lo mejor de los medios offline del marketing tradicional y la interacción online que proporciona el marketing digital. El consumidor es el que va a estar al mando.

Es importante qué, como parte de tu aprendizaje gerencial conozcas la evolución en las diferentes áreas del negocio. No pretendo hacerte un experto en marketing, pero sí darte un conocimiento macro. Espero haber llamado tu atención y que ahora te encuentres dispuesto a explorar más, para incorporar el cambio en tu empresa. Ya que, uno de los objetivos de este libro es que te actualices y reconozcas el valor de aplicar cada tema en tu negocio.

Muchos de los empresarios que conozco entienden como marketing elaborar una página web. En ella destacan “Misión, visión, valores, quienes somos, productos y servicios, contáctanos”, entendiendo que esto es lo que necesitan para vender sus productos y servicios. Permítame decirle que usted lo que adquirió fue una dirección, como si hubiese comprado una casa, pero nadie llega a su casa nueva sino les informa. Entonces debe buscar la manera que lleguen esa cantidad de clientes a su casa y es allí donde interactúan las redes sociales.

Hablemos del contenido de la web, “Misión, visión, valores, quienes somos, productos y servicios, contáctanos”, si usted cuenta con una web en estas condiciones, no está haciendo nada. Como pudo leer, en el marketing 3.0, allí nació este concepto de misión, visión y valores, en 1870. Su interés principal es que conozcan quienes son ustedes como empresa, en la página inicio (de tu web), que por lo general reza este inicio ... “Somos un equipo interdisciplinario de... bla, bla, bla)”. Hoy día su web debe generar una conexión de impacto, en caso de que la ubiquen por motores de búsqueda. ¿Considera que su sitio web está a la vanguardia del marketing 4.0, o por lo menos del marketing 3.0?, ¿Su interacción en redes sociales le está dando resultados?, evalúe, refresque, analice y transforme.

“Las emociones son la base y la forma en la que las marcas se humanizan para romper la barrera racional existente entre los consumidores, las marcas y los productos”

La manera de transformar tiene mucho que ver con el “Marketing con sentido humano”. Identificando propósito empresarial y visión, viene necesariamente un cambio en, “Como me van a ver” y allí se busca, llegar al corazón del consumidor a través de contenidos emocionales que la marca despierta en el consumidor, por lo tanto, las emociones son la base y la forma en la que las marcas se humanizan para romper la barrera racional existente entre los consumidores, las marcas y los productos. Encontré en una empresa de venta de maquinaria agrícola, una web completamente fría, había imágenes de tractores en todas las subpáginas. Cuando le pregunté al director del área de ventas, ¿Puede contar cuantos rostros o imágenes de personas se encuentran en su web?, la respuesta fue “Cero”, no había una sola imagen de personas. Nada de emociones podía producir y aunque la fotografía se notaba de buena calidad, jamás será lo mismo si vinculas mensajes, personas y contenido de valor que toque el alma desde el proposito empresarial.

En las pymes, sobre todo en Latinoamérica, no le dan la importancia al marketing como debería ser. Es decir, como parte integral de la empresa, me refiero al departamento de marketing, porque consideran que cualquier diagramador, diseñador o persona con conocimiento básico, que maneje redes sociales caseras, es suficiente, para, por lo menos sentir que los encuentran. No existen indicadores con análisis de resultados de sus campañas de marketing, no saben cuanto venden por cada red social, o simplemente llegan pocos clientes pero les parece normal ese resultado, porque siguen con el vendedor de maletín visitando clientes, y eso está bien, pero ese vendedor puede ser más efectivo si no tiene que salir de su “casa” a buscar al cliente, sino que el “cliente” llega a su casa, porque ya tiene la intención de compra.

Si usted ha considerado en poco el marketing en su negocio, es momento de revisar, porque, es precisamente donde debe reinventarse para la feroz competencia en la internet, es donde debe invertir, ¡Si! Invertir, no le llamo gasto, para mi es el marketing el aliado que atrae los clientes a su casa, para que, el área comercial los reciba y estén listos para ¡Vender!

CAPÍTULO 6



–NEGOCIANDO COMO TIBURÓN–



El nombre de este capítulo 5 me fascina, “Negociando como tiburón”, lo tomé porque soy fans de la serie Shark Tank (Tanque de Tiburones). Se aprende mucho de todos los grandes empresarios, sus posturas en una negociación, lo que realmente analizan y las preguntas que realizan. Básicamente invitan un panel de los 5 empresarios más grandes de cada país y se ofertan empresas o emprendimientos, ellos analizan, contra-ofertan y negocian acciones o combinación de negocios, desarrollando algunas propuestas interesantes o descartando otras por diversas variables que normalmente una persona que no sabe negociar no tomaría en cuenta.

Si algo debe aprender un líder, es a, ¡negociar!, como una capacidad empresarial clave, y no estoy hablando de vender, aunque también es importante, me voy a centrar en la negociación. Primero diferenciamos que es vender y que es negociar. Vender es convencer al cliente de que el producto satisface sus necesidades o carencias que él tiene y yo conozco.

Negociar es generar valor, es persuadir, es seducir, es un proceso de acercamiento, mediante el cual dos partes, con intereses comunes y contrapuestos, intereses habitualmente de precios, plazos y otras condiciones del negocio, ceden en sus intenciones iniciales para alcanzar un acuerdo beneficioso para los dos. Conocer la diferencia es importante ya que la venta convence al cliente de la solución y de allí comienza la negociación. Tener conciencia de, en qué escenario ésta puede llevarle a evitar caer en errores como, seguir vendiendo cuando el cliente ya compró lo que quiere negociar, o comenzar a negociar cuando el cliente aún no ha comprado.

“Saber negociar es un arte, y es una de las principales habilidades que todo CEO debe aprender y practicar”

Saber negociar es un arte, y es una de las principales habilidades que todo CEO / Gerente debe aprender y practicar. La negociación es un hecho que está presente en nuestro día a día, tanto en nuestra vida privada como en la profesional. Desde decidir en familia el destino de las próximas vacaciones, comprar casa, vehículo, etc, hasta buscar acuerdos con empleados, proveedores, alianzas estratégicas que no necesariamente requieren dinero en la negociación sino beneficios, acuerdos societarios, en fin, estamos negociando constantemente.

Un negociador debe potenciar su personalidad, ser creativo y tener curiosidad para poder generar valor. Sin embargo, muchos empresarios no saben negociar de manera eficaz y minimizan su importancia como herramienta para hacer negocios o resolver conflictos, lo cual los lleva a no alcanzar ningún acuerdo, o incluso habiendo logrado dicho acuerdo no les agrega valor o no les es beneficioso, inclusive están dispuestos a disminuir el precio en la negociación a costa de la rentabilidad.

Es difícil negociar sino conoce o cree profundamente en usted y en lo que está negociando y eso su contraparte lo nota, la autoconfianza se percibe en los ojos, el tono de su voz, en su seguridad, en la pasión con la que habla y el deseo de cumplir con los beneficios que está ofreciendo. Deseo que conozca cómo mejorar y evite caer en las situaciones que generalmente llevan a los gerentes a perder poder, autoridad, oportunidades, rentabilidad y hasta dinero en una negociación. Revisemos las causas más comunes:

Poca importancia a la preparación previa. Esta es la causa más común, ya que, muchos negociadores no se preparan por que se confían en argumentos como, sus años de experiencia, negocios que solo deben renovar ya que fueron cerrados anteriormente, clientes ya conocidos, clientes no muy grandes, desconocimiento del futuro de los negocios en la era digital, falta de visión, falta de tiempo para reunirse con un

asesor de negocios, entre otras varias razones. ¡Grave error!, permítame decirle que es una falta de respeto a su propia empresa y a la contra parte. La habilidad en la negociación está en el conocimiento y la preparación previa y no en el solo hecho de ser gerente, ya que esto no le garantiza el estar apto para negociar eficientemente. Recuerde que no existen dos oportunidades de negocio o dos situaciones conflictivas idénticas; pueden parecer similares, pero siempre habrá circunstancias que varían, lo cual demanda la preparación del caso. Rodrigo Malandre, vicepresidente para Latinoamérica en The Gap Partnership, dice que “las personas toman decisiones coherentes consigo mismas”, de ahí la importancia de conocerse para actuar. En un proceso de negociación son importantes la lógica y la razón, “pues mientras más me preparo para negociar, mejores serán los resultados”. Según estudios el 70% de una negociación depende de una buena preparación.

Hablemos de una de las adquisiciones empresariales millonarias que, de haber ocurrido, podrían haber cambiado el futuro de la industria tecnológica. Esta oportunidad perdida ocurrió en 1999. Por ese entonces, el portal Excite era el segundo motor de búsqueda más popular del mercado. Y Google era apenas un recién llegado. El co-fundador de Google, Larry Page, ofreció vender su compañía a Excite por menos de un millón de dólares. Pero Excite dijo que no. Excite más tarde fue comprada por Ask Jeeves, en 2004. En tanto, Google continuó su camino de expansión: ¿qué pensará el entonces director ejecutivo de Excite, George Bell, cuando ve la valuación de Alphabet, la compañía madre de Google, en US\$543 mil millones? ¿Será que se preparó ante un negocio que parecía pequeño pero que tenía una visión de futuro exitosa?

Desconocimiento de sus fortalezas y debilidades. Ya le dije que no hablo de debilidades personales, pero en el caso de la empresa es una realidad que muchas veces se cuenta con debilidades frente a una negociación. No enfrente a su

contrario sin analizar sus puntos fuertes a nivel de detalle cómo: reputación, trayectoria, experiencia, posicionamiento, etc, sin esto se sentirá inseguro, conocer las habilidades, los valores y creencias propios, le permitirá sacar más provecho a la hora de negociar estratégicamente. Así mismo debe analizar sus debilidades como, altos costos, falta de experiencia, desconocimiento de la contraparte, entre otros. Si su contraparte es un tiburón ya sabrá sus debilidades y esto le llevará a tener una posición de vulnerabilidad en el proceso de negociación.

Objetivos poco claros. El saber para qué se está negociando con un objetivo definido que construya relaciones a largo plazo es importante, creer que el objetivo es solamente lograr un acuerdo como: “ganar dinero”, “captar al cliente”, “cumplir unas metas”, etc. sin establecer en qué términos, comprometiéndose con imposibles no estimados, ni medir el grado de satisfacción de las partes, le puede llevar a pérdidas importantes o a negociar con la contraparte una única vez. Un negociador de éxito debe procurar que ambas partes queden satisfechas con el acuerdo.

No definir sus intereses ni posiciones. Las posiciones son los términos y condiciones que se plantean en la mesa de negociación. El interés es lo que está detrás de la posición formulada. Es importante que aprendas a diferenciar ambas para alcanzar acuerdos que satisfagan los objetivos trazados, es por este motivo que es tan importante realizar varias reuniones, si es posible con asesores o la junta directiva que le acompañen a realizar hipótesis de las posiciones que pueda tomar la contraparte y frente a sus intereses, qué postura tomarán en cada hipótesis.

Estar preparado para que en una negociación puedas hacer concesiones, cuando le planteen sus propuestas y lograr contraproponer las tuyas. Siempre es necesario contar con planes de contingencia, tales como el BATNA o el MAPAN, la construcción de escenarios, los llamados plan B, alternativas, etc.

Como un negociador tiburón debes contar con competencias idóneas para defender tus intereses; es por ello que tanto las habilidades duras y blandas, son necesarias en todo proceso de negociación. Competencias como asertividad, empatía, escucha activa, comunicación efectiva, persuasión, entre otras, son imperativas, así como trabajo en equipo si es que se negocia de manera grupal.

Desconocer quién es la contraparte. Prepararse para negociar implica conocer al negociador que estará al otro lado. Buscar la mayor información posible acerca de quién es y la organización a la que pertenece, así como información de las personas que la representarán en la negociación, esto le dará un grado de poder, le permitirá moverse políticamente y con sagacidad. Ningún negociador es igual al otro. Desconocer cuánto vende, quiénes son sus clientes, quiénes son sus proveedores, sus representantes, o en el caso de un empleado sus capacidades, competencias entre otros aspectos, y otras múltiples negociaciones que debe realizar y que estoy segura le tienen pensando, le puede costar desequilibrio en la balanza justa para usted y su empresa.

“Haz lo posible por conocer a quien te has de enfrentar. No te sientes nunca a tratar con un extraño”.

Somers White

En una conferencia en la Universidad de Los Andes en Colombia, José Ramón Padilla, profesor asociado del IESA en Panamá, dijo, hay varias claves para generar confianza: “yo creo mucho en la virtud de compartir información (...) hay que trabajar la comunicación intensamente” para compartir ideas en beneficio mutuo. “El mejor escenario es que yo gane, pero que el otro también y eso hay que acompañarlo con hechos”. En su intervención indicó que es importante mantener el equilibrio, especialmente a la hora de planificar, interactuar y diseñar el acuerdo de negociación, sobre todo si se espera que sea sostenible en el tiempo: “no hay acuerdos perfectos porque hay información asimétrica” y por eso hay que

equilibrar beneficios y riesgos, incentivos y penalizaciones, rigidez y flexibilidad, claridad y ambigüedad. De esto también se trata conocer a la contraparte, compartir información y comunicarse para obtener un beneficio mutuo, con la debida prudencia hasta dónde puedo dar a conocer y cómo puedo colaborar para concretar alianzas sólidas a largo plazo.

Falta de una planeación estratégica en la negociación. No se puede plantear una negociación si desconoce las tácticas para implementar estrategias que le permitan lograr su objetivo, es por esto que muchos caen en la negociación basada en el conocido regateo y es aquí donde “el oro pela el cobre”, así se hacen visibles sus intereses dejando a la contraparte en una posición ganadora.

Hoy día con metodologías ágiles es más fácil desarrollar estrategias de propuestas de valor. Las negociaciones no son ajenas a las mismas, te estoy hablando del “Canvas de la negociación” que permite planear efectivamente una estrategia para negociar, al ser empleada rigurosamente, permite al negociador generar el hábito de una disciplina para establecer los puntos claves de una manera sistémica y sistemática.

Desconocer su competencia y el mercado en el que se desenvuelven. Cómo he conocido gerentes que subestiman a la competencia e increíblemente, desconocen el mercado por tener demasiada confianza en sí mismos. Desconocer tendencias, precios, usos, la coyuntura económica, la parte legal, la revolución industrial en la que se están moviendo y sus implicaciones en la economía entre otros en el sector que se desenvuelven desencadena en estancamiento empresarial. Además de no realizar un adecuado benchmarking de sus competidores, lleva a tomar decisiones fuera de foco.

Recordemos un caso tan sonado como Blockbuster y Netflix, los aliados imposibles, desconocimiento por parte de los negociadores en Blockbuster, de la competencia, del mercado y de las tendencias de la revolución industrial en la que se movían.

Con el crecimiento de series y películas en la internet, hoy las videocasetes han quedado en el olvido, lo mismo que los DVDs. Aparatos electrónicos que nuestros hijos desconocen, pero para los que hemos tenido el privilegio de ver la transición desde el televisor en blanco y negro hasta los Smart TV, y desde el Betamax (VHS) hasta Netflix es una locura la aceleración tecnológica.

Las estaciones y redes de transmisión televisiva de gran parte del mundo se actualizaron del blanco y negro a la transmisión en color entre los años 1960 y 1980. Cuanto nos gozamos el primer televisor a color. Recuerdo que vivíamos en un barrio de clase media, el Barrio Olímpico en la ciudad de Cali, tenía alrededor de 8 años y mi padre en esa época luchaba mucho con mami para darle estudio a sus tres hijas, era un experto vendedor de libros y estaba terminando su carrera profesional como administrador de empresas, un hombre muy disciplinado y brillante que, al no contar con recursos para pagar sus estudios, logró la beca estudiantil durante casi todos los semestres en la universidad. Mami le daba todo su apoyo cuidando el hogar e impulsando su sueño de ser un profesional, ambos unos héroes resilientes. Cierta día por ayudar un compañero de la universidad, le compró una rifa de nada menos y nada más que de un equipo de sonido profesional como para discotecas, ¿imagínense quién se ganó la rifa? Y como no le interesaba el equipo de sonido tan grande hizo un cambio por nuestro primer televisor a color, un equipo de sonido, una plancha, un ventilador, ¡ay! qué alegría tan grande, era el primer televisor a color que llegaba a la cuadra, estábamos tan emocionados, era un Toshiba de madera clara con doce canales de los cuales solo funcionaban 3 en mi época, 2 canales privados y uno nacional, con antena de aire, que de vez en cuando fallaba y él tenía entonces que subir al tejado para cuadrarla nuevamente dando gritos desde lejos y nosotras abajo ¿ya funciona? Ese fin de semana que nos llegó el televisor era la final de concurso de belleza Colombiana, así que invitamos a toda la cuadra a ver el reinado a color, podíamos ver los vestidos de fantasía y de gala en su color

original, hay Dios mío imagínense como más de 30 personas muchos sentados en el piso, comiendo crispetas, todos con la boca abierta viendo esa maravilla.

Luego nació el VHS hace 30 años en septiembre de 1976, fue desarrollado por JVC y en los años 90, luchó con el Betamax de Sony y video 2000 de Philips a los que ganó y se implantó en todos los hogares del mundo. Más adelante surge el DVD en 1995, desarrollado por el consorcio DVD CONSORTIUM conformado por las empresas, DVD Forum, Sony, Philips y Panasonic lanzando el primer DVD en 1996. El disco óptico para almacenamiento de datos. Entre aquellos días prósperos del videoclub y el presente, hubo algunos años de incertidumbre sobre la dirección que tomaría la distribución de filmes para uso hogareño.

En ese entonces en el año 2000, fue que Hastings dueño de Netflix le ofreció a Blockbuster agregar un componente online a su operación de alquiler de cintas y DVDs, y convertirse en su brazo en línea, a cambio de que la compañía de videoclubes dedicara un espacio en sus tiendas a Netflix (que por ese entonces también ofrecía DVDs de alquiler por correo). Fue entonces cuando el gigante Blockbuster declinó éste y otra serie de potenciales acuerdos con Netflix, que se convirtió en su principal amenaza. Esta decisión resultó fatal, en los siguientes años, libraría una batalla con Netflix y gradualmente fue perdiendo mercado hasta que se declaró en quiebra en 2010 y fue comprada en remate por Dish Network que terminó de cerrar los locales que quedaban: para entonces, era claro que el futuro del cine hogareño era vía internet.

En 2007 Netflix anunció su plataforma de streaming bajo demanda, una unidad de negocio de la empresa que sentaría las bases de su éxito posterior. Este es un claro ejemplo de lo que significa no conocer la contraparte, uno subestimó al otro y terminó en quiebra.

Una de mis recomendaciones para estar actualizado y analizar la competencia y el mercado es asistiendo a eventos de talla mundial ya sea virtual o presencial como, ferias, conferencias, congresos, ruedas de negocios etc, que se programen durante el año del sector al que pertenezcan, o eventos que son necesarios para estar a la vanguardia empresarial con temas, tecnológicos digitales, industriales, de marketing, talento humano, liderazgo etc. En un evento tipo congreso podrán realizar la mejor investigación de mercado, analizar su competencia visitando los stands, tomando datos de proveedores, posibles clientes, aliados estratégicos y hacer relaciones públicas, etc. Verá como sale renovado, reinventado y con un mundo de oportunidades. Es una preparación constante que lo mantiene actualizado para una oportunidad inesperada en una negociación. ¿Cuándo fue la última vez que asistió a un evento de este tipo?

Por falta de diferenciación bajar los precios. Salir a negociar pensando en descuentos sin tener un argumento sobre los beneficios, es una opción que la mayoría de negociadores asumen, ya que están preparados para el regateo y no para asumir con autoridad y seguridad en lo que están negociando, porque saben que tienen esa diferenciación que los hace irresistibles. En las empresas que conocí muy pocas tenían un factor diferencial contundente, ya fuera por servicio o por el mismo producto, lo mismo sucede en todo tipo de negociación a gran escala, vender acciones, comprar o vender activos, realizar alianzas, intercambio de conocimiento, etc. Se requiere que tenga un valor agregado que haga atractivo o interesante para lograr un acuerdo, considero que ésta es otra de las razones fundamentales por las que no se cierran las negociaciones.

En el mundo global en el que vivimos, existen dos aspectos importantes que debe tener en cuenta en una negociación: Percibir la satisfacción del cliente y la presencia de qué competidores pueden ofrecer lo mismo. Ahora bien, pocas veces estamos solos en el mercado, entonces los competidores

pugnan por alcanzar cualquier negociación. Por ese motivo deben tener ese factor diferencial respecto de su competencia, algo innovador, que haga que su propuesta le sea atractiva a su contraparte por encima de sus competidores.

Usando las tres inteligencias en el mar de oportunidades.

Para negociar como tiburón usted debe tomar control de sus 3 inteligencias, veamos como funcionan desde esta perspectiva.

Inteligencia intelectual en la negociación. De nada sirve una súper capacidad de persuasión si la contraparte identifica debilidades en cuanto a lo que se está negociando. Como ya lo mencioné, es necesario un estudio exhaustivo del tema que se va a tratar en una negociación. Recopilar información y hacer un análisis DOFA antes de salir al campo de batalla puede ayudarle a transmitir la legitimidad que le ayudará a conseguir el objetivo.

“De nada sirve una super capacidad de persuasión si la contraparte identifica debilidades en cuanto a lo que se está negociando”

Si es su caso considera que no sabe negociar, la buena noticia es que, no necesariamente se nace con esa habilidad comercial, sino que se puede aprender. Hay cursos, seminarios, diplomados, demasiado buenos que te enseñan técnica, táctica y habilidades de negociación y como dice el buen dicho “la práctica hace al maestro”, comienza desde ya y comprométase con usted y su empresa a prepararse para ser un tiburón en los negocios.

Inteligencia emocional en la negociación. Muchos nacimos programados para subestimar la habilidad de vender, otras muchas personas la perciben como un trabajo bajo perfil. Hoy día hasta le cambian el nombre por “Asesor Comercial”, “Ejecutivo de Cuenta” etc, pero palabras más, palabras menos es venta. Súmele a esto, especialmente en América

latina, la mayoría de la población nace para sobrevivir o para tener que trabajar duro para ganarse el pan por medio de un empleo, evitando a toda costa el cargo de vendedor o comercial, desconociendo que es la habilidad que más se debe aprender para convertirse en un empresario. Esta percepción se da por el entorno familiar, educativo, religioso, cultural y social en el que nacimos donde les dan poco valor a las habilidades comerciales. Entonces encontramos gerentes que observan desde la barrera, cómo otros hacen dinero por su conocimiento y práctica en la persuasión y cierre de negocios mientras ellos siguen cerrados en decir “Es que yo no sé vender” “no nací para ser negociante”. Adicionalmente luchan con pensamientos y palabras negativas a cerca del dinero. Y hablando del mismo ¿qué es el dinero? simplemente es una herramienta, que permite opciones, con el cual puedes vivir muy bien si lo sabes conseguir, multiplicar, y administrar, así de sencillo sin tanto cuento.

Para ser un tiburón negociador debes trabajar duro contra tus limitaciones y creencias. En mi caso por muchos años me llené de temores por fracasos, y eso bajó mi autoestima, llevándome a perder identidad como hija de Dios que soy, autoridad y control. Después de varios fracasos, tuve un tiempo donde, para cerrar contratos de consultoría, asesoría etc, transaba un precio alto, pero iba siempre con la mentalidad de hacer un descuento también alto si era necesario, entonces mi contraparte percibía mi necesidad y temor y ganaba. Otras veces pensaba, “por apariencia”, que la contraparte no tendría con que pagarme el precio que ofrecía. Al final terminaba trabajando como esclava y frustrada, sintiéndome boba. ¿Se ha sentido así? Luego pensaba que el contratante era un abusador, pero no, era un ¡tiburón! Es por esto que ha sido un trabajo incansable convertirme en un Tiburón con dientes bien afilados, que nada con cautela en el océano, para atrapar las oportunidades, y lograr acuerdos justos para ambas partes.

¿Cuáles son esos errores mentales que bloquean la mente, especialmente en negociaciones difíciles y competitivas?, voy a describir los que considero más importantes:

• En su libro *Negociación Racional*, de Max Bazerman y Margaret Neale señalan la “escalada irracional” como un error cometido por personas en el mundo de los negocios, normalmente muy sensatas, cuando entran en negociaciones difíciles, y es dejarse tentar ofreciendo más de lo que pueden dar durante una puja. Muchos han entrado en bancarrota porque no midieron las consecuencias de esa sobre oferta de último minuto.

• Sus egos no soportan perder, no pueden llegar con las manos vacías, así que pagan más de lo que cualquier razonamiento inteligente indica.

• Exceso de confianza. Demasiada confianza puede ser un inconveniente, un exceso de confianza nos lleva a subestimar a los rivales. Les puede dejar ciegos a peligros y oportunidades.

• Emociones no controladas. Cuando el enfado controla una negociación, ocurren cosas indeseables. Se pierde la lógica y el objetivo ahí cambia, para hacerle daño a la contra parte.

Es muy importante el autocontrol emocional acompañado del manejo del lenguaje, el manejo corporal, y la habilidad de dar giros durante la negociación sin que la contraparte lo note, así como la habilidad para persuadir, etc. En mis inicios como asesora y consultora, con tan solo 24 años ya dominaba un lenguaje en los negocios, tenía tanta seguridad y sagacidad no es que ahora no la tenga, solo permítame contarle esta historia para comprender aún más la inteligencia emocional, continúo... manejaba un código de vestimenta que me daba un estilo y una imagen personal, carta de colores según el lugar y la reunión, cabello y uñas impecables, última moda en bolso, zapatos, perfume y accesorios finos, lo más exclusivo, mi vehículo no era el más costoso pero estaba en un buen estándar, lavado y brillado para llegar a las reuniones, todo de muy buen gusto. Caminaba con paso firme, tacones muy

“Es muy importante el autocontrol emocional acompañado de, el manejo del lenguaje, el manejo corporal, y la habilidad de dar giros durante la negociación sin que la contraparte lo note”

altos, que sonaban por el pasillo o el salón de reuniones ¡Un tiburón hambriento me quedaba pequeño!, muy arrolladora en mi personalidad ya fuera como anfitriona en mi oficina o en las oficinas de mi prospecto. Demasiado amable sin ser fastidiosa, con un fino sentido del humor para romper el hielo. De una entraba en confianza cuando percibía, ese hielo que romper. Con esa actitud estaba plenamente convencida que, lo que pidiera en la negociación cerraría con éxito sin un solo descuento. Recuerdo reuniones importantes inclusive con la junta directiva en pleno, cinco personas, esperando que explicara las bondades de la propuesta o que tomara una decisión, ya tenía los clientes convencidos, es decir la venta era un hecho, y al entrar a proponer precios, los cuales ya conocen en una propuesta, todos los miembros de junta comenzaban a tratar de justificar un descuento. Ahí llegaba esa habilidad de persuasión con cada uno, como digo todavía “Me salía por la tangente” y convencía sin temor alguno. No hablaba más, ni menos. Si me equivocaba en los planteamientos, no se movía una pestaña de mis ojos, sacaba algún AS bajo la manga, nuevamente explicaba en “otras palabras” para arreglar lo que tal vez estaba dañando. Y lograba mi objetivo. Todavía tengo pupilos (ex-empleados) que trabajan o trabajaron conmigo que me dicen que tienen ese ADN Melba León y nos reímos contando anécdotas de cómo logro sacar adelante negociaciones imposibles.

Sin embargo, toda esa actitud no me daba para tener una inteligencia emocional alta, ¡así es!, mi ego se fue inflando, mi falta de humildad al verme tan joven, con tanto dinero y poder sobre las personas, entonces comencé a comprar compulsivamente, a gastar descontrolada, a crear empresas sin propósito solo por demostrar que era empresaria, tomando las peores decisiones, y mi “yo” por encima de Dios y de todos estalló a mis 30 años, en la peor crisis económica que he tenido, llevándome estrepitosamente a la banca rota, un fracaso tan fuerte que me costó años de recuperación, porque comencé a culparme al darme cuenta de mí comportamiento. Realmente Dios me recogió en pedazos.

Inteligencia Espiritual. Continuo mi historia en el área de equilibrio espiritual porque fue desde donde comencé a levantarme de semejante desastre. Lloré y pagué un precio muy alto por falta de conocimiento, como dice la palabra de Dios, Oseas 4:6, “Mi pueblo no tiene conocimiento, por eso ha sido destruido”. Solo Dios en su infinito amor y misericordia comenzó un proceso que tardó años para aprender a vivir en abundancia, pero reconociéndole a Él como mi autoridad y dador de todo cuanto tengo. Y es que cuando tenemos alguien por encima de nosotros a quien rendirle cuentas es tan diferente la administración de los recursos, que hoy día vivo muy consciente de que todo le pertenece y es a quien debo consultar en todas mis decisiones de vida.

Para ese momento de fracaso mi inteligencia espiritual también estaba en nivel cero, es decir en nivel terrenal, todo lo hacía y lo conseguía “yo” con mi esfuerzo, fue entonces que, al entrar en conciencia de mis errores, comencé con hábitos de oración, lectura de la palabra, libros de crecimiento personal, predicas, capacitaciones y comencé a tener un cambio muy positivo en mis pensamientos y mis acciones. Después de varios años llegué al otro extremo, el fracaso me dejó anulada y a pesar de que para muchos seguía siendo una mujer exitosa, mi vida se estancó, mi imagen personal la descuidé, ahí en esa parte, es cuando les conté que llegaba con mentalidad de “descuento” a negociar, con tal de ganar un contrato, perdí mis habilidades de negociación, mi seguridad, mi identidad, mi gozo y llegué al punto de entrar en religiosidad.

Más tarde de tiempo en tiempo, fui trasladada por Dios en varios procesos y aprendizajes de vida a la mitad, al centro del equilibrio, creciendo en inteligencia, pero con más sabiduría. Proverbios 8:1 ¿No clama la sabiduría, Y da su voz la inteligencia?. No crea que he terminado, o que ya estoy perfecta. Cada vez se avanza un peldaño más porque no terminamos sino hasta el llamamiento supremo de Dios.

En el proceso de lograr ese equilibrio, perdoné la mujer altiva, orgullosa, vanidosa extrema, autoritaria. También comprendí que debía volver a reconciliarme con la mujer

Empresarios en libertad

abundante, audaz, de buen gusto, sagaz, que le gustaba lo fino, alegre, segura, amplia, dadora, que le gustaba viajar, hacer proyectos, vestir bien, capaz de lograr grandes cosas, porque soy una hija de Dios, y pertenezco a su reino de amor, de abundancia y de prosperidad. Entonces de la mano de Dios la traje nuevamente, ya que no todo lo que tenía en ese momento de quiebra era malo, (así lo veía, que todo lo que estaba en mí era malo), sino que Dios me había dado demasiados dones y talentos para ser abundante y feliz y los había enterrado.

Hoy puedo ver como mi mayor creencia limitante estuvo en el trauma de esa quiebra. Gloria a Dios por todo lo que he vivido y seguiré experimentando para caminar en la buena carrera de la fe y poder colaborar con otros en sus procesos, hoy se convirtió en mi pasión, y mi llamado para servir en el Reino de los cielos.

En este punto deseo afianzarle sobre el manejo del dinero, la riqueza y la abundancia que Dios nos promete, porque un negociador debe creer en Dios accionando su fe y creer en sí mismo para alcanzar grandes cosas. Y es que el Señor dejó en la palabra más de 2650 versículos sobre estos temas de dinero y posesiones, muchos más versículos que sobre la misma salvación o la fe. Todo porque sabía que el manejo del dinero sería nuestro día a día y entre otras cosas afectaría directamente la condición de nuestro corazón.

Las riquezas son buenas y los empresarios serán bendecidos. Pero serán probados. Voy a hablarte de un versículo muy controversial, pero a la vez muy poderoso y deseo que se convierta en un fundamento para tomar las riquezas como una gran bendición para tu vida y la de tus empresas. “El hermano que es de humilde condición, gloriése en su exaltación, pero el que es rico, en su humillación; porque él pasará como la flor de la hierba. Porque cuando sale el sol con calor abrasador, la hierba se seca, su flor se cae, y parece su hermosa apariencia; así también se marchitará el rico en todas sus empresas. Santiago 1:9-11”

Este mensaje ha sido usado para hacer creer a las personas que las riquezas son malas y que a los pobres se exaltan y a los ricos se humillan. Hasta hoy te engañaron, porque el mensaje que se transmitió era para momentos de pruebas, porque todos seremos probados tanto el rico, como el pobre, pero si soportamos la prueba seremos bienaventurados y recibiremos corona.

Es demasiado importante que en tu inteligencia espiritual comprendas que Dios tiene planes de abundancia y prosperidad en todo lo que hagas. El mensaje fue dirigido a las 12 tribus que estaban en la dispensación, las tribus que salieron en el año 45 después de cristo, en el inicio de la iglesia primitiva. Fueron exiliados de su territorio porque creían en Cristo. Había personas en pobreza, depresión, escases, separadas de sus familias, de sus negocios, de su país de origen, etc, nada diferente a lo que hoy día sucede. Estos versículos se encuentran en el marco del capítulo 1 del libro de Santiago, que tiene como título PRUEBA Y TENTACIONES, y fue dirigido a dos clases sociales, al rico y al pobre. Cabe aclarar que en esa época no existía la clase social media, que aparece en el siglo XV con la burguesía. La mayoría del pueblo de Israel fue gente pobre. Por eso Jesús se hizo pobre para que fuéramos ricos, pero esa es una “condición” no un estado permanente. Si tu entiendes que esto está escrito para pasar “pruebas”, es decir que esta siendo probado tanto el pobre, como el rico entonces aceptarás la riqueza como parte de ese estado en el que Dios desea tenerte y pensarás en grande, como piensan los grandes negociadores.

La condición en la prueba, es que el pobre se exalte y el rico que se humille. ¿Porque se escribe en el versículo “El hermano que es de humilde condición, gloríese en su exaltación”? Porque debes ser fuerte, alegre, persistente, y no estar deprimido renegando de Dios, Es un estado donde aumentarás tu fe y alcanzarás un nuevo nivel, la prueba produce paciencia, en ese tiempo te fortaleces internamente en tu espíritu, y tu inteligencia emocional a pesar de las

Empresarios en libertad

circunstancias, y avanzas según Dios te vaya guiando. Y el rico está en la prueba de riqueza, “gloríese en su humillación”, es decir humíllate ante Dios, porque Él es el dueño de lo que te entregó, hónrale, reconoce su grandeza sobre ti, el mirará tu corazón, tu comportamiento, tu obediencia durante tu estado de riqueza, y te recuerda que no te vanaglories porque todo lo que tienes puedes perderlo en un segundo.

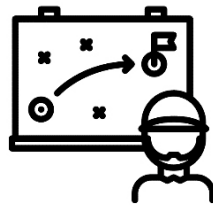
Entonces ahora comienza a creer en la riqueza, la abundancia y prosperidad que Dios promete y controla la condición de tu corazón. Cree y ve por negocios en grande, recuerda que estas en capacidad de alcanzar tus sueños y Dios hará su parte.

“Porque mis ideas no son como las de ustedes, y mi manera de actuar no es como la suya. Así como el cielo está por encima de la tierra, así también mis ideas y mi manera de actuar están por encima de las de ustedes” El Señor lo afirma. Isaías 55:8-9. DHH

Termino este capítulo con esta reflexión. “Un tiburón en una pecera crecerá 8 pulgadas, pero en el océano crecerá más de 8 pies, deja de mantener tu empresa y tus relaciones en pequeño. Rodéate de gente ganadora, gente que le gusta aprender, que sabe más que tú, que se exige en alcanzar cada vez cosas más grandes, gente positiva que honra a Dios con su lenguaje y su vida y lánzate en el Shark Tank en la primera oportunidad. Cambia tu mente, entorno y vive tu crecimiento”



CAPÍTULO 7



-DE GERENTE A COACH-



Durante los años 80' y 90' fui una fanática del fútbol, era hincha del América de Cali, tiempos donde el equipo fue grande y glorioso. Aunque ahora sigue siendo un equipo importante en mi país, hoy día solo veo los partidos de mi Selección Colombia y creo que, si hubiese nacido en ésta época donde las mujeres juegan fútbol ya estaría en una cancha. Mi papi me llevaba a los partidos, soy la segunda de tres hermanas mujeres y yo era su ¡muchacho! que llevaba al estadio los domingos. Lo que más me gustaba era comer. No se imagina cuánto me estoy riendo, recordando a mi padre en pleno partido, en la parte más crucial y emocionante, y yo, “papi llévame al baño”, Cuando regresábamos ya se había perdido el gol. Medio comprendía las jugadas, pero me creía técnico, me enojaba con todos los rivales en los partidos, le decía de todo a los árbitros, les decía a los jugadores por donde correr, y cuidado pasaran la pelota al equipo contrario, Y cuando hacían ¡gol! gritaba como loca, lloraba y me abrazaba con todos los vecinos a mi lado. Pero realmente no te voy a contar sobre mis asombrosas idas al estadio, sino que te voy a contar de alguien realmente muy asombroso, que pasó de ser un jugador de fútbol común a los 19 años, a ser el entrenador más joven y más caro de la historia.

Julian Nagelsmann es el entrenador más caro de la historia. Los 25 millones pagados por el Bayern al RB Leipzig le permiten desbancar a André Villas-Boas de la primera posición: 15 kilos le costaron al Chelsea, el por entonces entrenador del Oporto en 2011. Una grave lesión de rodilla cortó su carrera. En 2006, con solo 19 años, aumentaron los calvarios con las lesiones que provocaron la prematura retirada de Nagelsmann. “De haber seguido jugando, con 40 años, tendría que llevar una rodilla artificial”, asegura.

El caso es que, él considera que podría haber hecho carrera como futbolista profesional. “Creo que lo hubiera podido lograr.

Tenía confianza en llegar. Si lo evaluó desde la perspectiva de entrenador, creo que no habría sido un jugador ‘top’, pero tenía suficiente talento para jugar al fútbol profesional. Tuve tantas lesiones que en un momento dado me di cuenta de que no tenía sentido seguir. Debía decidir si tenía sentido seguir machacando mi cuerpo y tomé la decisión de que no lo tenía”.

El nuevo entrenador del Bayern solo tiene un título, por ahora. Y no es a nivel élite, pero es el más caro de la historia. “Mi gran sueño como entrenador es ganar la Champions”. Nagelsmann, con 28 años, demostró que la palabra ‘miedo’ no forma parte de su diccionario. Cogió a un Hoffenheim prácticamente desahuciado: era penúltimo ¡a siete puntos de la salvación! “Anunciaron mi llegada cuando el equipo luchaba contra el descenso y gracias a Dios los chicos lograron la salvación”.

Deseo que no se pierda esta historia y analice con detalle, observemos en este relato, que Nagelsmann tiene hoy su visión clara. “Mi gran sueño como entrenador es ganar la Champions”. Espero que en esta parte del libro también tengas avanzada esa visión.

La fama de entrenador más prometedor de Europa le viene de lejos. Tan es así que, en tiempos de Guardiola, Sammer y Rummenigge recibieron a Nagelsmann en Sabener Strasse y le ofrecieron entrenar al filial. Dijo, obviamente que no, para seguir su incipiente carrera en el Hoffenheim. Es decir que rechazó una importante oportunidad porque consideraba prepararse mejor en el equipo que venía desarrollándose, un hombre completamente enfocado hacia su visión, en ese momento su interés no era la negociación económica sino su crecimiento personal y profesional. Luego llegaría el Leipzig. “Quería que el siguiente paso fuera lógico. Intento planificar una carrera en el fútbol, aunque sea difícil. Soy un chico joven, tampoco tengo que acceder enseguida a la estantería más alta. Me doy tiempo para desarrollarme. Fue un buen siguiente paso en mi carrera para prepararme y en el futuro,

a lo mejor, ir a un club todavía más grande”. ¿Cuántas veces nos adelantamos en los procesos y se toman decisiones sin estar preparados? Aquí vamos viendo lo que es tener una gran meta, tan grande como ganar la Champions, pero él va paso a paso comiéndose el elefante, por pedazos.

Ahora vamos a aprender las habilidades como Entrenador (Coach). Continúo con esta entrevista que fue tomada de Negalsmann. Es un entrenador ‘camaleónico’ e intervencionista que se adapta al rival “Mi mayor virtud es intervenir en los partidos: cambiar cosas, percibir detalles... y reaccionar rápidamente para conseguir que el desarrollo del

“Reacciona ante las situaciones más tensas, realiza cambios inmediatos inteligentes a pesar del estrés e identifica rápidamente cuando algo no va bien ”

partido vaya en la dirección que queremos. Percibo cosas, a pesar de la tensión emocional y física, para saber que algo va bien o que no funciona. “No tengo miedo de adaptar cosas a los encuentros. Las variaciones también las entrenamos, naturalmente, y también exijo a los jugadores que no se agarren extremadamente a las órdenes básicas del plan inicial”, asegura Nagelsmann. En esta respuesta hay tanto aprendizaje si lo puedes notar. Reacciona ante las situaciones más tensas, realiza cambios inmediatos inteligentes a pesar del estrés e identifica rápidamente cuando algo no va bien. No tiene miedo en adaptarse porque las variaciones también las entrenan, es decir que analiza oportunidades y otras perspectivas en caso de cambios, lo que empresarialmente llamamos diversos escenarios y el equipo tiene claras las órdenes básicas del plan inicial, pero conoce los escenarios posibles para tener opciones en caso de un cambio de escenario. Espero vayas pensando en tu planeación estratégica, y en tus opciones de negociación cuando sales como tiburón a cazar tu presa, si la comparamos con este esquema de pensamiento estratégico.

Tuve la oportunidad de participar de la venta de acciones de una empresa que me llena de orgullo, un startup en tecnología, que hoy día está escalando vertiginosamente, ya en 3 países de Latinoamérica. Recuerdo que realicé muchos escenarios presupuestales y tuvimos el acompañamiento de un asesor experto en este tipo de negociaciones, yo acompañaba con los presupuestos y él con toda su experiencia en negociación de sociedades, todo un tiburón. Los dueños de la empresa eran un Nagelsmann, dos jóvenes con edades entre los 27 y 32 años. Quien ofertaba, para comprar un 30% de sus acciones, por el potencial de negocio, era una empresa que pertenecía, nada menos y nada más que al magnate mexicano Carlos Slim, fundador de un imperio. Obviamente él no estaba personalmente en la negociación, pero igual tenía su tiburón negociador. Para cada reunión de avance del negocio nos reuníamos con el asesor y yo llegaba preparada con los escenarios, discutíamos hasta la forma como se sentaban en la mesa de negociación, si ellos decían tal cosa, los muchachos decían tal otra, así fue como poco a poco se llegó a un excelente cierre y todos quedamos felices. Lo que rescato de este ejemplo es que los jóvenes emprendedores no salieron al océano solos, contrataron un asesor del tamaño del ofertante, acordaron un pago por la asesoría y otro pago en porcentaje sobre la venta y con esto llegaron al mismo nivel de seguridad para lograr su objetivo.

Continuamos con la historia de Negalsmann. Tan intervencionista es, que la pasada temporada llegó a utilizar nueve formaciones distintas: “La plantilla tiene muchas variantes y siempre trato de adaptarme al juego del contrario. El contrario demanda personal diferente también. Yo no estoy tan obsesionado en formaciones iniciales porque no me dan nada. Lo más importante es la ordenación de espacios que demanda el contrario. El rival tiene una manera de hacer su juego y respecto a eso yo dirijo al personal”. En el caso empresarial observa la competencia, observa los clientes, los proveedores y de acuerdo a esto revisa las oportunidades, que en la cancha son los espacios que demanda el equipo contrario

y organiza tus equipos, flexibles para maniobrar con ellos estratégicamente.

Nagelsmann sonaba como posible entrenador de Barcelona y Tottenham este verano, pero, entre medias, le dio ‘calabazas’ también al Real Madrid: “Mantuvimos llamadas telefónicas, pero al final el que decidí fui yo. Tuve una buena charla con José Ángel Sánchez y decidimos que todavía no era el paso correcto. Acordamos que podíamos volver a hablar en un futuro si el Real Madrid necesitaba un entrenador... y yo estaba disponible”. Espero empresario y empresaria pueda comprender de que equipos estoy hablando, lo más top del fútbol mundial, este hombre rechazo al Real Madrid, él fue quien decidió, con carácter, porque “no era el paso correcto”, igual todo un tiburón joven pero seguro. Cuántas veces vienen a pintar oportunidades y grandes negocios o alianzas. Claro está que Negalsmann no decidió solo, él también consultó y tuvo la asesoría de otro entrenador.

Aquí se demuestra humildad para pedir y recibir consejo, y aplica, para explicarte la llamada Ley de Tope, también conocida como la primera ley de Maxwell. Nos dice que el liderazgo y su eficacia, las dos cosas están íntimamente relacionadas: “la capacidad de liderazgo es el tope que determina el nivel de eficacia de una

“La capacidad de liderazgo es el tope que determina el nivel de eficacia de una persona”. Es decir, cuanto mejores somos en dirigir personas y equipos, más crece la eficacia en lo que hacemos. ”

John Maxwell

persona”. Es decir, cuanto mejores somos en dirigir personas y equipos, más crece la eficacia en lo que hacemos. En otras palabras, si tú eres la persona que más sabe de tu empresa, ellos crecen hasta tu nivel, es decir llegan al tope de tu conocimiento, por ese motivo es tan importante que agregues valor y conocimiento en las tres inteligencias, con personas que saben más que tú, que tengan resultados, y que te hagan crecer, porque entre más creces, más crece tu equipo y tu tope sube escalones.

Hablando un poco de sus estrategias, sus equipos no corren... vuelan. Las 'estampidas' del RB Leipzig se han convertido en 'santo y seña' de un Nagelsmann que tratará de exportar ese patrón vertical del juego al Allianz Arena. "De un lado tiene un componente físico, hay que encontrar jugadores con cierta velocidad natural. Además, se trata de que entiendan el juego para acelerar las jugadas, eso surge automáticamente. Es lo esencial. Encontrar la situación y actuar con sentido. Hay reglas físicas que son factores de aceleración. Las estampidas cuando tengamos la posesión o lo recuperemos deben marcar nuestra forma de jugar y en el último año hemos generado así, situaciones peligrosas". Nagelsmann explica algunos componentes para generar jugadas estratégicas de avance, intrépidas, ágiles, de recuperación y con gran velocidad. Todo lo logra con sus jugadores, pero como él dice, "hay que encontrar" jugadores con ciertas características como, velocidad natural, deben entender las jugadas, es decir muy ágiles mental y físicamente, por eso los jugadores actúan solos en la cancha, porque piensan como su Entrenador (Coach) así lo hacen en automático.

Consideremos la capacidad de este técnico para traer personas a su equipo que piensan como él, así mismo debes conseguir gente que tenga ciertas características parecidas a las tuyas, que tomen tu propósito y lo hagan parte del suyo, que sean disciplinados, que les guste aprender, que sean proactivos, hábiles, con capacidad de servicio, asertivos, determinados. Pero muchos gerentes que conozco, contratan así: la mitad del personal es la familia y la otra mitad los amigos, por hacerles un favor o por ayudarlos. También contratan gente que les acepte el salario más económico que pueden ofrecer, y lo peor en cargos directivos, gente sin estructura, ni competencias para los cargos asignados, y para terminar de ajustar el paquete, sin hacer parte del propósito empresarial, nada afín ni a la empresa, ni al propósito. Por último, reconoce que hay situaciones externas "hay reglas físicas" que determinan el momento preciso para acelerar, es decir, no generan velocidad hasta que hayan recuperado el control de la pelota, en el caso empresarial no comienzan a crecer hasta que esté organizada

la casa, los empleados correctos en cargos estratégicos, los sistemas de la empresa organizados, los procesos evaluados, la planeación estructurada y lista para un salto cuántico.

Hoy día es tan importante dar el paso de gerente a coach, ya no estás liderando cualquier equipo, también estás liderando equipos en la era digital. Te doy la noticia del periódico de ayer, que necesitas reforzar. ¡Todo Cambió!, y son cambios arrolladores. Entonces o haces los goles o la vez hacer.

¿Y cuáles son los equipos en la era digital?, son conformados por 4 generaciones que conviven en la misma empresa. Las más antiguas (Y estoy hablando de gente joven como yo que apenas tengo medio siglo, orgullosamente generación X), generaciones que vieron como a la velocidad de un rayo pasamos de un televisor a blanco y negro a gafas con realidad aumentada. Todavía no puedo creer que haya tenido el privilegio de pertenecer a una era donde he podido ver semejante transformación, en tan poco tiempo. Y es que de la revolución industrial 3.0 – informática año 1.970, pasamos a la revolución industrial 4.0 – digitalización, en el año 2011. En tan solo 41 años se dio semejante salto cuántico, y si observas las otras revoluciones industriales que aparecen en el capítulo de “Marketing Humanizado”, los saltos de tiempo fueron, de la 1.0 a la 2.0, 86 años de diferencia, y de la 2.0 a la 3.0, 100 años de diferencia. ¡Dios mío!, creo que pronto me toca sacar la versión 2.0 de mi libro EMPRESARIOS EN LIBERTAD porque esto cada vez se acorta más y no pienso ser la última de la fila y espero que tú tampoco.

“Cuatro generaciones en tu empresa y con todos hay que trabajar y en todos hay un potencial grande para tu empresa, de lo contrario debes realizar cambios trascendentales.”

Hablemos de las generaciones que como coach debes liderar.

Baby boomers: Nacidos de 1946 a 1964 y tienen entre 55 y 73 años. Este grupo pone en valor el trabajo, la constancia, la honestidad y la fidelidad. Consideran que su empresa es la

única de toda su carrera porque en su balanza el peso tiende a la seguridad y estabilidad que esta le proporciona.

Generación X: Este grupo de personas nació entre 1965 y 1980 y tienen entre 39 y 54 años. Ellos se han adaptado a la llegada de internet y les gusta trabajar en equipo. Tienen aspiraciones y desean el desarrollo profesional dentro de la misma empresa, además están dispuestos a exigir a la compañía aquello que crean necesario para cumplir sus expectativas de satisfacción personal.

Millennials: Han nacido entre 1981 y 1997 y tienen entre 22 y 38 años. Esta generación se mueve por un trabajo que les haga feliz. No tienen miedo al cambio y siempre están dispuestos a emprender. Una característica muy destacable de los millennials es que se adaptan con facilidad a un ritmo cambiante en los proyectos sin importarles el fracaso.

Generación Z: Son los menores de 20 años. Muchos de ellos están estudiando o empiezan a poner un pie en el mundo laboral. Gestionan muy bien la tecnología y las redes sociales y se caracterizan por ser autodidactas gracias a la información que les proporciona internet. Muchos de ellos apuestan por emprender y vivir de su propia empresa.

Cuatro generaciones en tu empresa y con todos hay que trabajar y en todos hay un potencial grande para tu empresa, o debes realizar cambios trascendentales. Estos son los motivos por los que debes salir del antiguo liderazgo gerencial, para convertirte en un coach estratégico de equipos. Pregúntate hoy, Si en tu empresa, todos los interesados están contentos y se involucran con ella ¿Los volverías a contratar? Éstas son las preguntas clave que te debes hacer para saber si tienes el equipo adecuado para manejar tu empresa.

Espero que al terminar este capítulo, te recomiendo altamente que comiences a aprender técnicas de coaching y liderazgo, el complemento perfecto, para llevar a tus equipos a ganar la Champions.

CAPÍTULO 8



—¿DÓNDE ESTÁN LOS DA VINCI?—



Leonardo Da Vinci, el hombre de todos los conocimientos. Nacido durante el Renacimiento. Leonardo Da Vinci dominaba el arte, la ciencia, la ingeniería, la medicina y la anatomía. De las cosas que me sorprenden de Da Vinci, es que se atrevía a crear desde cualquiera de sus talentos en múltiples disciplinas, desarrollando todas sus inteligencias y habilidades como escultor, pintor, anatomista, arquitecto, paleontólogo, botánico, filósofo, urbanista, músico, ingeniero y hasta estratega de guerra. Cualquier cantidad de inventos, que leí ya que me preparé para una conferencia sobre “Economía Naranja” para empresarios y emprendedores de la ANDI (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia) en ANDI DEL FUTURO, que es la red de emprendedores donde convergen empresas sostenibles, diversas, dinámicas e innovadoras. Fue por esa conferencia que aprendí un poco sobre este icónico personaje, que me dejó sorprendida por semejante derroche de creatividad.

Durante ese estudio sobre Da Vinci, entendí que tuvo grandes oportunidades de aprender con los mejores, las cuales no desaprovechó. Es decir, no nació aprendido. Si bien es cierto era un genio universal y la persona con el mayor número de talentos que jamás ha existido, también fue su estudio, dedicación, disciplina y curiosidad infinita, que lo llevaron a vivir una vida basada en la innovación y la creatividad.

Tomaré algunos apartes de wikipedia sobre su educación. Por ejemplo: Su abuela paterna, Lucia di ser Piero di Zoso, una ceramista próxima a Leonardo, fue probablemente la persona que lo inició en las artes. Por otro lado, Leonardo entró como aprendiz a uno de los talleres de arte más prestigiosos bajo Andrea del Verrocchio, a quien debe parte de su excelente formación multidisciplinaria. Después de un año dedicado a la limpieza de los pinceles y otras pequeñas actividades propias de un aprendiz, (Aquí observamos un hombre deseoso

de aprender desde abajo, humilde, quien esperó un año en una tarea simple para iniciar su mayor aprendizaje en escultura y arte) Verrocchio inició a Leonardo en las numerosas técnicas que se practicaban en un taller tradicional. Así, en este contexto, Leonardo tuvo la oportunidad de aprender las bases de la química, de la metalurgia, del trabajo del cuero y del yeso, de la mecánica y de la carpintería, así como de diversas técnicas artísticas como el dibujo, la pintura y la escultura sobre mármol y bronce. La formación en el taller de Verrocchio fue más allá y se extiende a otros ámbitos culturales. Estudió cálculo algorítmico. Leonardo a sus veinte años apareció registrado en el Libro rojo del Gremio de San Lucas, el gremio de los artistas y doctores en medicina.

Entonces me pregunto. ¿Y dónde están los Da Vinci?, me niego creer que una sola persona haya tenido tal curiosidad como para explotar sus talentos y desarrollar tantas invenciones. Comprenderá que, teniendo una empresa, constituida, administrada, y operada por “personas” con dones y talentos maravillosos, es posible lograr la innovación en sus productos o servicios y alcanzar ese diferencial constante para salir por encima de la competencia. Es cuestión de tener curiosidad, estar actualizado, leer sobre temas que más le llamen la atención, meditar, participar en eventos del sector y capacitarse siempre. De donde menos imaginamos, puede surgir la idea que tanto estaba esperando.

Ahora quisiera preguntarle ¿cuenta con un cargo o cargos, área o departamento, de innovación y desarrollo? ¿considera su producto o servicio con uno o varios factores diferenciales que lo posicionan por encima de su competencia?, ¿Cuándo fue la última vez que se reinventaron?, ¿piensa que su empresa cuenta con la tecnología que se requiere para crecer y ser más rentable, ágil e innovador en la era digital?

“La incapacidad de muchas empresas de contar con ese factor diferencial las convierte en víctimas del precio”

David Gómez

Empresarios en libertad

Dice David Gómez en su libro Bueno, Bonito y Carito. El factor diferencial no es un cambio de color o de diseño de empaque a menos que dicho cambio otorgue beneficios para el consumidor que ellos valoren frente a otros productos o servicios, tampoco es un factor diferencial contar con un servicio excelente y de calidad porque eso es imprescindible. Un factor diferencial son beneficios que sorprendan al cliente y que los demás no los tengan y se tarden en copiarlos.

Ahora recordemos lo que he explicado hasta ahora en la ruta de EMPRESARIOS EN LIBERTAD. Todo comienza con el “propósito empresarial”, su propósito le llevará a innovar, crear comunidad, seguidores, consumidores que quieren estar con ustedes, porque siempre están pensando en cómo hacer las cosas diferentes, están a la vanguardia, aprovechando las tecnologías, enamorándoles con el mejor marketing humanizado, investigado mejores prácticas, entrenando sus equipos de trabajo, lanzando algo nuevo y pensando de una vez en el paso siguiente.

Innovar representa transformar nuevas ideas en resultados. Para su sorpresa parte de la innovación está dentro de su empresa, con su equipo de trabajo, sus empleados, los cuales deben involucrarse, ¿cómo? creando una “Cultura innovadora”, como parte de la dinámica de desarrollo de ideas para nuevos productos y servicios.

¿Cuenta con un programa de reconocimiento a sus empleados por aportar ideas innovadoras? Definitivamente contar con programas de reconocimiento a los empleados establece una cultura positiva, porque los esfuerzos son recompensados y los trabajadores más felices y productivos. El reconocimiento a empleados está estrechamente vinculado con su satisfacción laboral. ¿Quién no se siente más motivado cuando ve recompensado su esfuerzo? Son muchos los estudios que han medido el potente impacto de una plantilla feliz en las empresas.

Shawn Achor, un investigador muy vinculado a la Universidad de Harvard que estudia el estrecho vínculo entre la felicidad y el éxito, lo explica en este artículo que publicó en la Harvard Business Review, “El dividendo de la felicidad”. “Las ventas de un empleado satisfecho ascienden un 37%, su productividad mejora hasta un 31% y la precisión de sus tareas aumenta un 19%. Todo esto sin contar con los innumerables efectos positivos sobre su salud y su calidad de vida”. Espero que usted esté de acuerdo en que uno de los principales clientes (internos) de las empresas es su equipo humano. Ahora bien, será un reto invertir en la satisfacción de los equipos para retener el talento, para mantenerlos altamente motivados, para que fluya la ilusión y la creatividad en medio de las transformaciones, las incertidumbres y las dificultades que viven hoy tantas organizaciones.

¡No seas una vaca marrón, sé una vaca púrpura! Esta frase la recuerdo en una conferencia del Pastor Virgilio Sierra, donde asistí también como docente invitada, para la escuela de liderazgo del Pastor Louis Rivera, en la iglesia Alpha y Omega de Miami. Durante la conferencia mencionó precisamente el factor diferencial descrito en el libro “La vaca púrpura” del escritor Seth Godin, quien es un célebre empresario norteamericano, con una larga trayectoria como autor de libros sobre marketing, sector en el que es considerado como una autoridad. Otro de mis recomendados cuando de innovación se trata.

Y es que La Vaca Púrpura habla precisamente sobre la diferenciación del producto o servicio que ofrece una empresa, y cómo aplicar en todos los procesos de producción un enfoque diferencial que a la larga acabe posicionando a la organización como líder en innovación. En otras palabras, es convertir un acto corriente en un acto único. La lógica que aplica Seth Godin es que, si no estamos acostumbrados a ver vacas, en un día de viaje por el campo nos pueden llamar la atención las primeras que veamos, pero después de un rato ya no les prestaremos mayor atención, pues al final serán todas

iguales. En cambio, si en ese mismo viaje, entre todas esas vacas del mismo color nos topamos con una de color púrpura, el impacto será mucho más significativo, y la supervivencia en nuestra memoria considerablemente mayor. La vaca púrpura es la diferenciación de impacto frente a los demás.


Para Godin el marketing tradicional donde la publicidad de masas era el modelo más efectivo ha dejado de tener vigencia. Los consumidores están demasiado ocupados para atender al bombardeo de anuncios, pero por otro lado necesitan dar con productos y servicios que resuelvan sus problemas. Y ahí es donde entran las vacas púrpuras.

“Los consumidores están demasiado ocupados para atender al bombardeo de anuncios, pero por otro lado necesitan dar con productos y servicios que resuelvan sus problemas. Y ahí es donde entran las vacas púrpuras”

Seth Godin

Innovar debe convertirse en parte del rodaje de la empresa, debe ser una cultura, debe ser parte del ADN que se imparte en todo el equipo humano. La idea principal del libro de Seth Godin es que para destacar en el mercado actual es necesario algo extraordinario. Ya hay multitud de productos correctos, buenos e incluso muy buenos, pero la vaca púrpura es otra cosa. Innovación y diferenciación para dar con algo que realmente llame la atención. Y una vez conseguido, atacar los sectores de consumidores que se caracterizan por la innovación y ser early adopters, es decir realizar pruebas por segmentos o sectores, para después llegar rápidamente al gran público.

Ahora ¿Cómo puede una empresa crear el ambiente ideal para los empleados innovadores? Aquí es donde nuevamente resalta el propósito ya no solo de la empresa sino del talento humano dentro de la empresa. La clave es dejar que las personas sepan cómo pueden alinear sus pasiones y talentos a la visión y misión de la empresa. Para lograrlo haga que la creatividad e innovación sean el enfoque principal de su empresa, darles libertad para pensar fuera de la oficina, equipe a los innovadores con las herramientas necesarias para



que puedan hacer su trabajo, cree el ambiente propicio para los creativos dentro, así sea necesario realizar adecuaciones o cambios de horarios, apoye las ideas que vivan para siempre, no solo los diseños que puedan estar de moda, siendo un líder de futuro que siempre está a la delantera. Reconozca el talento y contribución de su equipo.

Le puedo asegurar que encontrará los Da Vinci del futuro, aplicando su propia frase “Si una persona es perseverante, aunque sea dura de entendimiento, se hará inteligente; y aunque sea débil se transformará en fuerte”

CAPÍTULO 9



–LOS SOCIOS DE LA CONQUISTA–



¿Te imaginas con tus socios conquistando naciones?, bíblicamente podríamos decir tomarse la tierra prometida. Con Dios de avanzada y ustedes abriendo camino, como todos unos conquistadores. ¿Será que la relación con tus socios está tan sólida como para alcanzar grandes hazañas? Para lograr grandes metas se necesita estar unidos y lograr una sola mente maestra que esté dispuesta a alcanzar la gran visión. Te contaré la historia de 3 socios, que se lanzaron literalmente a conquistar un país, con varias expediciones, sin tecnología, ni era digital. Sí se puede unificar criterios, valores, fortalezas y propósitos, para alcanzar una sola mente maestra para tu empresa. Historia contada por Santiago Contreras en la web Lifered.

Los tres socios de la conquista del Perú fueron los conquistadores Diego de Almagro y Francisco Pizarro, y el clérigo español Hernando de Luque. Cada uno de ellos adquirió un compromiso para sacar adelante esta empresa colonizadora. Por un lado, el sacerdote Hernando de Luque tenía a su cargo la financiación y aprovisionamiento de la expedición.

Por otro lado, Diego de Almagro tenía la función de trazar la planeación, el asesoramiento económico y la gestión administrativa, y Francisco Pizarro se encargó de dirigir y ejecutar las labores expedicionarias. Además de ellos también participaron el rico comerciante y banquero español Gaspar de Espinoza, quien financió a través del cura Luque.

“Los socios estuvieron de acuerdo, en dar cada aporte de acuerdo a sus capacidades económicas y habilidades intelectuales. Desde esa perspectiva se distribuyeron las funciones”

Hasta allí podemos analizar algunos puntos interesantes de esta sociedad conquistadora. Los socios estuvieron de acuerdo, en dar cada aporte de acuerdo a sus capacidades económicas y habilidades intelectuales. Desde esa perspectiva

se distribuyeron las funciones. Cuantas personas inician sociedad sin dejar claros los acuerdos y además por escrito. Cuantas personas se asocian con gente que solo realiza un aporte económico y con eso tiene para sentarse a esperar utilidades, presionando resultados, pero no se comprometen con la empresa y el resultado. Este tipo de socios son los que particularmente les huyo, porque dinero es lo que se puede conseguir, pero en las sociedades se necesita más que eso, un compromiso intelectual, moral y de compañerismo, donde empujan todos del mismo lado.

Continuando con nuestra historia. Así mismo, Pedro Arias Dávila, gobernador de Castilla de Oro y Nicaragua, fue quien aprobó la licencia de la expedición. Francisco Pizarro y Diego de Almagro eran soldados, hombres curtidos en las labores de conquista y las expediciones españolas en Centroamérica. Ambos aportaron mayormente su experiencia, pues en 1524 realizaron una primera expedición al Perú que fue un total fracaso y juraron volverlo a intentar a cualquier precio. Entre los acuerdos firmados por los tres socios estaba el compromiso de dividir en tres partes iguales lo hallado en la expedición.

Que interesante saber que los asociados en esta conquista eran hombres con demasiada experiencia desde sus funciones. Esa es una clave importante al realizar una sociedad, he conocido empresas donde las personas sin conocer del negocio, solo por intuición, porque les parece fácil, porque lo vieron en otro lugar, porque esta de moda, porque a ellos les gusta, hacen cuentas y cuentas muy alegres con sus socios, amigos o familiares, algunos entre copas, y así como por arte de magia se embarcan en una sociedad. Si notamos estos dos socios Francisco Pizarro y Diego de Almagro tenían demasiada experiencia, estaban listos para emprender una empresa como la conquista de Perú. Su pasión ardía, nada los detendría, ambos vibraban en la misma frecuencia, no se dieron por vencidos en la primera expedición que fue un fracaso, juraron volverlo a intentar a cualquier precio dice la historia, tremendo el poder del acuerdo y del propósito.

Empresarios en libertad

Recordemos que Pizarro era el gerente administrador y Almagro el gerente de operaciones, en este caso ambos conocían de expediciones desde sus funciones. He conocido empresarios dando vueltas en el mismo punto, cuando realizamos propósito empresarial, descubren que estaban ocupando las funciones equivocadas, el que era comercial estaba haciendo cuentas en el área administrativa y el que era administrativo, ordenado, estructurado para esa labor estaba en operaciones o comercial, y lo peor, ¡No se daban cuenta! Cada uno desde sus habilidades y fortalezas, van a desempeñar con éxito su aporte y su gestión.

Siguiendo con el análisis, entre los acuerdos que firmaron estaba el compromiso de dividir en tres partes iguales. ¿Hiciste un acuerdo firmado con tus socios con los compromisos de cada uno? O todo quedó verbal y, a esta hora ya se lo llevó el viento, y no tienen como reclamar justamente cada uno su compromiso y por eso ahora están que no se pueden ni ver. La carta acuerdo al iniciar una sociedad es fundamental y si tiene variables en el tiempo deben ajustar mediante un, otrosí, una adenda, como le llamen en tu país. Si hasta ahora no lo has hecho, reúnanse, recuerden los acuerdos, escríbanlos, si ya lo tienen repásenlo y adicione lo que es necesario, y comprométanse con su firma y su palabra a cumplir.

Primera expedición. La primera expedición de Pizarro al sur iniciada en noviembre de 1524 resultó un total fracaso. Ni el tiempo ni los vientos ayudaron a la expedición marítima que tomó rumbo desde Panamá hacia la isla de Taboga. Como podemos ver, todo se debió a agentes externos que salían de su control, todo estaba calculado, pero ¿quién detiene el viento y el mar? Bueno, yo si conozco uno que no solo detiene el viento y el mar, sino que camina sobre las aguas, espero que también lo conozcas para que no te pase lo de Pizarro.

En la expedición participaron dos embarcaciones con ciento diez hombres a bordo. Luego de desembarcar en un sitio que denominaron Puerto de Piña (por el bosque de coníferas que

encontraron), se internaron en la selva en búsqueda del mítico Biru. Durante la mayor parte del trayecto no lograron encontrar alimento ni tampoco indígenas. Esto deprimió profundamente a los miembros de la tripulación, muertos de hambre y sin esperanza de encontrar alimento y mucho menos fortuna. Pizarro convenció a sus hombres de mantenerse firmes, pero la mitad de su ejército murió. Pizarro no quería retornar con las manos vacías, para tener que rendir cuenta a sus socios de los 10 mil ducados de Castilla que habían invertido en la expedición. Después de soportar los embates del mar, con las embarcaciones haciendo aguas, sin provisiones y malherido luego de un ataque por parte de una tribu de nativos, tuvo que regresar a Panamá.

Mientras tanto Almagro tomó la iniciativa de fletar un navío para ir en búsqueda de Pizarro, de quien no había recibido noticias. Fue así como se embarcó en una travesía junto a unos sesenta hombres. Durante el viaje divisó rastros del Santiago, la embarcación de Pizarro. También llegó hasta el llamado Pueblo quemado, el fortín que el conquistador español había incendiado para desquitarse del feroz ataque indio contra él y su tropa. Almagro intentó asaltar y tomar el pueblo indígena, pero la ferocidad mostrada por los nativos lo hizo cambiar de idea y retroceder. Durante el enfrentamiento, el conquistador recibió un flechazo en un ojo que lo dejó tuerto de por vida. Un esclavo que viajaba junto con él, logró salvarlo de una muerte segura. Pizarro ignoraba que su amigo y socio estaba tras su búsqueda en el navío San Cristóbal. Malherido y sin poder encontrar a Pizarro, Almagro decidió embarcarse de regreso a Panamá. Seis meses antes Pizarro había emprendido la primera expedición, a mediados de 1525. Entonces, Almagro tomó rumbo a Chochama para reencontrarse con su compañero de aventura a quien encontró en muy mal estado. Fue un encuentro muy emotivo. A pesar de esta circunstancia, convenció a Almagro de regresar a Panamá y planificar una nueva expedición, la segunda, que tuvo igual resultado que la primera. Fue en ese momento cuando se asociaron nuevamente en la Empresa de Levante para obtener fondos e insistir en la conquista de Perú.

Empresarios en libertad

Bueno aquí nuestros socios de conquista ya habían pasado por la depresión, perdieron la mitad de los hombres y el dinero de la primera expedición, y Almagro quedó tuerto. Pues con todo y eso se volvieron embarcar en una segunda expedición. Y tu ¿te rendiste en la primera?, o eres un valiente Pizarro y Almagro que regresa con más experiencia, toma aliento y vuelve a empezar, todo porque sabes que Dios te habló de esa promesa, porque es tu propósito y arde en ti y ese es tu motor para un segundo inicio.

Por último deseo recomendarte que revises tu relación personal con tus socios, si existen desacuerdos, en que escala del 1 al 5 se encuentran, si están por debajo de 2.5 deben tomar dos decisiones, se separan o se afianzan, si deciden separarse busquen asesoría profesional que les permita contar con una decisión justa para ambas partes, no decidan solos, pues pueden quedar rencores o discusiones y hasta demandas que se pueden evitar, perdónense todo lo que cada uno deba perdonar y como la historia de Abraham y Lot decidan con sabiduría.

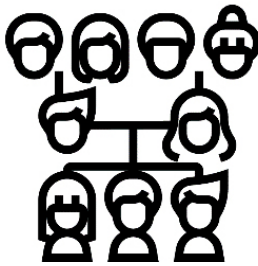
“Entreguen el 100% de las acciones en acuerdo al dueño del oro y de la plata. Conviértanse en administradores fieles, repórtenle los resultados al que todo lo sabe y todo lo ve”

Si deciden continuar, pero presentan constantes problemas interpersonales, también busquen ayuda profesional, ideal un coach que los lleve a encontrar el camino para unir sus metas. Otra forma es realizar un encuentro espiritual guiado, donde dejen ir las ofensas, unan su propósito y continúen juntos la conquista.

En cualquier caso, les comparto el poder del acuerdo que se encuentra en la biblia. “Además os digo, que, si dos de vosotros se ponen de acuerdo sobre cualquier cosa que pidan aquí en la tierra, les será hecho por mi Padre que está en los cielos”. Mateo 18:19. Cualquier cosa es, cualquier cosa, así que adelante con esa sociedad, y entreguen el 100% de las acciones en acuerdo al dueño del oro y de la plata. Conviértanse

en administradores fieles, repórtenle los resultados al que todo lo sabe y todo lo ve, y así se transforma su sociedad en cordón de tres dobleces que nada lo rompe. ¡Buen viaje, hacia la conquista de la tierra prometida!

CAPÍTULO 10



–UN LEGADO PARA TU CLAN–



Durante tantas conversaciones con mis queridos clientes, importantes empresarios que he podido conocer al punto de considerarlos “mis amigos”, y créeme que son muchos. Entre café y bruch, hablamos sobre, lo cansados que están y su deseo de retirarse, o simplemente anhelan ver a sus hijos ser parte de la empresa y que tengan la misma pasión que ellos. Sin embargo, muchos de ellos los he visto con lagrimas en sus ojos, o su voz entre cortada diciéndome, ¿Quién me va a reemplazar y quien me va a recibir tantos años de esfuerzo? y es que existen un sin número de situaciones por las cuales los hijos no desean recibir el legado de sus padres.

Algunos han decidido profesiones nada afines a la empresa, la cual los padres obviamente han apoyado. Por otro lado muchos hijos de ver a sus padres trabajar sin horarios, ni vacaciones, llevando los problemas de la empresa a la casa, absortos frente al celular como si fuera una extensión del cuerpo, llenos de deudas, de mal genio, hasta vivir una separación, pues no ha sido para ellos nada alentador recibir una empresa así tenga resultados y trayectoria.

Algunos empresarios han intentado llevar sus hijos a trabajar en la empresa, pero en su estilo los maltratan delante del personal, todo lo corrigen y no aceptan su pensamiento 4.0 porque les parece una pérdida de dinero, no los escuchan, no los apoyan y un sin número de situaciones que no alcanzaría la lista.

Todas estas situaciones producen que los hijos no deseen recibir su legado. Es por esto que muchos de los empresarios deben preparar con sabiduría la planificación temprana de sus sucesores.

Comienza a preparar tu empresa para que se convierta en una empresa familiar de segunda y de tercera generación y logre la supervivencia en el tiempo. Y es que realizar la transición de un negocio de una generación a otra requiere mucha planificación, entrenamiento, y conocimiento legal. Ya que el o los sucesores, deben lidiar con problemas personales que van a

"Comienza a preparar tu empresa para que se convierta en una empresa familiar de segunda y de tercera generación y logre la supervivencia en él tiempo."

surgir a partir del cambio de dueño (lo harán), de la propiedad, impuestos y preocupaciones relacionadas al negocio diario, aquí es donde salen tus habilidades como coach para entrenar a tu o tus herederos sucesores, y si son herederos sucesores de diferentes socios, es un tema adicional para unirlos a la gran mente maestra. No es tan sencillo transferirles el negocio a los hijos, armar maleta, y decir y salir a vivir a Cancún o Punta cana para vivir de tu jubilación. Señores hay mucho trabajo que hacer para asegurar una transferencia sin contratiempos.

Algunas recomendaciones para una transferencia, planificada, sabia y por demás respetuosa a todo nivel.

Motiva tu sucesor. Cuando los hijos hayan ingresado a la empresa, se recomienda que comiencen donde está la fuente del propósito y es en el área comercial. La mayoría de la gente dice "yo no sé vender", y es que eso, no lo aprendemos en el colegio ni la universidad, entonces debes enseñarle más allá de que tengan o no habilidades para trabajar en esa área, recuerda que el sucesor será el coach de la empresa y debe estar muy entrenado para tomar habilidades de relación con los clientes, esto le dará cada vez un empoderamiento para ir creciendo como tiburón. Recordemos la historia del entrenador más joven y mejor pagado del mundo Julian Nagelsmann, después de su lesión inició como "Scout" (ojeador) al lado de un gran entrenador.

Otra recomendación es **invitarlo a reuniones como comités**, y si es posible algunas reuniones de junta donde él pueda escuchar, tomar apuntes, y luego después de la reunión darte sus opiniones y apreciaciones, así vas conociendo que puedes reforzar con tus sabios consejos. En este caso sé respetuoso con sus opiniones y trabaja desde el coaching para ir llevándolo a donde quieres que llegue. Recuerda que el nuevo sucesor en esta época que nos encontramos, dista de tu generación y trae ideas innovadoras, de la revolución 4.0, así que es bueno escuchar ideas, pero siempre y cuando el joven sucesor de muestras de que lo que dice es porque lo ha estudiado, practicado y tiene dominio del tema, no se toman ideas por emociones y por demostrar que sabe mas que los demás.

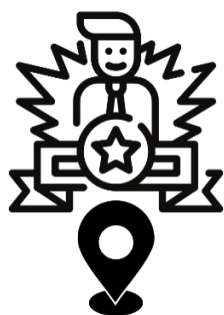
Desarrolla un plan de transición. Crea un plan de transición donde se determine como se va a realizar, en que escala de tiempo, cuándo sucederá y por cuánto tiempo estarás presente luego de la transferencia. Es importante lograr que los empleados se acostumbren al nuevo jefe y como trabaja, de ahí la importancia del plan.

Los que no reciben, también fórmalos para ser dueños. Para los hijos que no harán parte de la empresa porque sus vocaciones son otras, es necesario formarlos para ser buenos dueños, no sabes si en un tiempo terminen en dirección de la empresa. “Tu labor como padre es enseñar a la familia a ser buen familiar, buen dueño, buen director y buen ejecutivo, en ese orden de prioridades”. Si te das cuenta que definitivamente no ocuparán cargos en la empresa entonces requiere incluir a algún profesional externo en los espacios que la familia no va a ocupar.

“Tu labor como padre es enseñar a la familia a ser buen familiar, buen dueño, buen director y buen ejecutivo, en ese orden de prioridades ”

El Señor espera de ti padre/madre, que sepan establecer la dirección y el rumbo con un amor genuino nacido de un corazón que de verdad conoce a Dios y pasa tiempo con él. Porque el anhelo más grande para él es que su familia pueda cumplir el propósito para el cual Dios los creó y ser de bendición. “Y bendeciré a los que te bendijeren, y a los que te maldijeren maldeciré; y serán benditas en ti todas las familias de la tierra”. Gén.12:3

CAPÍTULO 11



-EL CAMINO A LA EXCELENCIA-



¡Felicitaciones!, si llegaste hasta aquí, estás dando un paso muy importante en tu camino a la excelencia. Me gustaría mucho cerrar este libro sabiendo que has comprendido lo importante de tomar control y accionar, cada uno de los temas mencionados en los diez capítulos anteriores, y que estás dispuesto a ser un transformador de tu vida y la vida de los que te rodean. Para lograrlo debes conocer el valor que tiene la palabra excelencia en todo lo que realices tú y todos tus colaboradores. Hay reconocimientos, premios de excelencia, y eso está bien, pero esa palabra no la tomes con demasiada ligereza para que no pierdas el sentido de su significado a nivel empresarial.

¿Recuerdas en las películas cuando una persona intenta acercarse a un rey que está en su trono con su cetro y su corona?, lo primero que hace es inclinarse con una rodilla, baja su cabeza y le saluda. “Su Excelencia”. Pertenece a un reino, hablando en términos espirituales, sí, al reino de los cielos, tenemos un Rey de Reyes, la instrucción en su reino es “Y todo lo que hagáis, hacedlo de corazón, como para el Señor y no para los hombres” Colosenses 3:23. Si obedecemos esta instrucción, hacer las cosas para honrar nuestro rey, le aseguro que los resultados serán sorprendentes. Lo experimento a diario en todo lo que hago, y no estoy hablando de perfeccionismo que es otra cosa, hablo de realmente tener un sello mucho más allá de la calidad, un sello del corazón para quienes servimos.

La excelencia nunca se alcanza, no es un destino, es un recorrido, es un camino en sí misma. Es un estilo y una actitud de ver la vida, es una forma de entender lo que hacemos, como lo hacemos y para que lo hacemos siempre mirando dar lo mejor, la milla más. Nos exige dirigir nuestra mirada y nuestro

“La excelencia nunca se alcanza, no es un destino, es un recorrido, es un camino en sí misma ”

corazón al cliente, obtener resultados, también liderazgo y constancia, gestión y estandarización de procesos, implicación de las personas, innovación, motivación constante y mejora continua, alianzas ganadoras y la más poderosa, nos exige un compromiso con la responsabilidad social ¿Recuerdas el diagrama Ikigai?, Es un compromiso de ayudar al mundo.

Es correcto asociar la Excelencia y la RSE (Responsabilidad social y empresarial) porque RSE es sinónimo de excelencia. La RSE bien entendida, es aquella que se compromete realmente con la sociedad, es un modelo de gestión incorporado a la empresa con la importancia que merece, no es la que entiende que se ayuda o se sirve a la sociedad como una estrategia de marketing, para atraer seguidores y vender productos y servicios tocando la sensibilidad de las personas, es la que entiende que hay una colaboración mundial de ayudarnos unos a otros. La RSE no es solo lo que hacemos sino cómo lo hacemos. Es una diferencia entre calidad y responsabilidad, la calidad se queda corta, porque las cosas se hacen bien, pero cual es el sentido de entregar tu producto o servicio al mundo eso es RSE, eso es excelencia.

Una empresa no es excelente porque es el número uno entre su competencia con el mejor producto del mercado, si para lograrlo afecta al mundo con malas prácticas ya sea morales, de salud, al medio ambiente, etc. No se puede hablar de excelencia si las prácticas atacan la biodiversidad de los ecosistemas, para fabricar productos, tampoco sería excelente si sus empleados laboran más de las horas legales sin importar si renuncian a su vida personal, familiar, y nunca se preocupan por su capacitación, su crecimiento personal, etc.

Aristóteles decía, “Somos lo que hacemos día a día, de modo que la excelencia no es un acto, sino un hábito”. Hacer lo correcto y querer ser excelente se convierte en un hábito. Cuando nos olvidamos de los resultados, y perseguimos la excelencia no como una búsqueda de mejora empresarial, sino que queremos resolver problemas sociales y ambientales de

nuestra sociedad y de nuestro mundo, esa es la mejor razón para querer ser mejores cada día, existe un sentido en la vida de tu organización, comienza a fluir una empresa con alma que se preocupa por el prójimo, y esto redundará en los resultados.

“Somos lo que hacemos día a día, de modo que la Excelencia no es un acto, sino un hábito”

Aristóteles

No podemos olvidar la “integridad” como fundamento de la excelencia. En un video de Jokoi Kenji habla de la diferencia entre honestidad e integridad, y dice “honestidad habla de lo que yo hago, integridad habla de lo que yo soy. Honestidad habla de lo que yo digo, integridad habla de lo que yo pienso. Honestidad habla de mis actos públicos, integridad habla de lo que yo hago, aunque nadie me esté viendo”. De que nos sirve engañar al mundo entero si tenemos una generación que nos sigue, la integridad es algo que se transmite porque lo ven nuestros hijos, nuestros vecinos, nuestros empleados, está por encima de la ética.

Cuántas empresas llenan la lista de valores como un cliché bajado de google. Y los he visto enmarcados a la entrada de la empresa, muy bonito colgado en la pared, pero ¿y la integridad? Infidelidades matrimoniales, a veces comenzando por la alta gerencia donde todos se dan cuenta, pero “coma callado” porque lo expulsan del trabajo, abuso de confianza, rivalidades, robos ocultos, falsedad en informes para “no quedar mal”, estados financieros falsos, entre otros.

En otro capítulo hablamos de entregarle el 100% a Dios para que entre a ser el dueño, cuando hablamos de ese 100% hablamos de todo, y no se trata de que seas perfecto, pero sí que te esfuerces, ponte a cuentas con Dios, apártate de todo lo que sabes daña tu corazón y avanza. Exigencia, propósito, ética, calidad, mejora continua, innovación, límites, ilusión. Camina hacia la excelencia un trayecto seguro al Éxito.

Me despido de ti, muy emocionada de saber que con este libro he colaborado con tus sueños, deseo que, a partir de aquí, avances como nunca lo imaginaste, y oro con pasión, desde mi propósito de vida, para que seas, un ¡EMPRESARIO EN LIBERTAD!

DEL NUEVO SOCIO PARA TI

“Ten valor y firmeza, que tú vas a repartir la tierra a este pueblo, pues es la herencia que yo prometí a sus antepasados. Lo único que te pido es que tengas mucho valor y firmeza, y que cumplas toda la ley que mi siervo Moisés te dio. Cúmplela al pie de la letra para que te vaya bien en todo lo que hagas. Repite siempre lo que dice el libro de la ley de Dios, y medita en él de día y de noche, para que hagas siempre lo que éste ordena. Así todo lo que hagas te saldrá bien. Yo soy quien te manda que tengas valor y firmeza. No tengas miedo ni te desanimes porque yo, tu Señor y Dios, estaré contigo dondequiera que vayas

*Versión DHH (Dios habla hoy)
Josué 1:6-9 DHH.*

MELBA LEÓN

Colombiana, Creadora del exitoso Reto TRANSFORMACION FINANCIERA que ha llevado a más de 3.000 personas a organizar sus finanzas personales, Pastora y CEO de FINANZAS DEL REINO, conferencista internacional, coach ejecutiva y transformacional certificada y miembro The John Maxwell Team, miembro de la Global Coaching Federation, técnica en filosofía y ciencias religiosas del Instituto SER Internacional, contadora de profesión de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, con Master en normas internacionales de la información de la Universidad de Catalunya de Miami y de la Universidad ICESI, con más de 25 años de experiencia en consultoría de finanzas, negocios y gestión gerencial, mentora en proyectos de emprendimiento, apasionada por estudiar y diseñar procesos de transformación de personas y organizaciones.

Ha participado en consultorías y asesorías en gestión financiera de importantes empresas del sector público y privado. Ha sido Gerente General y Gerente Financiera de compañías en el sector tecnológico, logístico y de consultoría empresarial. Su amplia trayectoria hoy le permite colaborar con empresarios y emprendedores para escalar sus negocios mediante programas especializados y dictar conferencias y capacitaciones en Miami, Republica Dominicana, Panamá y Colombia.

Madre de su mayor bendición tal como ella lo describe, Juan José Yepes León, una promesa de la producción musical.

Puedes seguirla en sus distintas redes sociales:

@lasfinanzasdelreino

@melbaleon_oficial

www.finanzasdelreino.org



EDITORIAL

Nueva



