



El emprendedor, actitudes y aptitudes ante la oportunidad de negocio

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Cualidades del emprendedor	2
1.1. El emprendedor y el poder de la auto-motivación.....	2
1.2. Proceso de motivación	3
1.3. Liderazgo	5
1.4. Habilidades sociales	7
1.5. Gestión del tiempo.....	8
1.6. Técnicas de gestión del tiempo	8
1.7. Tipos de personalidad según el rendimiento	9
1.8. Los ladrones de tiempo.....	10
1.9. Definir metas y objetivos.....	11
1.10. Decir no	12
1.11. Aprender a delegar	12
1.12. Planificar y priorizar	13
2. La marca personal	14
1.13. La ventaja competitiva en la marca personal.....	14
1.14. Elementos de la marca personal	14
1.15. Relaciones públicas y red de contactos.....	15
1.16. Creatividad e innovación.....	18
1.17. Trabajo en equipo.....	19
1.18. Diferencias entre el trabajo en equipo colaborativo y el competitivo	19
3. Las oportunidades de negocio	20
1.19. Técnicas para la búsqueda de oportunidades de negocio.....	21



El emprendedor, actitudes y aptitudes ante la oportunidad de negocio

1. Cualidades del emprendedor

Los emprendedores se caracterizan por poseer una serie de cualidades que lo diferencian, ante un trabajador por cuenta ajena, por las siguientes características:

- Sabe motivar y estar motivado
- Se orienta al logro y no cuenta las horas que trabaja. El emprendedor tiene claros sus objetivos.
- Son personas proactivas. La proactividad se diferencia de la reactividad porque en el primer caso, se toma una decisión antes de que ocurra un hecho y en la reactividad se toma la determinación cuando el hecho ha ocurrido. Cuando una persona es proactiva se adelanta a las circunstancias porque ya ha estudiado la posibilidad de que tengan lugar diversos acontecimientos. Por ejemplo, un emprendedor proactivo ya tiene preparado un contraataque si aparece un competidor.
- Tiene creatividad y es innovador
- El emprendedor es consciente de que debe estar al día con cursos de formación, asistencia a seminarios, pertenencia a asociaciones de su sector, lector de revistas especializadas y de empresa, etc.
- Tiene visión de futuro, lo que le hace estar preparado para aprovechar las oportunidades que le puede brindar el mercado y para enfrentarse a las amenazas, como puede ser un cambio en la legislación o la coyuntura económica.
- Es intuitivo
- Se adapta a los cambios y por tanto, es flexible y creativo
- Tiene una mentalidad de resistencia a la presión y al fracaso
- Mayor facilidad de autocontrol para gestionar las emociones ante las situaciones más complejas y las personas más hostiles
- Tiene una elevada capacidad de liderazgo
- Tiene seguridad en sí mismo y es positivo
- Capacidad para tomar decisiones
- Es realista
- Sabe gestionar su tiempo
- Tiene una identidad como persona y como empresa y sabe explotar la ventaja que le diferencia de los competidores

1.1. *El emprendedor y el poder de la auto-motivación*

La **motivación** es el resorte que nos activa para la obtención de resultados.

Según el **Diccionario de la Real Academia Española**, motivar es “disponer del ánimo de alguien para que proceda de un determinado modo” y se trata de un verbo transitivo, pero si lo transformamos en un verbo reflexivo – motivarSE – el término adquiere un sentido de responsabilidad personal. La auto motivación pasa a ser no ya una posibilidad del emprendedor, sino la obligación de adquirir la capacidad de disponer del ánimo para proceder de un determinado modo. En definitiva, la capacidad de “tener la fuerza” de orientarse al logro.

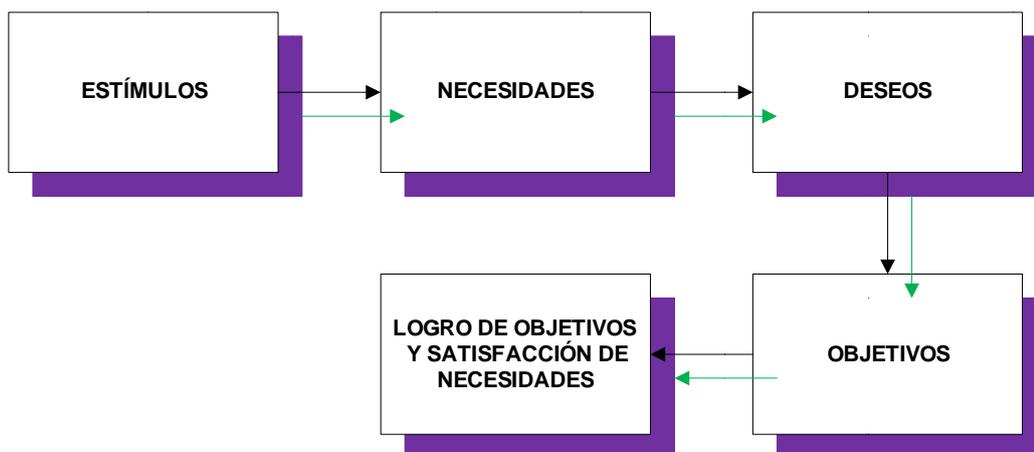
Podemos afirmar que el hecho de que las personas nos sintamos felices, libres, apreciados y cómodos repercute positivamente en el **rendimiento**, en la productividad y en la convivencia social de forma realmente positiva. Para lograr este efecto positivo, necesitamos crear a nuestro alrededor un clima beneficioso.



1.2. Proceso de motivación

Los individuos recibimos unos **estímulos** que despiertan unas **necesidades** y provocan unos **deseos**, ante lo que formulan unos **objetivos** cuyo logro, a través de una conducta determinada y unas actividades, llevan a la satisfacción de las necesidades.

Esos estímulos provocan la motivación de actuar de una determinada manera para alcanzar unos objetivos.



Los incentivos de la motivación son:

El porqué: Cuando percibimos que nuestra labor es importante, nos sentimos motivados, por tanto, debemos buscar un porqué de nuestra actividad. Posiblemente, tú mismo, como empleado no encontrabas el porqué y por ese motivo has tomado la importante decisión de poner en marcha tu proyecto personal.

El reconocimiento: La **cultura del reconocimiento** debe ser utilizada en las empresas como herramienta estratégica de gestión de los recursos humanos, dados los efectos positivos que provoca en la rentabilidad.

Las personas que se sienten reconocidas demuestran una actitud positiva, una **mayor autoestima** y una gran motivación por realizar un mejor trabajo.

Las empresas deberían establecer criterios para determinar quiénes son merecedores de un sincero reconocimiento, con el fin de que los equipos de trabajo sean **leales a la empresa**, atraer nuevos talentos, aumentar la productividad y crear un excelente clima social.

Recuerda que como empresario tendrás la oportunidad de aplicar la cultura de reconocimiento con tus empleados con el fin de obtener el **máximo rendimiento** de cada uno. Pero también deberás tener en cuenta de que reconocer no significa abusar.

El salario: Como acabamos de ver en el punto anterior, el salario supone un **arma verdaderamente poderosa** para la motivación de los trabajadores, si bien, no resulta ser el único responsable de ella. La realidad es que el trabajador se siente satisfecho en el momento en el que recibe un **salario justo** por el trabajo que desempeña.

En épocas de **crisis** estamos observando un descenso de la motivación y por tanto, de la calidad de los trabajos que realizan los empleados, al recibir un salario mucho más reducido por el mismo nivel de esfuerzo y exigencia.

Por otra parte, las personas tenemos unas **expectativas** de salario en función del nivel de **esfuerzo** que realizamos, de la responsabilidad que conllevan nuestras decisiones y del beneficio que genera nuestro trabajo para la empresa y la sociedad.

Como emprendedor, deberás establecer unos **niveles salariales justos y objetivos**, que respeten los convenios laborales.



Si deseas aplicar unas políticas de incentivo, podrás ofrecer comisiones extras, premios, primas, concursos y un sinfín de posibilidades para recompensar el esfuerzo de tus colaboradores, que será siempre voluntario y dentro del tiempo de la **jornada laboral legal**.

El tiempo: Con la revolución industrial y la democracia moderna, la esclavitud fue abolida legalmente. Los obreros, antes explotados de forma inhumana en las fábricas, comenzaron a organizarse en grupos llamados sindicatos, para defender sus derechos y mejorar así sus condiciones de trabajo. Uno de los derechos logrados fue el de disfrutar de días de vacaciones remuneradas.

Los emprendedores deben respetar los descansos, propios y de sus empleados, destinar unos días para vacaciones y tener una vida personal además de la profesional.

El error: Como empresario, es normal que cometas errores, sin ellos no hay crecimiento personal y no hay mejora posible.

Ken Robinson, experto en creatividad, habla sobre cómo a los niños se les enseña a tener miedo a equivocarse. Robinson cuenta que los niños son creativos e innovan porque no tienen miedo a equivocarse y que la propia escuela les hace tener miedo a equivocarse... luego lo vincula al mundo de la empresa.

Los errores que se cometen más frecuentemente son:

- **No escribir el plan de negocio** y tener las ideas “en la cabeza”
- **No formarse antes y durante.** Hay empresarios que, por ejemplo, montan una empresa pensando que saber de su negocio es suficiente. Por ejemplo, un arquitecto puede saber mucho de arquitectura pero nada de gestión de empresas.
- **No investigar el mercado** antes de lanzar un producto o poner en marcha cualquier idea.
- **No delegar o sobre delegar tareas en los empleados.** El emprendedor debe saber diferenciar entre las tareas que sí puede delegar y las que sólo puede hacer él (grandes negociaciones, toma de decisiones que pueden poner en peligro la situación financiera de la empresa, etc.
- **No tener cuidado con la contratación de recursos humanos** y especialmente con los puestos de gran responsabilidad. El propietario de una cafetería debe supervisar especialmente el reclutamiento y el desarrollo de un encargado.
- **No ser cautos con las personas con las que nos asociamos,** de modo que deberemos ser muy objetivos y no dejarnos llevar por la euforia y el amiguismo inicial. También deberemos tener especial cuidado si nos asociamos con familiares y amigos, que no sepan diferenciar los negocios de la amistad.
- Deberemos ser rigurosamente **objetivos con los presupuestos** financieros, realizando las inversiones y los gastos realmente necesarios.
- **Vender lo que el emprendedor quiere.** El emprendedor se debe a su cliente y por lo tanto, para satisfacer sus necesidades, deberá realizar las oportunas investigaciones de mercado para saber si ese producto, servicio o idea va a ser aceptado por el consumidor.
- **Morir de éxito** en el caso de que no pueda afrontar las cantidades a producir, a importar, a distribuir, etc. Por ejemplo, un emprendedor puede morir de éxito si tiene tanto pedidos que no puede cumplir los plazos de entrega. También es posible que, por ejemplo, ante la recepción de muchos pedidos, se vea obligado a buscar con prisas proveedores adicionales que no cumplan los mismos estándares de calidad.

La seguridad: Podemos analizar este factor desde dos puntos de vista, el del emprendedor y el de los trabajadores. Los **emprendedores** vivimos en un mundo de constante inseguridad que nos somete a grandes niveles de estrés. La única forma de luchar para mantener una cierta seguridad es la prevención de los posibles riesgos y la **planificación** de nuestras acciones.

Debemos **analizar el entorno** y **dibujar escenarios** a modo de entrenamiento. Un capitán de barco que sabe de meteorología, que está pendiente del estado del mar, que mantiene contacto continuo por radio, que hace previsiones de ruta y prepara alternativas, es posible que ante una fuerte tormenta esté mejor preparado para modificar la ruta prevista, además de ser capaz de dominar la embarcación. De la misma manera, un emprendedor que conoce su mercado, que conoce a su cliente, que sabe las herramientas que tiene, que es realista y arriesgado pero objetivo, no hay duda de que tendrá más posibilidades de mantenerse en el mercado y salvar situaciones de peligro.

Cuando proyectamos este concepto de seguridad hacia nuestros **empleados**, deberemos tener en cuenta el concepto de **rotación**, que se explica como la fluctuación de personal entre una organización y su ambiente, es decir, que el



intercambio de personas entre la organización y el ambiente se define por la diferencia entre el volumen de personas que entran a formar parte de una organización y las que salen de ella.

La auto satisfacción: Conocernos y aceptarnos, controlar nuestras emociones, ser empáticos, asertivos, pensar y hablar en positivo son mecanismos que nos sirven para ser más felices y estar más satisfechos con nosotros mismos. Asimismo, debemos ser pacientes y tolerantes con nosotros mismos, ya que un alto nivel de exigencia nos puede llevar a la frustración.

El equipo de trabajo: Como emprendedor, probablemente debas llevar a cabo un reclutamiento de personal, por lo que deberás guiarte por **el instinto** y no tanto por el currículum del candidato. Cualidades como el tesón, la **proactividad** (iniciativa) y la honestidad, son más importantes que un MBA en la más prestigiosa escuela de negocios. Probablemente te lleve meses construir el **equipo de trabajo perfecto** pero ten por seguro que lo conseguirás siendo implacable a la hora de prescindir de quien no aporta y más de quien perjudica y hace perder el tiempo a los demás compañeros y a la empresa.

1.3. Liderazgo

Es el arte o proceso de **influir** sobre las personas para que se esfuercen voluntariamente y con entusiasmo con el fin de lograr unos objetivos comunes.

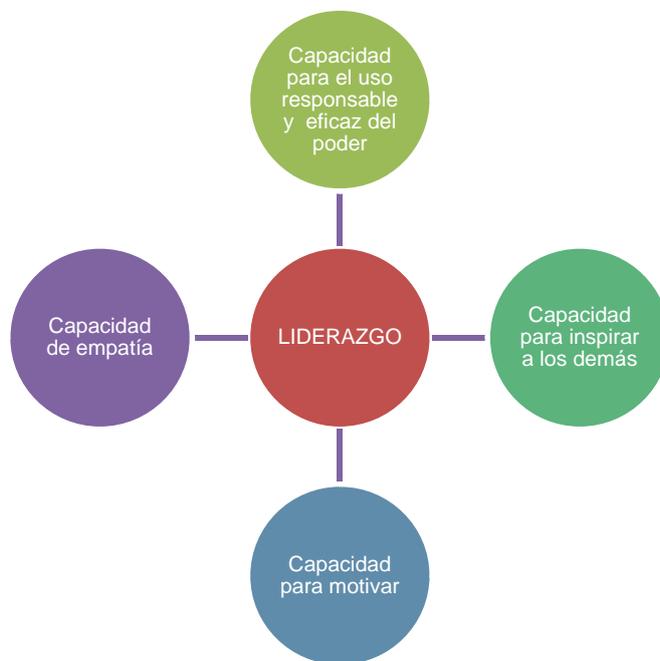
Según Peter Senge http://es.wikipedia.org/wiki/Peter_Senge, el liderazgo es la capacidad de una colectividad humana para generar nuevas realidades. Existe liderazgo cuando las personas dejan de ser víctimas de las circunstancias y participan activamente en la creación de nuevas circunstancias.

Líder es quien se preocupa por lo correcto, tiene una visión a largo plazo, se concentra en el qué y en el por qué, vive con optimismo e inspira innovación.

El líder posee inteligencia, motivación, integridad personal, comunicación y relación interpersonal, capacidad para tomar decisiones, carisma, psicología de masas y habilidades como creatividad y buen humor.



Componentes del liderazgo



Como futuro directivo tendrás que:

- **Planificar** las estrategias y las acciones
- **Organizar** las acciones y los equipos de trabajo
- **Auto motivarte** y **motivar** al equipo humano
- **Activar** propuestas
- **Dar órdenes**
- **Ejecutar** acciones
- **Coordinar** equipos y acciones
- **Controlar** que las acciones sigan las estrategias planteadas y que no nos desvíen de los objetivos formulados
- **Delegar** tareas en nuestros subordinados

No hay líderes puros en cada categoría, por lo que lo normal es que una persona reúna características de varios estilos de liderazgo.

Tipos de poder

- **Legítimo:** es el que se obtiene por el hecho de ocupar una posición de jerarquía en la organización.
- **Coercitivo:** es el que se tiene como el resultado de amenazar o sancionar a los empleados.



- **De recompensa:** es el que se tiene como resultado de conceder beneficios a sus empleados.
- **Del experto:** es el que se obtiene por tener unas habilidades y un conocimiento por el que se hacen respetar.
- **Carismático:** no todo el mundo posee este tipo de mando. Con este tipo de poder se nace y no se aprende ya que está relacionado a una personalidad que brilla con luz propia.

LÍDER

- Visión a largo plazo
- Concentrado en el qué y el por qué
- Piensa en el futuro y en la innovación
- Establece la estrategia y el tono
- Espera que los demás le sigan
- Espera que los demás le ayuden a alcanzar los objetivos del grupo
- Inspira confianza

JEFE

- Visión a corto plazo
- Concentrado en el cómo
- Piensa en el presente y en términos administrativos
- Establece el plan de acción a seguir
- Espera que los demás cumplan
- Espera que los demás contribuyan a alcanzar los objetivos del grupo
- Inspira estabilidad

1.4. Habilidades sociales

Como emprendedor deberás tratar con diferentes tipos de personas, tanto entidades bancarias, como organismos públicos, proveedores, clientes y empleados.

El estrés y los problemas de trabajo que sin duda te surgirán pueden mellar en tu conducta, por lo que debes aprender a controlar tus emociones negativas.

Cuando alguien tiene habilidades sociales significa que es capaz de ejecutar una conducta de intercambio con resultados favorables, contrarios a la destrucción o aniquilación.

Para abordar el término habilidad social es muy importante tener en cuenta la definición de interacción social; la diferencia entre intercambio e interacción estriba en que el primero se refiere a un trueque entre objetos y personas mientras que en segundo se refiere a una acción mutua o de reciprocidad. En la interacción se da la posibilidad de retroalimentación o feedback por lo que las personas que interactúan reciben un beneficio mutuo.

En el marco de la interacción social, debemos hablar de la inteligencia interpersonal que es la que permite a un adulto leer las intenciones y los deseos de los demás, aunque estén ocultos. Es un tipo de inteligencia que permite al que la posee entender a los demás y determina el éxito con la familia, la pareja, los amigos, los compañeros de trabajo, los jefes y los clientes, porque quien tiene inteligencia interpersonal interpreta perfectamente los estados de ánimo de los demás.

La inteligencia interpersonal se basa en el desarrollo de cuatro tipos de capacidades:

- La autoestima
- La empatía
- La asertividad
- La escucha activa

La autoestima: Se refiere al valor que se confiere al yo percibido. Si la auto estima es alta, expresa el sentimiento de que uno está preparado para diferentes situaciones que debe afrontar en el transcurso de la vida. Sin embargo, la baja autoestima implica la insatisfacción, el rechazo y el desprecio hacia sí mismo.

Pasos para mejorar la autoestima

- **Deja de tener pensamientos negativos sobre ti mismo.** Si estás acostumbrado a centrar la atención en tus defectos, empieza a pensar en aspectos positivos que los contrarrestan. Cuando te des cuenta de que estás siendo demasiado crítico contigo, contrarrestalo diciendo algo positivo sobre ti mismo. Cada día anota tres cosas sobre ti que te hagan feliz.



- **Ponte como objetivo el logro en vez de la perfección.** Algunas personas se acaban paralizando debido a sus ansias de perfección. En lugar de frenarte con pensamientos como: "No iré a la audición de la obra hasta que haya perdido 5 kg", piensa en qué eres bueno y en las cosas con las que disfrutas, y ve a por ellas.
- **Considera los errores como oportunidades de aprendizaje.** Acepta que cometerás errores porque todo el mundo los comete. Los errores forman parte del aprendizaje. Recuerda que las aptitudes de una persona están en constante desarrollo, y que cada uno sobresale en cosas diferentes —es lo que hace interesante a la gente.
- **Prueba cosas nuevas.** Experimenta con diferentes actividades que te pongan en contacto con tus aptitudes. Luego siéntete orgulloso de las nuevas habilidades que has adquirido.
- **Identifica lo que puedes cambiar y lo que no.** Si te das cuenta de que hay algo tuyo que no te hace feliz y puedes cambiarlo, empieza ahora mismo. Si se trata de algo que no puedes cambiar (como tu estatura), empieza a trabajar para quererte tal y como eres.
- **Fíjate metas.** Piensa en qué te gustaría conseguir y luego diseña un plan para hacerlo. Atente al plan y ves anotando tus progresos.
- **Siéntete orgulloso de tus opiniones e ideas.** No tengas miedo de expresarlas.
- **Colabora en una labor social.** Dale clases a un compañero que tiene problemas, ayuda a limpiar tu barrio, participa en una maratón benéfica por una buena causa o hazte voluntario de alguna asociación. Sentir que aportas algo y que se reconoce tu ayuda hace maravillas para aumentar la autoestima.
- **¡Haz ejercicio!** Mitigarás el estrés y estarás más sano y más feliz.
- **Pásatelo bien.** ¿Te has encontrado alguna vez pensando cosas del estilo de: "tendría más amigos si estuviera más delgado/a"? Disfruta pasando tu tiempo con personas que te importan y haciendo cosas que te gustan. Relájate y pásalo bien —y no dejes tu vida en suspenso.

La empatía: Es la capacidad para reconocer y entender las emociones, las motivaciones, los sentimientos y las razones que explican los comportamientos de los demás.

Las personas que son capaces de desarrollar un comportamiento empático comprenden a los demás aunque no compartan sus opiniones.

Las personas con gran capacidad de empatía son capaces de sincronizar su lenguaje no - verbal al de su interlocutor y son capaces de 'leer' las indicaciones no - verbales que reciben del otro con gran precisión.

La asertividad: La asertividad es la expresión directa, honesta, adecuada y oportuna de nuestras ideas, sentimientos, necesidades o derechos y también se relaciona a la inteligencia interpersonal en la forma de gestionar las relaciones interpersonales. Cuando la persona es capaz de expresar sus sentimientos, pensamientos y deseos y defender sus derechos respetando a los demás está transmitiendo sus mensajes de forma asertiva. Cuando se actúa con asertividad se está abierto a la negociación, al diálogo y al compromiso.

La comunicación agresiva se da cuando una persona expresa sus sentimientos y sus pretensiones a costa de la humillación, la ofensa y el ataque a los demás y la comunicación pasiva cuando simplemente se opta por no ser asertivo y ocultar nuestros sentimientos para no contradecir.

La escucha activa: Escuchar activamente no es percibir vibraciones es poner todos nuestros sentidos en lo que los demás comunican. Es hacer un máximo esfuerzo por comprender no sólo lo que los demás hablan sino sus sentimientos y los mensajes de su comunicación no verbal. Escuchar activamente es ponernos en la piel del otro, porque sólo así se comprende el verdadero sentido de la comunicación y sólo de esta forma entendemos los mensajes como debemos entenderlos, sin barreras.

1.5. *Gestión del tiempo*

El tiempo es el recurso más importante que tenemos y sin embargo no sabemos gestionarlo, ya que no hemos recibido una educación específica para saber aprovecharlo.

El tiempo se caracteriza por ser inelástico porque no es posible ni ahorrarlo ni acumularlo y menos aún prestarlo, es indispensable para cualquier acción e inexorable porque fluye y no hay modo de detenerlo ni acelerarlo.

1.6. *Técnicas de gestión del tiempo*



La ley de Pareto: Vifredo Pareto, un economista italiano, fue el autor de la ley 20/80 al establecer que el 20% del tiempo y la energía correctamente utilizada proporciona el 80% del resultado. Sus investigaciones dieron como resultado que el 20% de la población en Italia poseía el 80% de la fortuna.

Esta máxima puede aplicarse a otros entornos como el de las ventas, la productividad, la efectividad, etc.

- El 20% de los clientes nos dan el 80% de las ventas.
- El 20% de fallos de producción originan el 80% de los desperfectos.
- El 20% del periódico contiene el 80% de las noticias.
- El 20% del tiempo de la entrevista nos proporciona el 80% de las conclusiones.
- El 20% del trabajo de mesa posibilita el 80% del éxito en el trabajo.

Criterio ABC: El criterio ABC divide las tareas en tres grupos y establece que:

- El 15% de las actividades origina el 65% de los resultados, llamando a este grupo el **Grupo A**.
- El 20% de las actividades origina el 20% de los resultados: **Grupo B**.
- El 65% restante de las actividades aporta únicamente el 15% de los resultados: **Grupo C**.

El **criterio ABC** nos permite dividir nuestras actividades diarias en tres grupos, según su importancia y según nuestros momentos más o menos lúcidos del día.

Tareas A, las prioritarias, que no son delegables, como:

- Reuniones con clientes VIP.
- Revisión de propuestas.
- Llamadas clave.
- Reuniones clave.

Este tipo de tareas hay que ejecutarlas en los momentos de máxima concentración y mínima posibilidad de interferencias y no se pueden posponer.

Tareas B, que son tareas importantes pero delegables como:

- Preparación de propuestas comerciales
- Elaboración de burocracia del vendedor: informes, tablas diarias de envíos de pedidos, pasar pedidos al almacén.
- Llamadas telefónicas.
- Envíos de emails.
- Reuniones secundarias.

Estas tareas hay que hacerlas en los momentos de concentración media.

Tareas C, las de menor valor y urgencia, pero que normalmente son las que más tiempo consumen.

- Papeleo y trabajos administrativos.
- Lectura de informes de la empresa.
- Emails basura.
- Reuniones "robotiempo".
- Llamadas para concertar entrevistas.

Estas tareas hay que dejarlas para los momentos de menor concentración y podemos delegarlas.

1.7. Tipos de personalidad según el rendimiento



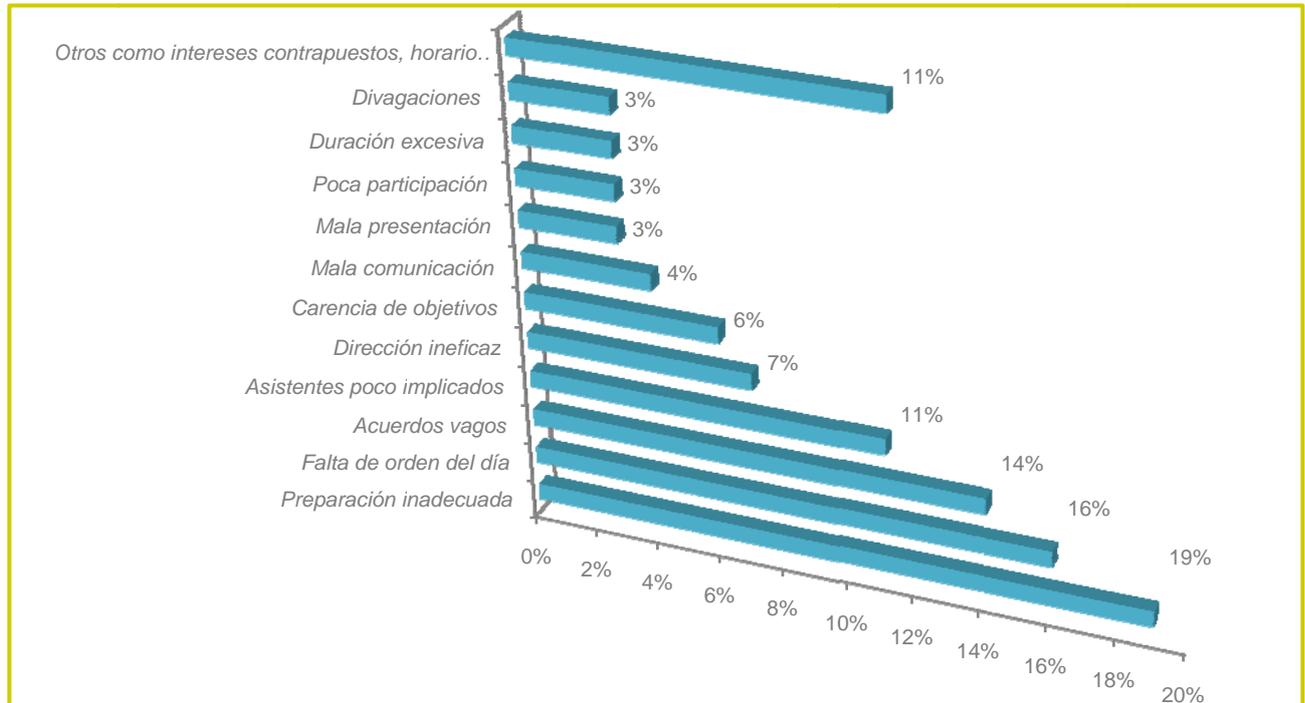
- **Alondras:** son individuos cuya concentración va disminuyendo a medida que avanza el día. Dan un pequeño “subidón” a mediados de la tarde y tras esta, decaen completamente. Para este tipo de personas, lo mejor es abordar las tareas A durante la primera parte de la mañana, continuar con las tareas B a mediodía, hacer alguna tarea C después de la comida y volver con alguna tarea A en el momento de la subida, para terminar con tareas C.
- **Búhos:** son individuos a los que les cuesta enormemente concentrarse a primeras horas de la mañana, pero que a medida que avanza el día van tomando posesión de su capacidad mental, para llegar a su máximo de rendimiento por la tarde y durante la noche.

Hay que tener en cuenta que ninguno somos alondras y búhos puros. Lo habitual es que nuestro rendimiento se acerque más o menos a uno de los dos. Sin embargo hay un tramo horario en el que pueden coincidir estos dos tipos de persona y este tramo es de 11,30 a 13,30 y de 17,30 a 19,30. Este dato hay que tenerlo en cuenta para fijar nuestras reuniones con clientes, proveedores, banqueros, etc., que puedan ser indistintamente alondras o búhos.

1.8. Los ladrones de tiempo

Algunos ladrones de tiempo son:

- **Revisar el correo compulsivamente:** Lo conveniente es destinar unos minutos de cada hora para revisarlo y por supuesto ordenarlo. Es vital ordenar nuestra bandeja de entrada de correos, haciendo una clasificación en la que la ordenemos por temáticas. En los correos del día a día, pondremos tres carpetas: urgentes o correos A, semi urgentes o tareas B y pendientes o tareas C.
- **Interrupciones:** de socios, colaboradores, llamadas de teléfono, proveedores sin cita... Debemos ser tajantes, no permitir que nada ni nadie nos desconcentre y destinar tiempos para cada tipo de interrupción, por lo que se llevará una agenda para la visita de proveedores, tiempos para la resolución de dudas, apagar el teléfono si nos encontramos realizando las tareas A, etc.
- **Teléfono:** porque nos llaman y porque llamamos y sobre todo, porque nos alargamos innecesariamente con una llamada, muchas veces por temor a ser cortante.
- **El teléfono móvil:** es curioso cómo muchos profesionales lo dejan encendido en las reuniones y no tienen reparos a la hora de cogerlo. Además de ser de muy mala educación, interrumpen y desconcentran. Hay verdaderos adictos al teléfono móvil, quienes se consideran más interesantes cuanto más hablan por el móvil en presencia de los demás. Los teléfonos – agenda – PC, si bien suponen una herramienta de trabajo imprescindible, también son los mayores ladrones de tiempo que existen si no saben utilizarse adecuadamente.
- **Las redes sociales y el correo personal:** son los actuales grandes ladrones de tiempo. Muchas empresas con criterio han vetado el acceso a ciertas plataformas. Aunque te tiene, por favor, no ingreses en ninguna red social, con ánimo de esparcimiento, durante tu jornada laboral.
- **Las reuniones:** enumeraremos a continuación las quejas más habituales, según un análisis estadístico (José María Acosta Vera – Gestión eficaz del tiempo y control del estrés - ESIC).



- **Esperas:** desafortunadamente, muchas personas hacen esperar a los demás. Los motivos sabemos que pueden ir desde haberse olvidado, pese a haberlos convocado, a no ser puntuales, a hacerse los importantes y lo peor, a estrategias para debilitarnos. En lugar de esperar, incluso de pie, a que nos atiendan, siempre podemos invertir rentablemente ese tiempo haciendo tareas C: lecturas C e emails C.
- **Ordenar y clasificar:** a veces los vendedores nos entretenemos en ordenar y clasificar cuando no debemos, cuando estas tareas que son C y deben aplazarse para los momentos adecuados.
- **Viajes:** organizar las rutas y los viajes es parte de la labor de los vendedores y nos encontramos con vendedores que no las planifican, viajando de un sitio a otro sin sentido y consumiendo tiempo y combustible. Organizar las rutas antes de salir es clave para un trabajo realmente productivo y rentable. A pesar de que, una vez en marcha surjan visitas obligadas e inesperadas, debemos trazar una línea previa de trabajo y acostumbrar a nuestros colaboradores a una planificación.

Por supuesto, también tienen cabida las relaciones públicas. Hay sectores en los que “tomar algo” es parte de la acción de comunicación, forma parte del tiempo de las visitas y por tanto, tiempo a tener en cuenta para la planificación de cada una de ellas.

- **El perfeccionismo extremo:** a los trabajos hay que darles el tiempo suficiente y detenernos en la inversión de aportar más del que es realmente necesario, con el fin de evitar que se convierta en no rentable.

1.9. Definir metas y objetivos

Las cosas no suceden por sí solas, sino que debe existir alguien que haga que sucedan. Por este motivo, no nos podemos limitar a reaccionar ante los estímulos. El éxito está en ser proactivos y formular los objetivos que nos lleven a la meta que deseamos.



De camino hasta el éxito habrá muchos pasos que no nos agraden. Sin embargo, el verdadero triunfador es quien entiende que esos pequeños pasos son necesarios para llegar al objetivo.

A la hora de definir nuestras metas, debemos ser concisos y sobre todo realistas.

Los objetivos son propios, concretos e importantes, alcanzables, medibles, compatibles entre sí, divididos en plazos y por escrito.

Pasos para formular nuestros objetivos

1º) Plantearlos a corto, medio y largo plazo

2º) Plantear y añadir listado de acciones para conseguir ese objetivo

3º) Priorizar las acciones anteriores

4º) Planificarlo a corto, medio y largo plazo

6º) Ponerlo en marcha

1.10. Decir no

Pese a que cumplir con todo al 100% sería nuestra meta ideal, la realidad es que no es posible, salvo minando nuestra salud y la de los que nos rodean.

Según hemos visto, existen tres formas de actuar:

- Agresiva
- Pasiva
- Asertiva

En un día de saturación de trabajo, nuestro jefe nos pasa un listado de posibles clientes y nos pide que contactemos con ellos y dejamos las tareas urgentes que teníamos para complacerlo (sumisión), la secretaria del departamento nos pasa una llamada externa y la cogemos (sumisión), un compañero nos interrumpe pidiéndonos ayuda con un caso propio y le atendemos (sumisión), nos llama al móvil nuestra pareja para pedirnos que compre el pan antes de venir a casa y le gritamos (agresividad)...

A fin de mantener un equilibrio emocional, es necesario aprender a decir que no asertivamente cuando algo va en contra de nuestros intereses.

1.11. Aprender a delegar

La delegación ayuda a desarrollar la capacidad, iniciativa, independencia y competencia del colaborador. Delegar es confiar.

Algunos jefes no delegan porque

- No distinguen lo esencial de lo accesorio
- Por egoísmo
- Por orgullo y desconfianza



- Interés económico
- Visión de los colaboradores como rivales

Ventajas de delegar

- Aumenta el tiempo disponible
- Facilita la comunicación
- Involucra a los grupos de trabajo
- Motiva al trabajador
- Desarrolla la capacidad para tomar decisiones

Reglas de la delegación:

- Contenido: ¿qué es lo que se delega?
- Persona: ¿en quién se delega?
- Objetivo: ¿por qué debe ser él?
- Detalles: ¿cómo debe hacerlo?
- Plazo de tiempo: ¿cuándo debe terminarlo?

1.12. Planificar y priorizar

Planificar significa ganar tiempo porque si se invierte tiempo en planificar, menos tiempo se tarda en terminar las tareas de una forma **eficiente y eficaz** (la eficacia tiene que ver con resultados, está relacionada con lograr los objetivos y la eficiencia, en cambio, se enfoca a los recursos, a utilizarlos de la mejor manera posible).

Planificar significa ahorrar tiempo para las tareas A, para la vida personal además de provocar un menor nivel de estrés.

Cuando planificamos dividimos en partes pequeñas una tarea que vista de forma global, nos puede parecer inalcanzable y además, para quien lo realiza supone una sensación de **control de la situación**.

A la hora de planificar es importante aprender a calcular consecuentemente los tiempos de cada tarea. Los más novatos, que siempre suelen contar el tiempo a la baja, irán aprendiendo lo que se tarda en cada tipo de actividad y con la experiencia podrán planificar más acertadamente.

Es conveniente dejar tiempos extra que nos concede una cierta flexibilidad ante posibles imprevistos.

Priorizar es dar un orden a la necesidad de consecución de las tareas. Si nos guiamos por el criterio ABC, podremos ordenarlas en función de su importancia.



2. La marca personal

Cuando cualquier persona va a comprar un producto valora entre las diferentes marcas la opción que más fiabilidad le ofrece, mejor relación calidad/precio y es influido por su reputación en el mercado. Lo que transmite una marca comercial es lo que impulsa y motiva a los consumidores a decantarse por ella y no por las demás. Es lo que la hace diferente y preferida entre el público.

La marca personal es algo muy similar a la marca comercial, sólo que en lugar de productos, se centra en las personas, de modo que cuando un profesional debe reclutar personal o debe contratar un servicio a un profesional, se decantará por la persona que reúna una serie de características que le ofrecen un valor seguro y que le aportan algo que los demás no son capaces de ofrecer.

La marca personal no es algo que pueda crearse o diseñarse, es algo que debe cultivarse, que procede de nuestro espíritu, de nuestro interior, pero es proyectado al exterior y consiste en lo que los demás perciben de nosotros.

Podríamos afirmar que la marca personal es lo que nos identifica con algo diferenciador que resulta ser de preferencia para los públicos a los que nos dirigimos.

1.13. La ventaja competitiva en la marca personal

El primer paso para crear una marca personal es encontrar nuestros principales valores, los que nos hacen relevantes, esto es, diferentes. Hemos de ser conscientes de que es imposible ser perfectos en todo, pero sí que deberás analizar en qué eres realmente bueno, cuáles son tus puntos fuertes, pero también cuáles son tus puntos débiles.

Importante

La **ventaja competitiva** es el factor principal que diferencia a un profesional o una empresa de otro/a

1.14. Elementos de la marca personal

Atributos personales:

- **Creatividad:** en la forma de elaborar los trabajos.
- **Carisma:** teniendo capacidad de motivar.
- **Ética:** ofreciendo coherencia, seriedad, puntualidad y discreción.

Formas de trabajo:

- **Rapidez:** las empresas prefieren profesionales rápidos en la entrega de trabajos.
- **Polivalencia:** estar capacitado para hacer varias funciones complementarias, es decir, que si te dedicas a la cerrajería puedes ofrecer también el servicio de albañilería y la instalación de porteros eléctricos. (aunque lo tengas que subcontratar).
- **Especialización:** hay sectores en los que estar especializado en un área supone una ventaja competitiva.
- **Adaptabilidad:** el mercado cambia y como profesional debes estar actualizado y adaptarte a esos cambios. Recibir una **formación permanente** te capacitará para ofrecer siempre algo nuevo y necesario para la comunidad.



1.15. Relaciones públicas y red de contactos

Como toda marca comercial que se preste, también la marca personal necesita ser dada a conocer entre sus públicos. La diferencia es que esta vez el compromiso es mucho mayor, pues se trata de tu propia reputación como persona.

La relación con otras personas y el hecho de darte a conocer a través de cuatro vías:

1. Una **red de contactos** que te ayuden a ser reconocido, además de conseguir información del mercado y contratos de trabajo.
2. Ofrecer información, favores, oportunidades a tus públicos de manera **altruista** lo que redundará en la mejora de tu reputación y por tanto, de tu marca personal.
3. Ofrecer información en los medios de comunicación.
4. Estar en Internet

Lo que se conoce con el término anglosajón **networking** no es más que el contacto entre personas con la finalidad de relacionarse profesionalmente.

Según el portal Cybersearch.es networking se define como el proceso voluntario por el cual, a través de intermediarios, un individuo se pone en contacto con otros que disponen de información o de poder de decisión en lo concerniente a un puesto de trabajo.

El networking se viene haciendo desde la antigüedad y es gracias a lo que muchas personas, a través de conocidos de conocidos, consiguen un puesto de trabajo, un contrato o una oportunidad profesional. De hecho, actualmente es más efectivo que el conocido currículum, ya que según los sondeos, entre un 50% y un 75% de las personas en el mercado laboral, encontraron su último trabajo a través de contactos. Es una manera económica de conocer gente interesante que puede aportarte grandes posibilidades.

Los objetivos del networking son:

- Para conocer gente
- Para conseguir trabajo
- Para ganar dinero

Creación de una red de contactos

El primer paso es elaborar una lista de contactos que abarquen a tu familia, amigos y conocidos, añadiendo a la lista a tus antiguos colegas. Habla con todos ellos, por teléfono, email o a través de las redes sociales y cierra entrevistas personales con la excusa de tomar un café.

Deberás ir actualizando la lista con los nuevos contactos que te vayan facilitando en las entrevistas y mantener una relación frecuente con ellos.

Relaciones altruistas

Otra forma de mejorar tu reputación es a través de ofrecer información y ayuda a los demás de manera altruista. Todo tiene un límite, pero recuerda que también eres parte del networking de otras personas. Deberás aprender a diferenciar las acciones que mejoran la reputación y las que provienen de personas abusadoras y egoístas que siempre piden pero nunca dan.

Relaciones con los medios de comunicación

Sólo cuando realmente tengas algo que ofrecer a la opinión pública y realmente estés especializado en una materia, estarás preparado para darte a conocer en los medios mediante dos alternativas:

- Ofrecer contenidos interesantes a los medios de comunicación
- Escribir un libro relacionado a tu especialidad

Vivero Digital de Empresas de Torrejón de Ardoz



Internet y la Web 2.0

Las nuevas herramientas de Internet se fundamentan en la **actitud colaborativa** entre las personas. Los blogs, las wikis, las redes sociales y los archivos compartidos o la ofimática colaborativa son herramientas de la Web social, ya que permiten el diálogo abierto entre los usuarios.

Si optas por crear un blog, gratuito, tendrás la posibilidad de publicar cuanto quieras.

Ejemplos

Blogs profesionales:

Sobre bolsa: <http://www.bolsacava.com>

Sobre medios sociales: <http://www.gabycastellanos.com/>

Sobre marketing: <http://www.mkeficaz.com/> Sobre agricultura: <http://es.wordpress.com/tag/agricultura-ecologica/>

En marcha

Crea tu propio blog

Puedes elegir entre varias plataformas gratuitas, pero te ofrecemos dos referentes:

www.blogger.com sencilla de utilizar

www.wordpress.com la más profesional

Técnicas de auto análisis

En este apartado vamos a poner en práctica todo lo que hemos visto en este capítulo sobre las cualidades del emprendedor a través de un plan de mejora personal, que deberás realizar con paciencia si quieres tener éxito en tu proyecto.

En marcha

Actividad 1: Mis puntos fuertes y mis puntos débiles

Elabora un listado de tus puntos fuertes y otro de tus puntos débiles

(La tabla se podrá descargar e imprimir para que el emprendedor pueda realizar una reflexión reposada)

ÁREA	PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
PERSONALIDAD		



Actividad 3: Networking

Elabora un listado de los contactos que te puedan aportar beneficios.

Nombre contacto	Relación con el contacto	Dirección	Teléfono	Email	Redes sociales	Motivo por el que te puede ser interesante	Fecha envío email	Fecha entrevista	Resultado entrevista

1.16. Creatividad e innovación

Uno de los ingredientes más importantes para poder generar ideas de negocio es tener una mentalidad abierta, que esté siempre a la búsqueda de ideas y oportunidades nuevas, y que piense de forma creativa sobre las situaciones, las personas y las cosas.

La creatividad es un elemento esencial para provocar cambios consiguiendo que ocurra algo nuevo o diferente.

Existen 2 tipos de creatividad:

- **Creatividad Externa:** Es la introducción de nuevas ideas desde fuera. Se puede estimular ejercitando sistemáticamente la curiosidad por los nuevos descubrimientos, ideas, etc.
- **Creatividad Interna:** Es descubrir en el propio pensamiento nuevas formas de hacer las cosas o nuevas cosas que hacer.

Todo el mundo puede ser creativo, pero *¿qué significa ser creativo/a?*

La creatividad está ligada al cambio, a ser productivo/a, a originar, a tener recursos, a resolver problemas, a concebir a partir de un descubrimiento, a inventar, fabricar, elaborar; en definitiva, a diferenciarse. Significa abrirse, aceptar otros "puntos de vista", mirar con amplitud, perder el miedo. Ser creativo/a es pensar de otra manera:

- Buscar otras respuestas, otras maneras de hacerlo
- Mirar de otra manera, desafiar la lógica habitual
- Ser positivo, usar la fantasía
- Romper las reglas
- Atreverse a cometer errores
- "Todos somos creativos"

A pesar de que la creatividad es algo innato en algunas personas, generalmente limitamos nuestra creatividad por condicionamientos culturales. Estos son los bloqueos más comunes a la creatividad:

- Temor a no ser creativo/a,
- La trampa de la lógica,
- Tener una actitud negativa,
- Temor al fracaso,
- Seguir siempre las reglas,
- Hacer suposiciones o arrastrar estereotipos,



- Temor a resultar estúpido/a,
- Tener una actitud o mentalidad cerrada.

1.17. Trabajo en equipo

Tanto si los emprendedores estamos asociados, como no, debemos tener en cuenta la importancia de saber trabajar en equipo, con el fin de lograr una armonía y obtener el mayor beneficio resultante de la suma de las ideas de todos. Los equipos de trabajo de alto rendimiento se caracterizan por producir más y de mejor calidad gracias a la colaboración que existe entre ellos.

1.18. Diferencias entre el trabajo en equipo colaborativo y el competitivo

Trabajo colaborativo	Trabajo competitivo
<ul style="list-style-type: none">• O bien nos hundimos todos, o bien nadamos juntos y nos salvamos todos• Trabajo en equipo para conseguir metas juntos• El beneficio de uno es el beneficio de todos• Se facilita y se celebra el éxito de todos• Influencia de todos hacia la consecución conjunta de la meta• Dirección hacia la resolución del conflicto• Pensamiento muy divergente y capacidad de asumir riesgos• Alta aceptación y apoyo de todos• Alta implicación emocional Gran compromiso por parte de todos• División y reparto de tareas• Interacción y colaboración• Alta confianza.• Poco miedo al fracaso	<ul style="list-style-type: none">• Yo nado, tu te hundes, yo me hundo• Trabajo solitario, solo unos pocos pueden conseguir las metas• Si uno se beneficia, los demás pierden• Se obstruye el éxito de los demás• Unos influyen en otros contra la consecución de la meta• Cada uno se propone ser mejor que los demás• Pensamiento poco divergente y menos arriesgado• Poca aceptación y apoyo de los demás• Sólo se da implicación por parte de los sujetos que tienen oportunidades de ganar• Imposible división de tareas• Se resalta la comparación social, se busca sobresalir• Baja confianza• Mucho miedo al fracaso

Fuente: Medina Rivilla, Antonio. Didáctica General Editorial Universitas

Para que el trabajo en equipo funcione, el emprendedor deberá ofrecer unas facilidades:

- Comunicar con claridad los objetivos del equipo de trabajo
- Proporcionar conocimiento, flexibilidad y confianza en el equipo
- Proporcionar todos los recursos necesarios para que el equipo funcione



3. Las oportunidades de negocio

Todos los emprendedores crean su proyecto en base a una idea que surgió, en su momento, por la identificación de una oportunidad de negocio.

Las ideas de negocio parten de diversos orígenes:

- **El currículum formativo** del emprendedor, ya que es habitual que un emprendedor desarrolle una idea a partir de los estudios que realizó. Por ejemplo, montar una pastelería si estudié repostería.
- **El currículum profesional** del emprendedor, ya que la experiencia profesional marca a la persona y encamina su futuro conforme a ella. Por ejemplo, si desarrollé mi trayectoria laboral en torno a la informática, aunque estudié ciencias químicas, es posible que quiera montar una consultora informática.
- **Importación de ideas de negocio del extranjero** que pueden funcionar bien, con las adaptaciones pertinentes, en España.

Ejemplo

Un ejemplo de importación de ideas del extranjero en España es el caso de los cupcakes, pequeñas porciones de pastel, muy decorados, de origen neoyorquino.

<http://www.cupcakemadrid.com/>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Cupcake>

<http://www.condosbolsasencadamano.com/2010/05/cupcake-madrid-nada-que-envidiar-nueva.html>

Se están creando infinidad de negocios relacionados a este tipo de pastelería.

- **Cambios sociales y demográficos**, que brindan nuevas ideas a los emprendedores: nuevos segmentos de población, cambios en los estilos de vida, etc.

Ejemplo

El caso de los “adulescentes”, un nuevo estilo de vida que lleva a los adultos de más de 30 años a consumir productos que, en principio, son para niños. Es el caso de las colecciones de clicks de Famobil o los legos.

<http://www.holacaracola.es/> es una tienda especializada en artículos de juguete para colección, donde el cliente puede reencontrarse con su pasado: Barriguitas, Madelman, Nancy, artículos de la Guerra de las Galaxias...

- **Nuevos tipos de ocio**, como es el caso de regalar un curso de cata de vino.
- **Las nuevas tecnologías** demandan nuevos servicios, tanto para el particular, como para las empresas.
- **Una mayor preocupación por el medio ambiente**, favorece el surgimiento de empresas relacionadas a las energías renovables.
- **El análisis de los mercados** llevan a encontrar oportunidades de negocio como la necesidad de una guardería o de un gimnasio en una determinada localidad.
- **Las aficiones** de muchas personas favorecen la identificación de oportunidades de negocio. Además, muchas personas consiguen dedicarse a lo que realmente les gusta, como es el caso de los jóvenes cuyo trabajo es probar videojuegos.



1.19. Técnicas para la búsqueda de oportunidades de negocio

Como vimos en el anterior capítulo, el emprendedor debe ser una persona con alta capacidad de creatividad e innovación desde el primer momento. Es posible que el emprendedor haya tenido una idea general, que se detecta como una posible oportunidad de negocio. Sin embargo, las ideas deben plasmarse en la realidad y para ello, el emprendedor necesitará desarrollar nuevas ideas más pragmáticas y objetivas, que puedan hacer posible un determinado proyecto empresarial.

Existen diferentes técnicas para entrenarse a la hora de buscar ideas:

1. **Pensar de otra manera para cambiar la perspectiva y aportar creatividad.**
2. **Escuchar a otras personas y fomentar el trabajo en grupo**, colaborativo, con el fin de generar más y mejores ideas que las que se obtienen de una sola persona.
3. **Analizar problemas** y sus causas ayuda a encontrar diferentes posibles soluciones.
4. **Identificar necesidades de consumidores.** Las empresas se dirigen al cliente y no al producto, por tanto, el objetivo de cualquier organización es detectar las necesidades que tiene el mercado para ofrecer productos y servicios que las cubran.
5. **Desarrollo y reinención de productos ya existentes**, combinándolo con otros productos, hacerlos más rápidos, más limpios, portátiles, desechables, más ligeros, con menos calorías, más silenciosos o más ruidosos, con más opciones de serie, etc.
6. **Identificación de las competencias** o capacidades del emprendedor.

Consejos

Para detectar oportunidades con mayor facilidad:

