**Autonomía personal y reconocimiento ajeno**

Usted parece ser una persona que busca en su proyecto empresarial la oportunidad de ganar un espacio de libertad que no encuentra trabajando para otros, por muy prestigiosa que sea la empresa. Si ya ha probado esta experiencia, es muy probable que nunca vuelva a trabajar por cuenta ajena, pero no olvide que las cosas pueden cambiar y debe asumir la posibilidad de que tenga que hacerlo. Procure mentalizarse de ello y prepárese para esa contingencia, pues la primera empresa de un emprendedor es él mismo, es decir, su desarrollo como persona, y su capacidad para superar sus retos y mantenerse sereno ante el éxito. Recuerde lo que le coreaban a César los ciudadanos romanos al volver exitoso de sus campañas militares: “No olvides que eres mortal”.

**Compromiso personal y tolerancia al fracaso**

Usted parece ser una persona comprometida con su proyecto. Por él siente una especie de pasión que le lleva a trabajar duro y a desarrollar un escenario óptimo en el que poner en práctica lo que tiene en mente. Y esto lo hace con criterio analítico, midiendo el riesgo. Esta actitud le permite afrontar lo inesperado de forma positiva y salir airoso en muchas ocasiones. Debe cuidar esa energía interior, esa motivación, manteniendo el mejor equilibrio posible entre su vida personal y familiar, por un lado, y su actividad profesional, por el otro, y valorando al máximo las satisfacciones que le proporcionan las dos primeras. Aunque a veces no lo parezca, eso es lo más importante.

**Motivación para ganar dinero**

Mucha gente que monta una empresa piensa que hay cosas más importantes que el dinero, como es el tener un nivel y calidad de vida aceptable y hacer cosas que les gustan. Esto supone buscar un equilibrio entre la vida privada y la actividad profesional, y, como consecuencia del trabajo bien hecho, ya llegará el dinero.

**Necesidad del dinero para emprender**

La gente emprendedora sabe que el dinero no es imprescindible, aunque siempre habrá que hacer una aportación dineraria propia, cuya cuantía dependerá del tipo de negocio. Si la idea de negocio es realmente original, y el plan de empresa está bien elaborado, la financiación se puede buscar. Entonces, lo importante es saber conseguirla a través de otros inversores. Por tanto, más importante que el dinero es tener buenas ideas, y un buen equipo con el que ponerse a trabajar.

**Importancia de la Iniciativa**

Cuando se emprende con un nuevo proyecto, la predicción certera de su éxito o fracaso es prácticamente imposible. Si después de un gran esfuerzo no ve resultados, analice los motivos y trate de establecer medidas correctoras. Si aún así el proyecto sigue sin funcionar, no tenga reparos en abandonarlo. Mire el fracaso como un honor y emprenda sin miedo otro proyecto. Los errores pasados le servirán de formación y aprendizaje para alcanzar éxito en el futuro.

**Forma de trabajar**

Aunque tiene clara la importancia de marcarse objetivos a largo plazo, recuerde también que es bueno fijar y cumplir objetivos a corto plazo coherentes con los objetivos a largo. Le servirán como “conductores” y “facilitadores” en la consecución de los objetivos a largo plazo.

**Dedicación**

¿Qué limites está estableciendo a su dedicación? Tenga en cuenta que, aunque nunca se le hayan manifestado, existen límites físicos y emocionales que pueden hacernos frenar de golpe. La salud física o psíquica es primordial, y, para tener salud, hay que saber descansar y disfrutar de otros aspectos de la vida.

**Suerte**

A veces, pasan oportunidades por nuestro lado y no nos damos ni cuenta. Tenga suficiente flexibilidad y atención como para poder adaptarse y aprovechar esas oportunidades. No las deje pasar. ¡Existen! Una vez alcanzadas, recuerde que la suerte no dura siempre y trabaje duro.

## CAPACIDAD DE RELACIÓN (DE INFLUENCIA)

El éxito de un proyecto empresarial no sólo depende de los productos y/o servicios que la empresa ofrece, sino también de la capacidad de sus gestores para saber el papel que juegan tanto la organización comercial como la relación con su entorno.   
En esta sección le invitamos a que examine sus cualidades para establecer vínculos de afinidad, correspondencia, trato o comunicación con otras personas.

**Capacidad de comunicación**

¡Cuidado!, puede ser que lo que considera “lo bueno” es tal para usted y lo contrario para otros. Los productos o servicios no son buenos en sí mismos, dependerá quién sea su clientela y qué necesidades tenga. Por tanto, su oferta debe ser mostrada, expuesta, comunicada, dada a conocer, y además, de forma que transmita todo lo que considera que es bueno de ella porque va a satisfacer a ese cliente al que se está dirigiendo.

**Importancia de la función comercial**

Todos los emprendedores de éxito coinciden con usted en la importancia decisiva de la función comercial de la empresa. También insisten en un riesgo que hay que tener presente: no debe vender por encima de su capacidad de producción porque se puede asfixiar a la empresa, es lo que se llama “morir de éxito” cuando se produce un desajuste entre la función productiva y la comercial.

**Importancia de la definición del cliente potencial**

Está usted en el camino correcto. Para iniciar una empresa hay que tener claro que un negocio sin clientes no es nada, y actuar en consecuencia. Su modelo de empresa tiene que relacionarse de la forma más directa posible con el mercado para estar lo más próximo a sus clientes, y así pulsar continuamente cuales son sus necesidades. No se preocupe si su análisis inicial no coincide con la realidad, estudie el porqué y adáptese a ésta.

**Adaptación al mercado**

Su actitud frente al entorno le sitúa en el camino que han recorrido los emprendedores de éxito: un buen empresario debe estar atento a todo, las buenas ideas están en cualquier noticia del periódico o algún hecho que pasa a nuestro alrededor. Es imprescindible mantener una actitud activa de búsqueda continua, de asociación de ideas, que permitan plasmar sus aspiraciones en productos y mercados concretos.

**Planificación**

Pertenece usted al poco numeroso grupo de personas que tiene claro que es necesario planificar, organizar el presente y el futuro de su empresa. Saber lo que se quiere hacer y organizarlo en un plan de negocio ayuda a conocer donde queremos llegar, y aunque generalmente se hacen cambios en el corto plazo, hay que verlos como variaciones en la ruta pero no en el destino. Por tanto, no se preocupe si varían sus previsiones iniciales, es lo normal y él haberlas planificado permite entenderlas mejor.

**Calidad**

Su respuesta implica una estrategia de orientación al mercado que se identifica con las tendencias actuales que definen la calidad como satisfacción del cliente. Con esta orientación el concepto de calidad y su gestión se extienden a todas las fases de vida de un producto: desde la idea inicial, su fabricación o realización, hasta el uso que el cliente haga del mismo. Así, no reduciendo la calidad a su concepto estrictamente técnico, podrá entrar en un proceso de mejora continua pulsando las necesidades del mercado y reorientando su oferta que, gracias a ello, será mejor.

**Tolerancia al riesgo**

No hemos de olvidar que los riesgos están implícitos en la actividad empresarial, y por tanto, será un elemento presente en sus decisiones. Intente controlarlo al máximo, minimizarlo si le es posible, pero asuma que en los procesos de toma de decisiones no siempre podemos llegar a controlar todas la variables, y que incluso a veces hasta éstas las desconocemos. Sea cauto, pero aprenda a vivir con ello.

**Solución de problemas**

El empresario tiene que tener una actitud resolutiva, no huir de los problemas ni esperar a que el tiempo ni nadie los solucione. Es importante abordarlos sin demora, dedicar un tiempo a su análisis para conocer el origen de los mismos y facilitar la búsqueda de posibles soluciones. Y es en este análisis donde puede requerir asesoramiento que le sirva para tomar dediciones y lo que es más importante para enriquecerse profesionalmente.

**Gestión del riesgo**

Hay que asumir que el riesgo forma parte de la vida, para cualquier cosa que se quiera hacer o emprender. Si usted tiene como filosofía analizar todo el riesgo que implica una decisión, casi nunca tomará una y se perderá muchas cosas de esta vida.

**Afán de perfección**

Hemos de recordarle que la perfección no existe, al ser un concepto subjetivo siempre todo puede ser objeto de mejoras pero en los tiempos en que corren es indiscutible la necesidad de tener una actitud perfeccionista, una actitud de continua mejora en todo lo relacionado con el negocio, procesos, procedimientos, servicios, información, comunicación, etc., que permita sostener las ventajas competitivas de las empresas.

**Liderazgo**

Entendiendo por líder aquella persona con capacidad de influenciar en las personas, conseguir sacar lo mejor de cada uno de ellos, involucrarles en el desempeño del proyecto y aunar los intereses y objetivos del grupo con los del proyecto, es sin duda un factor que facilita la puesta en marcha de un proyecto empresarial. Se tiene más garantías de éxito cuando el esfuerzo, el entusiasmo, la implicación en el proyecto es del equipo y no sólo del promotor, sobre todo si detrás hay trabajo, esfuerzo, calidad y oportunidad.

**ctitud hacia el cambio**

Es evidente que todo emprendedor que lleva adelante un proyecto empresarial lo hace con el entusiasmo y la finalidad de aprovechar una oportunidad que ha detectado en el mercado, y no por el simple hecho de capear problemas y obstáculos y de salir de una rutina, por mucho que se lo plantee como un reto personal. Eso sí, hay que asumir que parte de nuestro trabajo va a estar encaminado a atender imprevistos y problemas que surgen en la gestión diaria de la empresa. Por esta razón se justifica la necesidad de realizar una planificación y una organización. Hay que tener claro el norte y no dejarse desviar, pero actuando con la flexibilidad suficiente para atender los pequeños imprevistos del día a día que también determinarán la calidad de nuestro trabajo.

**Reconocimiento externo**

Realmente el trabajo bien hecho y el reconocimiento y valoración que el cliente hace de él es lo que realmente satisface al empresario. Satisfacción interior de ver como su esfuerzo culmina en buenos resultados y lo que le reafirma a seguir adelante, apostando, trabajando y comprometiéndose con su proyecto. El reconocimiento social es agradable pero no es un objetivo ni una prioridad.

**dea de empresa**

Sin duda que sin una idea no se puede empezar. Conviene que sea concreta, lo más fácil al principio es dispersarse y esto generalmente es un desastre. Considere que a lo que va a dedicarse tiene mucho que ver con lo mejor que sabe hacer. Hable con sus futuros clientes, una idea que no se compra solo sirve para entretener el tiempo y nunca lleva a nada que se convierta en dinero.

**Producto o servicio de éxito**

Esta usted en el camino correcto. No se olvide del dicho “Toda finca es manifiestamente mejorable hasta la total ruina de su propietario”. Aquí pasa lo mismo. Hay que mejorar hasta donde se lo pida el cliente, con ello generará la tesorería necesaria para seguir mejorando, estudiando sistemáticamente la reacción de los clientes frente a sus productos o servicios para, en base a ella, mejorar productos y servicios que les generen mas valor añadido e innovar procesos que le permitan reducir costes.

**Investigación**

Forma parte de un grupo exquisito de emprendedores. Sin duda, en la medida que puede controlar el futuro no necesita predecirlo, justo lo contrario de lo que hacen la mayoría. Esto se consigue aportando nuevas soluciones que son fruto de la investigación. Si bien es cierto que el fin de la empresa es satisfacer las necesidades de los clientes, también es cierto que la competencia no sólo sucede dentro de los mercados, hay muchos mercados que no han sido creados aún y es en esos mercados donde están las principales fuentes de beneficio.

**Actitud sobre innovación**

Copiar y mejorar es una de las formas clásicas de la creatividad. En el mundo de la empresa es mucho más importante lo segundo que lo primero. Casi todo el mundo copia, pero la aceptación en el mercado viene por las mejoras, mejor precio, fiabilidad, diseño. Copiar milimétricamente novedades no es innovador, cada situación requiere adaptar la idea original específica a las propuestas que se lleven a cabo. Picasso también copiaba pero con una “ventana” delante que le permitió conseguir una nueva perspectiva. Merece la pena dedicarle tiempo a reflexionar para construir esa ventana, la visión de la empresa, suele ser mas apreciado por los clientes y es más rentable.

