

Introducción.

Colón, el emprendimiento y el éxito

Enrique Piñero Estrada

Creo apasionadamente en el poder de las metáforas, los símiles, las historias que sirven de ejemplo y las moralejas. Confío plenamente en las figuras literarias, expresiones y narraciones que nos permiten dar luz sobre fenómenos complejos, explicar procesos que nunca se reproducen de manera idéntica, que no se resuelven a través de fórmulas ni se rigen por algoritmos matemáticos.

Al mismo tiempo admiro a las personas que comienzan un viaje que encierra riesgos, temerosas pero decididas. Valoro a los que promueven ideas que contribuyen al movimiento, a los que inician la marcha hacia nuevas metas, a los que generan cambios. Apruebo y celebro a los que toman decisiones, a los que transforman piedras en catedrales, semillas en bosques, ideas en productos, a los que emprenden.

La unión de estos dos sentimientos, pasión y admiración, quizás puede explicar este empeño en buscar definiciones, ejemplos y vivencias que puedan servir de guía y lección para los que seleccionen el camino del emprendimiento. El entusiasmo por las palabras que señalizan caminos accidentados y el reconocimiento a las personas que fundan y guían, justifica este libro.

Hace muchos años, exactamente el 3 de agosto de 1492, un marinero nacido en Génova, Italia, partió del puerto de Palos de la Frontera en Huelva, España, en busca de una nueva ruta para llegar a las Indias. La expedición que dirigía estaba formada por tres embarcaciones a velas, denominadas carabelas: La Pinta, La Niña y La Santa María. El 12 de octubre, tras algo más de 2 meses de navegación y después de múltiples vicisitudes, la expedición formada por unos 90 hombres llega a la isla de Guanahaní, a la que bautizan con el nombre de San Salvador. Unos días después alcanzan las costas de la isla de Cuba y de La Española, hoy Santo Domingo. Cristóbal Colón y sus expedicionarios habían arribado a un continente desconocido en Europa, posteriormente denominado América.

Aún cuando parece ser que no fueron los primeros europeos que pisaban estas tierras, pues existen evidencias sobre expediciones vikingas que habían llegado a América del Norte muchos años antes y se habían asentado temporalmente en lo que hoy es Canadá, Colón había logrado una proeza que marcaría para siempre la historia de la humanidad. El encuentro entre Colón y su expedición y este continente significó el comienzo de las relaciones entre dos mundos desconocidos, el intercambio de sus culturas, la mezcla de sus habitantes, el fortalecimiento de algunos países europeos como potencias mundiales y la explotación por parte de ellos de las riquezas de América. Desde ese momento, la historia del mundo cambiaría.

Analicemos algunos aspectos relevantes relacionados con el viaje de Colón y sus resultados. Lejos de lo que podríamos imaginar, Colón no era un aventurero sin más objetivo que experimentar el riesgo de lo desconocido. Sin duda no temía a los riesgos y estaba dispuesto a afrontarlos, pero perseguía un fin, un destino que creía posible. Estaba convencido de la posibilidad de éxito de su viaje y ese convencimiento le infundaba valor para desafiar a todas las adversidades que lo acecharían. Parece ser que Cristóbal Colón tenía conocimiento de geografía, conocía el mar y los mapas. Esos conocimientos lo ayudaron a generar una idea y ponerla en práctica. Creía que la tierra era redonda, por lo que si viajaba hacia el lejano oriente, en dirección opuesta, por el Atlántico en lugar de por el Mediterráneo, llegaría al mismo destino. Puede parecer menos poético, pero no era un héroe que desafiaba a la muerte por el placer de vencerla. Era un marino con cierta experiencia que planificó con detenimiento su viaje. A pesar de las incertidumbres y los riesgos, estaba dispuesto a embarcarse en aquella aventura pues creía rotundamente en las posibilidades reales del mismo.

Otro aspecto relevante, Colón necesitaba ayuda económica para llevar a cabo la expedición, por lo que tuvo que “vender su idea”, convencer a otros para que financiaran aquel viaje. Buscaba a un inversor y no le resultó fácil. Presentó su plan a varios nobles y monarcas en reiteradas ocasiones sin que estos creyeran en él, hasta que los Reyes Católicos de España aceptaron apoyarlo. Debió presentar su proyecto con perseverancia, justificar sus posibilidades, demostrar su viabilidad. Tenía una idea bien estructurada, un plan estudiado, fundamentado en experiencias y conocimientos, y finalmente logró demostrarles a los reyes Fernando e Isabel que obtendrían un beneficio a cambio de su apoyo.

No podemos decir que con la ayuda de los Reyes católicos terminaron los obstáculos. Tan solo era el inicio. La expedición se puso en marcha y tres carabelas zarparon al mar. Más de dos meses de navegación en aquellas condiciones podía constituir todo un calvario. Hasta el momento en que el marinero Rodrigo de Triana, gritó: ¡Tierra!, Colón tuvo que enfrentarse a los elementos de la naturaleza y guiar los sentimientos de 90 hombres de diferentes orígenes e intereses, marineros, cam-

pesinos, expresidarios. Gestionó más de un motín a bordo, animó a los desesperanzados, calmó a los impulsivos, unió a sus mandos y los condujo a tierra firme.

Seguramente en más de una ocasión Colón necesitó repasar sus razones y fortalecer sus creencias para no flaquear, para no dejar florecer en su rostro la incertidumbre. Debió motivar a sus hombres y automotivarse él, para mantener intacta la esperanza del éxito del viaje, para no perder la fe en su misión. Más allá de sus creencias y valores, e impulsado por ellas, Colón guió a la expedición a buen puerto. Fue un líder.

Reflexionad un instante, tres embarcaciones de madera movidas por velas y tan solo unos 90 hombres atravesando un océano. ¡Qué osadía! Observad cuánto esfuerzo, qué grandeza la de su viaje. Sin embargo, y esto lo digo en voz bien alta por su importancia, ¿qué hubiera pasado si Colón no hubiera llegado a América? Si su expedición hubiera abandonado la misión sin llegar a tierra alguna, ¿habría fracasado?

La respuesta a esta última pregunta seguramente es afirmativa. Si la expedición no hubiera llegado a esas islas en ese continente, probablemente Cristóbal Colón no fuera tan conocido. Incluso podría haber pasado inadvertido, perdiéndose entre los entresijos de la historia. Sería injusto, pero quizás su viaje hubiera sido olvidado e ignorado con el paso del tiempo. Aún cuando se lanzó a una aventura tan arriesgada y original, a pesar de todas las dificultades y de tanto esfuerzo, si no hubiera llegado a tierra firme en un lugar de América, Colón no habría cambiado el mundo.

Si Colón hubiera regresado al puerto de Palos sin encontrar un puerto donde desembarcar al otro lado del mundo. A pesar de haberlo intentado todo, entregado sus fuerzas, recursos e incluso parte de su vida para llevar adelante su idea. Aún cuando navegara día tras día, luchando con las inclemencias de la naturaleza, la desconfianza de sus capitanes y los motines de los marineros, si no hubiera tenido éxito, ¿sería Colón, un modelo a seguir para los emprendedores?

EL EMPRENDIMIENTO

Según la Real Academia de la Lengua Española el significado de la palabra emprender es *“Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”*.

Fijaos detenidamente, el término emprender no hace referencia al cumplimiento de los objetivos que persigue la obra, se funda el negocio o para los que se dedica empeño. Si nos ceñimos al significado literal, lo importante es comenzar el viaje, a dónde se llega es intrascendente. Curioso desde el punto de vista académico, terrible desde el enfoque práctico.

Observad a vuestro alrededor, ¿qué sería de un mundo pleno de emprendedores que comienzan obras y negocios y los abandonan o quiebran, en un periodo relativamente corto de tiempo? ¿Qué sería de esos emprendedores? Sobre todo de los que inviertan todos los recursos que posean en la apertura del negocio. ¿Qué pasaría si después del fracaso no les quedara dinero, ni ánimo, para volver a emprender otro viaje? Se les podría decir que lo importante no es el puerto, lo importante es el viaje. ¿Sería esto suficiente?

Si no se focaliza la atención en la viabilidad de las empresas de nueva constitución y su crecimiento, se estaría restando importancia al fin con que las mismas son creadas. Se podría animar y promover: emprender es fácil, ¡tú puedes! ¡Saca el emprendedor que llevas dentro! ¡Si te caes, vuelve a levantarte! ¡El hombre no se mide por las veces que se cae, sino por las veces que se levanta! Se podrían fundar cientos de empresas, miles de organizaciones cada día, pero no se lograría beneficio alguno si nos centramos únicamente en el primer paso, sin importar el éxito que alcance cada uno de esos nuevos negocios.

Debo aclarar, que valoro con total convicción el comienzo de toda empresa. El inicio y la apertura de la obra es el paso más importante para llegar al fin. Es reconfortante y necesario tener entre nosotros, a nuestro lado, a muchas personas que estén dispuestas a emprender. Sin embargo hay que alertarlos, el proceso será complejo, mantener un negocio estable y hacerlo crecer es una meta difícil de alcanzar. Es posible, claro que es posible, pero les aguarda un viaje lleno de obstáculos con luces y sombras. Cada viaje que se inicia es un pequeño paso al desarrollo, pero el objetivo es llegar a algún puerto. Para ello nos embarcamos.

Cuando se emprende se corre el riesgo de fracasar. Ya lo he dicho, emprender es un proceso muy complejo. Cada nueva obra es diferente y costosa, no hay recetas exactas que nos garanticen el éxito, pero justo por esta complejidad es decisivo tomar todas las precauciones factibles para intentar llegar a un buen destino.

Acerca del inicio y la finalidad del emprendimiento permitidme compartir con vosotros una cuestión. La pregunta sería: ¿Qué es lo importante, iniciar el viaje o el puerto a donde se llega?

Yo diría, os digo, que el viaje es tan solo el comienzo, lo importante es el fin. Soy consciente de que puedo parecer muy pragmático, poco sensible, como si ignorara la belleza de andar y andar sin importar a dónde ir, la riqueza del aprendizaje de las experiencias vividas aún cuando sean negativas. Nada más lejos de la verdad, aprecio la toma de decisiones y el movimiento, pero no hablamos de un paseo con consecuencias relativamente intrascendentes. Cuando nos referimos a emprender se trata de invertir dinero, muchas veces ahorros de años, incluso préstamos que generan deudas que pueden esquilmar la felicidad. Nos referimos

a empeños y esfuerzos de gran magnitud, horas y horas de trabajo, posiblemente grandes sacrificios en busca de un objetivo.

Emprender significa comenzar una obra, un negocio y hacerlo sostenible, mantenerlo en el tiempo. Emprender implica soñar, crecer, aprender, solo que puede tener un coste, que en algunos casos resulta muy alto. Hay que decidirse a viajar y disfrutar del camino, pero tomando todas las medidas posibles para intentar alcanzar la meta. El viaje puede estar plagado de obstáculos, cubierto de trabas y de malos momentos, por lo que hay que tener claro a dónde se quiere llegar y si es posible conocer cómo llegar. Será difícil, pero es posible.

Colón lo logró, otras personas durante muchos años lo han logrado. Tu entorno está lleno de negocios fundados por emprendedores que han conseguido hacer estable la obra que iniciaron. También es verdad que el índice de fracaso de nuevos negocios es aterrador, más razón para elegir cuidadosa y adecuadamente el proyecto y prepararse para liderarlo y guiarlo hacia el crecimiento y la estabilidad.

Es cierto, si emprendemos un negocio y tenemos que abandonar, podemos aprender de la experiencia negativa. Es posible convertir un fracaso en una oportunidad de aprendizaje y crecimiento. Si un viaje no sale bien, aprendemos, nos preparamos y volvemos a partir. A base de perseverancia se atraviesan mares y océanos, pero lo ideal, lo eficaz y en muchos casos lo prudente es llegar en el primer viaje. Sobre todo si no se cuenta con los recursos necesarios para retomar otros caminos.

No existen fórmulas para garantizar el éxito de una empresa, pero sí hay conocimientos, experiencias y buenas prácticas que ayudan a preparar el viaje, a planificarlo y tomar decisiones ante las dificultades. Se puede aprender de las vivencias de otros emprendedores, escuchar sus consejos y adaptar sus recomendaciones a la particularidad de cada negocio. Se aprende de los expertos, de los profesionales que han dedicado años al estudio y análisis de comportamientos y tendencias de los mercados y las empresas, que han acompañado a personas que han emprendido, asesorándolas, compartiendo sus logros y sus reveses.

Personalmente animo a todo el que lo esté deseando a emprender su propio viaje, pero me atrevería a sugerirle, casi exigirle, que lo planifique, que se prepare, que se forme, que tome todas las medidas posibles para incrementar las posibilidades de llegar a buen puerto.

Desde mi experiencia, y con el ánimo de contribuir a allanar en alguna medida el abrupto camino del emprendimiento, me atreveré a dar algunos consejos que espero puedan resultarle útiles a todo el que tiene una idea y se dispone a llevarla a la práctica.

Calcula bien cuánto estás dispuesto a arriesgar. Te lo diré de un modo coloquial: no te lances con todo sin medir las consecuencias. Debes saber cuánto puedes o estás dispuesto a perder tanto como qué harás con todo lo que ganes. ¿Pesimismo? No, prudencia. Aún cuando con frecuencia escuchamos: *este negocio es mi vida*, tu vida y tu felicidad vale más que cualquier negocio.

Está muy bien que no pongas límite a tus sueños, al esfuerzo, a la perseverancia, pero mide bien hasta dónde puedes poner en juego todo lo que tienes o lo que te han prestado. Emprender es una tarea difícil, es posible constituir una empresa nueva y llegar a ser competitivo y sostenible, pero existen muchos riesgos y una probabilidad significativamente alta de fracaso.

Enfócate. Una vez que hayas determinado las características de tu negocio y la estrategia a seguir debes centrarte en alcanzar la ventaja competitiva que hará que tu empresa sea viable en el tiempo. No debes cambiar de objetivo ante la primera dificultad o dejarte fascinar por servicios y productos supuestamente ganadores que no estén relacionados con tu negocio. Se flexible, adaptándote a los cambios y necesidades del entorno pero sin perder de vista los fundamentos de tu empresa. Es necesario que los clientes identifiquen tu marca y la asocien a determinados productos y servicios.

Sé paciente. Todo proceso que genera valor necesita un tiempo de desarrollo. Cuando se emprende un negocio es necesario pasar por diferentes fases, debes estar dispuesto a esperar y preparado para resistir. Las prisas pueden llevarte a omitir etapas imprescindibles para que tu empresa se posicione y gane clientes. El nacimiento de un negocio está asociado a una serie de pasos y pruebas que te permitirán escalar los procesos y mejorar los resultados hasta ser competitivo. Es cierto que hay sectores donde se puede crecer más rápidamente que en otros, pero en cualquier caso te llevará tiempo lograr que la empresa sea rentable.

Prioriza. Detecta las necesidades de tu cliente y determina los atributos de tu producto o servicio que él valora más. Se te pueden ocurrir muchas cosas por hacer, pero todo cuesta y no siempre se cuenta con los recursos suficientes; en ello incluyo tu tiempo. Analiza las posibles acciones que puedes desarrollar y prioriza las más eficaces. Invierte en los sistemas, procesos y procedimientos que mayor impacto tienen en la satisfacción de tu cliente. No inviertas en lo que a ti te gusta o prefieres. Claro está, para ello debes conocer a tu cliente tanto como a tu negocio.

Decide lo que debes decidir hoy, pero piensa en mañana. No tomes decisiones como si el mañana no existiera. En muchas ocasiones nos dejamos llevar por las circunstancias del momento y no apreciamos los sucesos en toda su magnitud y complejidad. Cuando estés solucionando un problema que te afecta en ese instante, reflexiona en las consecuencias que puede generar mañana la solución que empleas hoy.

Debes medir el impacto de las medidas que tomas, surgirán dificultades que necesitan una respuesta inmediata, no dilates la decisión pero analiza si la salida que propones es duradera o si solo estás “poniendo un parche”.

Sé creativo a la vez que planificado. La creatividad no está reñida con la planificación, hay que saber hacia dónde se va para determinar los aspectos que se deben mejorar. Pon la creatividad en función de aquellos objetivos que quieras alcanzar. Ser creativo no significa necesariamente tener una idea cada diez minutos, sino aplicar ideas originales en la solución de problemas o el desarrollo de una acción. La planificación te permite crear espacios para fomentar la creatividad y seleccionar los procedimientos, procesos, servicios o productos en los que quieres ser creativo.

Aprende de la experiencia de otros. No solo aprendemos de las experiencias que vivimos en primera persona, se puede aprender de los fracasos y los éxitos de otros, es una buena forma de multiplicar las vivencias y ahorrar tiempo. Si analizas a la competencia y a otros emprendedores y negocios con aspectos similares podrás desarrollar y mejorar aquellas prácticas que han resultado exitosas y evitar las que no han funcionado. Cada emprendedor y todo negocio son diferentes, no existen fórmulas que garanticen la reproducción de los mismos resultados pero sí hay principios, procedimientos, y acciones que pueden funcionar de manera análoga y aportar efectos similares, sobre todo en entornos equivalentes.

Te aseguro que siempre hay cosas por aprender y que todas las personas pueden enseñarte algo nuevo que puede resultarte útil.

Forma a tu equipo. Si quieres contar con un equipo de personas competentes que estén en condiciones de aportar calidad a tu negocio, proporciónales formación. Las competencias constituyen la base del rendimiento y una vía para motivar y comprometer a los miembros de tu equipo. Sin la formación necesaria para realizar las funciones asignadas a cada puesto de trabajo no hay buena productividad. Para gestionar bien tus recursos selecciona las competencias que debes priorizar y las funciones que en cada momento son más importantes según los objetivos y la estrategia de tu negocio. Te aseguro que la formación bien planificada es una inversión no un gasto. Tengo una frase que suelo utilizar cuando converso con un directivo o un emprendedor que niega la importancia de la formación en la empresa y la describe como un gasto elevado. La utilizo con cierta ironía e intención de provocar una reflexión al respecto: *si usted cree que la formación es cara, pruebe con la ignorancia.*

Confía en ti y sé positivo. La forma en que pienses marcará tus actos. Si crees que puedes emprender un negocio y hacerlo crecer, lo intentarás muchas veces y no te rendirás ante el primer obstáculo. Te esforzarás continuamente y buscarás alternativas para cada impedimento, incrementando las posibilidades de llegar

a la meta. Si crees que no puedes, no podrás. Sé positivo, no lamente excesivamente las malas decisiones, aprende de ellas y aplica las enseñanzas para evitar que se repitan los mismos errores. Reconfórtate con los logros, aún cuando sean pequeños, resalta los aspectos positivos de cada situación y celébralos. Paso a paso alcanzarás tus objetivos.

Rodéate de personas optimistas, que confíen en ti y en tu proyecto, que sean críticas pero que te animen, apoyen y ayuden a construir tu obra.

Toma distancia. Puede resultar paradójico, pero considero que en ocasiones para entender un tema complejo, resolver una situación problemática o tomar ciertas decisiones, ayuda alejarse del escenario o entorno donde se genera el conflicto. Con frecuencia la propia intensidad de los hechos y su magnitud nos impide tener una visión general y acertada de lo que está ocurriendo. Créate el hábito de salir, con cierta frecuencia, del interior de tu negocio, del centro de los problemas, para observarlo todo desde lejos, reflexionar, y medir tus actos y sus consecuencias. Tómate un tiempo de relajación y cambia el rol de protagonista por el de espectador. Cuando nos distanciamos del problema, podemos desembarazarnos de los intereses y emociones asociados al mismo, y observarlo todo con mayor objetividad y serenidad. La puesta en práctica del proverbio “no dejes que los árboles te impidan ver el bosque”, puede resultar eficaz.

Sé un líder. El máximo responsable de tu proyecto eres tú. Debes guiar al equipo y al negocio a buen puerto. Mantente bien despierto para que cumplas tus sueños, trabaja y motiva para que tus colaboradores trabajen motivados. Aplica adecuadamente la política de premios y sanciones, la disciplina y la satisfacción no están reñidas, pueden ir de la mano. Determina las funciones de los miembros de tu equipo y los objetivos que deben alcanzar. Es muy importante que cada uno de ellos sepa qué tareas debe realizar, con qué medios cuenta, qué se espera de su trabajo y qué recibirá a cambio. Analiza los resultados y determina las áreas de mejora, implica y compromete a todo el equipo en la mejora continua.

Genera un entorno laboral de bienestar donde todos quieran y puedan aportar. Promueve y facilita valores y hábitos que hagan que tu negocio crezca. Si no eres un líder, fórmate, aprende a influir en los que te rodean para que remen en la misma dirección que tú.

Un aspecto muy importante, tu eres el líder pero no debes convertirte en el único eje sobre el que se mueva el negocio. Si te conviertes en la persona imprescindible para que la empresa funcione, si todas las decisiones pasan por ti, si no hay movimiento si tú no lo inicias, si crees que la empresa se hunde si tú faltas, te habrás equivocado. Tu objetivo debe ser mostrar el camino, motivar, formar y acompañar al equipo durante su desarrollo, para que en el futuro quieran y sean capaces de seguir adelante por sí solos. Pasa de guiar a apoyar, ese es un liderazgo eficaz.

Ten claro hasta dónde quieres llegar. Así como debes saber cuánto puedes o quieres arriesgar en tu emprendimiento, también es recomendable que determines hasta dónde quieres llegar, cuál es tu finalidad y el destino de tu negocio. Pregúntate por qué has emprendido, algunas de las razones pueden ser: fundar la empresa “de tu vida”, ayudar a otros, auto emplearte, vender ese negocio y volver a emprender, crecer si es posible hasta constituir un gran grupo de empresas y ser líder en el sector, etc. La estrategia a seleccionar para gestionar la empresa y muchas de las decisiones que tomarás estarán marcadas en gran medida por el objetivo que persigas. Cuántas personas empleas, cuantas líneas o áreas constituyes, la posible solicitud de préstamos, la búsqueda de inversores, expandirte a otros mercados, estabilizar tu negocio y no crecer más, crecer lo más rápido posible, éstas son algunas de las cuestiones que probablemente tendrás que afrontar. Es cierto que en muchas ocasiones, según vaya la empresa y el mercado, se van determinando las metas y las respuestas a las problemáticas anteriores, pero es trascendental para el negocio, y para ti, determinar dónde está el puerto al que deseas llegar y plantear la estrategia adecuada y eficaz que te conduzca al mismo.

Antes de determinar el destino, el camino que tomarás y la velocidad a la que quieres llegar, te sugiero que definas con la mayor exactitud posible qué es para ti el éxito.

EL ÉXITO

A través de las palabras asociamos objetos, ideas, acciones y sentimientos. Si decimos *mesa*, todos sabremos a qué nos referimos, si pronunciamos el verbo *correr*, también tendremos una definición bastante exacta, así podríamos citar muchas otras. Sin embargo, podemos encontrar términos que tienen una interpretación amplia y en ocasiones un tanto imprecisa. Si indicamos *interesante*, *comprometido*, *exigente*, *esfuerzo*... podríamos obtener una definición relativa de su significado y alcance. De igual modo ocurre con la expresión éxito.

Todos, en alguna medida, perseguimos el éxito, pero probablemente cada uno de nosotros difiere en el sentido y la dimensión que le da a este vocablo. Por ello, es conveniente que entendamos a qué llamamos éxito y lo más importante, que aprendamos a reconocer cuándo lo hemos alcanzado.

Lo más preciso que se me ocurre para definir el término éxito, es asociarlo al cumplimiento de los objetivos que nos hemos trazado. Cuando iniciamos una acción o mantenemos un comportamiento, consciente o inconscientemente, perseguimos un objetivo. Una meta que está relacionada con una necesidad insatisfecha. Podemos afirmar que el motivo que nos pone en movimiento es la satisfacción de una necesidad. Como sabemos, no todas las personas tenemos las mismas necesi-

dades, incluso un mismo individuo puede tener necesidades de diversa naturaleza durante el transcurso de su vida. De ahí que con el paso del tiempo nuestras aspiraciones y motivaciones puedan variar.

Dicho esto, encontramos una estrecha relación entre las necesidades, asociadas a un estado interno que provoca que determinadas acciones y resultados parezcan atractivos, y los comportamientos.

Necesidad insatisfecha → Motivo → Comportamiento → Necesidad satisfecha

Es decir, a partir de una necesidad se crea un impulso a realizar una acción que satisfaga dicha necesidad. Probablemente no somos conscientes del todo, pero cuando decidimos los pasos que vamos a dar en la vida, nos estamos trazando objetivos que consideramos beneficiosos para nosotros. Buscamos satisfacer una o varias necesidades no cubiertas o insatisfechas.

Quizás lo entendamos mejor con una expresión muy coloquial: soy feliz, no necesito nada más. Cuando una persona afirma esto, es porque ha llegado a un estado de plenitud donde ha alcanzado los objetivos que le hacen sentir satisfecho.

Entonces ¿por qué resulta relativo el significado de la palabra éxito? Esto se debe a que no todas las personas tienen o sienten las mismas necesidades por lo que sus objetivos y metas pueden diferir. Si trasladamos este análisis al proceso del emprendimiento, podríamos encontrar múltiples y variadas razones que impulsan a una persona a constituir o fundar un negocio. Como pueden ser:

- No tener empleo, lo que obliga a la búsqueda de una fuente de ingresos.
- Sentirse realizado consigo mismo, creando una obra.
- Trabajar para sí mismo, sin jefes ni responsables.
- Sentirse importante, reconocido y admirado por los demás.

Cada uno de estos motivos está asociado a necesidades diferentes y se manifiesta de una u otra forma, se refuerza o atenúa, según la personalidad propia de cada emprendedor. Si te preguntas ¿por qué emprendo?, podrás llegar a una serie de objetivos que marcan el estado en que deberías estar satisfecho. Cuando cumplas dichos objetivos, habrás alcanzado el éxito. Esto, si durante el viaje no cambian tus necesidades y aspiraciones y ya no te contentas con el puerto al que soñabas llegar en un inicio.

El viaje del emprendimiento puede resultar tan escabroso que sería una verdadera pena pasar cerca del puerto anhelado, no reconocerlo y seguir navegando perdido. Fijaos lo importante que puede resultar definir el objetivo que queremos alcanzar. En otras palabras, si no identificas por qué emprendes, qué te haría feliz,

y lo repasas cada día, podrías estar toda la vida en busca de un éxito que nunca encontrarás.

Conozco empresarios que no están satisfechos con el alto crecimiento de su empresa y el cambio que esto ha provocado en su vida. A pesar del gran negocio que han construido, y la admiración que pueden provocar, no son felices dada la dedicación casi total que deben mantener con su negocio. Conozco a otros que por el contrario desean que su empresa sea líder y se esfuerzan prácticamente todas las horas del día para ello. Para estos últimos, el negocio lo es casi todo, y crecer continuamente hasta ser el mejor significa una parte muy importante de su felicidad.

No existen normas ni paradigmas para alcanzar el éxito. No hay recetas ni instrumentos que permitan evaluar los niveles de satisfacción de un emprendedor. Cuando nos referimos a un emprendedor de éxito, no deberíamos utilizar únicamente como indicadores los niveles de facturación, el número de empleados o la cantidad de centros constituido. El éxito está asociado a un estado interno basado en las necesidades, creencias, valores y experiencias de cada individuo. Un emprendedor de éxito puede ser tanto el que funda un pequeño negocio y lo mantiene estable como el que convierte su negocio en una gran empresa de alcance internacional.

Quizás deberíamos separar el éxito del negocio del éxito del emprendedor. El primero haría referencia al nivel de crecimiento de la empresa, medido con los indicadores citados anteriormente, facturación, número de empleados, etc. En cambio el éxito del emprendedor se mediría con el nivel de cumplimiento de sus objetivos personales, aquellos que lo llevaron a emprender, y se expresaría a través de su grado de satisfacción con la empresa, con el entorno que lo rodea, y consigo mismo.

El éxito no es un estado que se pueda describir con variables aplicables a todas las personas. No está asociado imperiosamente a cifras, ni a un destino único y determinado. No es ni debe ser una quimera, es relativo pero reconocible, intocable pero real. Es personal y alcanzable.

No cabe duda de que todo emprendedor comienza el viaje para alcanzar un puerto seguro, cumplir un objetivo, alcanzar una meta. Esta meta justifica la incertidumbre de la travesía y constituye el fin del emprendimiento. Por esta razón, podemos afirmar que no hay éxito si no se alcanza puerto alguno. Pero no se trata de llegar necesariamente más lejos, correr más o menos, crecer ilimitadamente o detenerse. Lo importante y decisivo para alcanzar el éxito, para ser feliz, es llegar al sitio donde se quiere estar.