

Los ocho tipos de emprendedor

El visionario, el rastreador, el especialista… hemos creado una tipología con los modelos más habituales de empresario. ¿Con cuál te identificas? No es lo mismo emprender por casualidad que por imagen o necesidad. De la misma manera que no es igual ser un Robinson Crusoe de la economía que un Sherlock Holmes. Hemos elaborado ocho tipos de emprendedores, con sus pros y sus contras. ¿Te reconoces?

A la hora de desarrollar esta tipología de la personalidad del emprendedor, hemos tenido en cuenta tres factores. Por un lado, las cualidades necesarias para emprender con éxito; por otro, las razones que llevan a lanzarse a la aventura y, por último, la forma en que una vez detectada la oportunidad, se le da solución. Para los expertos, existe una serie de cualidades comunes al emprendedor de éxito. Junto a la iniciativa, la creatividad, la perseverancia o la tenacidad, la mayoría cumple al menos tres de los cinco requisitos siguientes: gran capacidad para asumir riesgos, tolerancia a la frustración, pasión por todo lo que hacen, intuición y flexibilidad para adaptarse a la realidad del entorno. Pero todavía nos queda añadir algún ingrediente más en la coctelera de la personalidad de nuestro protagonista. El siguiente es el que viene determinado por la respuesta a las dos preguntas que formula Jordi Vinaixa, profesor del departamento de Creación de Empresas del centro de iniciativas empresariales de Esade: ¿Dónde encuentra la oportunidad? Y ¿cómo le da solución? A CADA UNO SEGÚN SU RESPUESTA. “Los emprendedores se dividen en función de cómo responden a esas cuestiones. No es lo mismo si busca satisfacer una necesidad actual ya existente o una nueva, porque tampoco se pondrán en marcha los mismos resortes ni se buscarán las mismas soluciones. En algunos casos, se encontrarán con la respuesta por azar, pero, en otros, habrá un proceso racional y analítico importante”; explica. ¿Con quién te identificas? 1. Robinson Crusoe. emprender por necesidad.“ Hay emprendedores que se ven obligados por las circunstancias a identificar oportunidades en el entorno. Son como Robinsones de la empresa y cuya subsistencia depende de identificar las posibilidades del entorno”; defiende Pablo Gonzalez, socio director de People Excellence. Características

- Normalmente emprenden por necesidad o por huida de las circunstancias actuales. No están satisfechos con su situación profesional o económica y deciden indagar nuevos rumbos.
- Son muy cautos a la hora de emprender y suelen embarcarse en proyectos pequeños que encajarían más dentro del prototipo de autónomos.
- La necesidad les obliga a exprimirse el cerebro por lo que acaban desarrollando un olfato para detectar oportunidades muy importante. Y son constantes y tenaces, por lo que acaban descubriendo la mejor manera de “obtener el trigo para su sustento”; como el Crusoe de Defoe.
- Tienen muy desarrollado el valor del esfuerzo individual y el papel del trabajo en el desarrollo humano y económico. Punto débil El telón de Aquiles de este tipo de emprendedores hay que buscarlo en que, a menudo, “les falta un Norte claro, les cuesta encontrar el rumbo”; insiste Pablo González. Cierto: la actividad emprendedora les eligen a ellos y no al revés, por lo que necesitan desarrollar un poco la personalidad empresarial. También tienden a dejarse llevar fácilmente por el desaliento ante el primer bache económico o empresarial, pero a cambio son también más perseverantes y, como se recoge en el informe GEM, suelen repetir la experiencia. Para ellos vale aquello de ¡Quién dijo miedo! Nuestro consejo Aprende a definir tu hueco y tu nicho de mercado para no estar a expensas de los vaivenes del parqué. Te convendría tener un poco más del modelo Tucker, que analizamos más adelante. Ser un poco más vertical u horizontal, según tus preferencias, para profundizar en los conocimientos. Especialízate en tu sector, profesionalízate y, si puedes, desarrolla tus debilidades directivas. Creatividad no te falta, puesto que has sido capaz de aprovechar las oportunidades. El ejemplo: Luciano Benetton. El Imperio Benetton surgió por la más pura necesidad. Su fundador, Luciano, tuvo que abandonar la escuela a los quince años a la muerte de su padre y empezar a trabajar en una tienda de ropa. Hoy su facturación supera los 2.000 millones de dólares al año.

2. Howard Hughes. El emprendedor visionario. Este modelo de emprendedor, identificado con la figura de Howard Hughes, es capaz de realizar diferentes tareas y hacerlas todas bien. Hughes construyó su primera emisora de radio con ocho años y a los 12, su primera bicicleta motorizada. Fue aviador, industrial, inventor… Sería el multiemprendedor que siempre está buscando dónde hacer negocio. Características

- Son muy versátiles y se atreven con cualquier entorno.
- Son vocacionales y pasionales, lo que les vuelve más comunicativos y persuasivos.
- Tienen poca aversión al riesgo.

Punto débil. Puede caer en lo que Pablo González, de People Excellence, denomina el “noncloser”; el que no acaba de cerrar una estructura. Está permanentemente abriendo puertas, pero no cierra ninguna”. El resultado es que puede ser percibido como inconstante, porque cambia de objetivo continuamente. Nuestro consejo Es importante adquirir constancia y no saltar a otro proyecto hasta que no hayas cerrado el anterior. Y cada vez que cambies de objetivo, trata de comunicar las razones de tu cambio de opinión y justifícalo. Ejemplo 2. Richard Branson. Richard Branson, fundador de Virgin, es en la actualidad el modelo de emprendedor que representa como ningún otro lo que es el enfoque global y visionario: empresario discográfico y de compañías aéreas, promotor de vuelos suborbitales, aventurero y recordman. 3. El tío Gilito. El modelo de empresario inversor. Sería el que tiene un capital y decide crear una compañía. Busca la rentabilidad por encima de todo. El personaje de ficción que mejor se ajustaría a este perfil sería el Tío Gilito, siempre contando sus monedas de oro. Una variación de este modelo es la del emprendedor que crea empresas con la idea de venderlas. Características.

- Todos deberíamos tener algo del Tío Gilito en su mejor acepción: buscar siempre la rentabilidad y las oportunidades en cualquier circunstancia. Son capaces de ver siempre el vaso medio lleno.
- Su búsqueda constante de la rentabilidad les agudiza su aversión al riesgo, lo que puede paralizar grandes proyectos. Punto débil. El hacer dinero sin más rara vez estimula lo suficiente como para seguir creyendo en el proyecto

una vez que se produce un bache. Se implican poco en el día a día. Nuestro consejo Si no eres capaz de involucrarte personalmente, escoge como segundo de a bordo a alguien que cumpla los requisitos de liderazgo, capacidad de influencia, persuasión y carisma, para que sea la cara visible de la dirección. Ejemplo 3. Donald Trump. Trump podría ser una versión edulcorada del Tío Gilito. Tiene una visión excepcional para salir indemne de todas las crisis.

4. Forrest Gump. El emprendedor por azar.

Cuando Forrest Gump se limpia la cara llena de barro con la toalla, aparece el símbolo de los famosos Smile y él le cuenta a su vecina de banco cómo ganó mucho dinero con aquella cara. Es un ejemplo extremo de lo que es un emprendedor por casualidad o por accidente, pero es cierto que son muchos los grandes empresarios que reconocen el papel del azar en sus inicios. Características.

- Suelen tener una visión clara de lo que necesita el mercado.
- Gran capacidad de adaptarse a los cambios, saben aprovechar los contratiempos. Hace suya la máxima de la película: “La vida es una caja de bombones, nunca sabes lo que te va a tocar”.
- Normalmente surgen “en mercados en crecimiento”, con altas ineficiencias. De repente aparece el emprendedor espontáneo que se atreve y se lanza, casi por casualidad”, insiste Vinaixa.
- A veces el emprendedor por azar es una consecuencia del emprendedor por huida. El fundador de Natura Bissé, Ricardo Fisas, es un buen ejemplo de ello. Cuando cerró la empresa en la que trabajaba tenía 50 años. A esa edad las perspectivas para encontrar un nuevo trabajo eran francamente negativas Así que decidió crear su propia empresa. Punto débil Al tener una escasa decisión en el proceso, muchas veces les falta implicación en el proyecto. Nuestro consejo Debes ganar en coger compromiso y especializarte en tu sector y en tu área de actividad. Profundiza en la materia y rodeate de gente profesional. Aunque el azar te ha ido bien, conviene racionalizar un poco el proceso empresarial. El ejemplo: Ricardo Fisas. Este empresario fundó Natura Bissé a los 50 años al descubrir, por casualidad, el efecto que producían los hidrolizados en las manos de los trabajadores.

5. Sherlock Holmes. El rastreador de nuevas oportunidades Lupa en mano, como si fuese un Sherlock Holmes, se dedica a analizar el mercado. Sería el emprendedor por excelencia, ya que es el que conscientemente analiza el mercado en busca de necesidades. Características.

- Tiene una mente muy racional y analítica, que le permite detectar dónde se hacen las cosas de una forma poco práctica. Percibe los detalles más mínimos y saca conclusiones insospechadas.
- Suelen ser muy versátiles: duchos en mucho, expertos en nada. Esta capacidad de afrontar diversas disciplinas es la que les permite entrar en diferentes sectores.

Punto débil. Su exceso de análisis puede hacer de ellos empresarios muy fríos y poco implicados, a los que les falta un punto de comunicación y don de gentes, además de que, como señala González, “demasiado análisis puede conducir a la parálisis”. Nuestro consejo Déjate llevar de vez en cuando por la pasión y por la intuición en algún proyecto. No todo puede ser elemental… un buen complemento es rodearse de un Doctor Watson que aporte el toque emocional al proyecto. El ejemplo: Guy Laliberté. El fundador del Circo del Sol, Guy Laliberté, consiguió crear un modelo completamente nuevo a partir de un producto antiguo y anquilosado.

6. Preston Tucker. El emprendedor especialista. Tiene un perfil muy técnico, muy especialista. Como Tucker, protagonista de Tucker, un hombre y un sueño, quien se pasó toda la vida en empresas de automoción hasta que tuvo los conocimientos suficientes para realizar el sueño de crear su propio coche. Características.

- Tienen un punto de agudeza visual para detectar dónde se están cometiendo errores y encontrar la forma de hacer algo diferente.
- A menudo son individualistas y corren el riesgo del protagonista de la película: enfrentarse a gigantes sin apoyos. Su éxito pasa por la cooperación.

Punto débil. Rara vez se ocupan de coordinar los diferentes departamentos. Si es especialista en producción, olvida los departamentos de RRHH o Marketing. Otro punto débil es que el mercado es más limitado y en épocas de crisis económica puedes encontrarte sin clientes. Nuestro consejo. Asume tus carencias en la coordinación y trata de escuchar a los diferentes departamentos. El buen líder no es aquel que fiscaliza las actividades del equipo sino el que sabe escuchar a cada uno de sus miembros y luego actúa como nexo de unión y coordinador, pero deja hacer. Si no te ves capaz, delega en alguien que actúe como director general. El ejemplo: Antonio González Barrios. El fundador del Grupo Intercom supo profundizar en Internet hasta el punto de desarrollar en 13 años algo más de 30 negocios on line, algunos de renombre (infojobs.net).

7. Erin Brockovich. El empresario intuitivo. Tiene una gran dosis de intuición, que le hace ir más allá de lo que aparece ante nuestra visión. González propone el modelo de Erin Brockovich para este tipo de emprendedor por “la capacidad que muestra la protagonista de tirar de un hilo solo porque el olfato le dice que ahí hay algo”. La película cuenta la historia de una abogada que se enfrentó a una de las principales empresas energéticas para defender a ciudadanos anónimos. Características.

- Tiene una gran personalidad y es capaz de seguir su primer impulso contra viento y marea.
- oseen una gran empatía y capacidad de escucha. Desborda pasión en lo que emprenden. Es todo lo contrario al Sherlock Holmes puro y duro, en este caso el emprendedor es capaz de dejar clara su visión y empujar a la gente hacia esa meta.

- Tienen una gran capacidad de asumir riesgos y saben escuchar.

Punto débil. En su virtud encuentra su pecado. Eficazmente, la excesiva pasión del emprendedor intuitivo que le impulsa a seguir un camino que difícilmente sabe explicar puede ser interpretado por sus colaboradores como falta de claridad y puede generar sensación de vértigo en los demás.“Asume muchos riesgos, lleva un proceso de toma de decisiones muy acelerado, de alguna manera como si fuese a más velocidad de la que corresponde y eso puede crear miedo en su entorno” añade Pablo González. Nuestro consejo No estaría de más que te dejases influir un poco por tu antítesis, que en este caso sería el de Sherlock Holmes: trata de cribar un poco la intuición y la pasión pasándolo por

el filtro de la razón, sin dejar que te paralice, y modera tu afición por el riesgo para no convertirte en un kamikaze de los negocios. En este proceso, sigue potenciando tu capacidad de escucha y olfato para detectar nuevas oportunidades. Es la clave fundamental para emprender. Ejemplo. Félix Tena. El creador de Imaginarium intuyó la necesidad de cambiar el formato de venta de un artículo tan maduro como el juguete. Con Imaginarium instauró el concepto del Dejad que los niños jueguen y toquen. Él mismo reconoce que sus negocios han salido adelante “con unas dosis de inconsciencia y otra de entusiasmo”; 8. Ernest Shackleton. El empresario persuasivo

Hace de su capacidad de influencia su gran baza. Es capaz de convencer a todos sus colaboradores y empujarles hacia un mismo objetivo. Es como el explorador Shakleton, que reunió a 29 expedicionarios con el solo reclamo de su fama y avisándoles de que no garantizaba el regreso con vida de ninguno de los integrantes del equipo. Características.

- Se han ganado un prestigio sólido en su sector que les avala para lanzarse a emprender. Suelen ser empresas pequeñas y muy personalistas, tipo boutiques.

- Como Shackleton, tiene una fe inquebrantable en sí mismo y su proyecto. Son perseverantes e inasequibles al desaliento, lo que a veces puede ser interpretado como negación de la realidad.

Punto débil. La gente sigue más al individuo que al Norte, es decir que al objetivo de la empresa. Esto tiene un riesgo claro y es que cualquier muesca en la imagen del directivo puede hacer zozobrar el barco, pero además suele tener la limitación en el crecimiento. Cuando se llega al extremo, caeríamos en lo que desde People Excellence denominan el “overinfluence”;, que raya ya en el abuso del poder y en la manipulación del grupo. Nuestro consejo Para poder crecer, profesionalízate, amplía tu formación, gana experiencia y dale sustancia y entidad al proyecto, para que la gente aprenda a creer en él independientemente de tu imagen. Una buena opción es enfocarse a programas de capacitación. El ejemplo: Miguel de Lucas. La capacidad de persuasión de miguel de Lucas es indudable al conseguir convencer a los responsables de Globalia para que financiaran casi al 100 % su proyecto pepepar.com Emprendedores. N° 132. Septiembre 2008