

El *mix* del éxito: negocios y emociones¹

Palabras clave: Emociones, negocios, inteligencia emocional, decisiones y éxito.

Las emociones son el factor clave para el éxito de los negocios. En la actualidad el mundo se ha encargado de estigmatizar el significado de las emociones y el impacto que tienen en el contexto negociador. Sin embargo, son ellas las que crean un vínculo de atracción entre los entes involucrados en la transacción económica y permiten una transversalidad aún más grande en la gestión de una cultura organizacional que sea innovadora e inteligente, dando como resultado la toma consecuente de decisiones exitosas.

Siendo así, [Villavicencio \(2020\)](#), resalta que las emociones se convierten en aquellos mecanismos de acción rápida que percibimos ante un impulso en los que se desarrolla la habilidad de leer y entender a los otros. De esta forma, es que un líder, que tiene en cuenta el entorno externo y emocional en el que interactúa, el que logra obtener resultados notablemente mejores que aquellos que no lo hacen, logrando un efecto mensurable en la eficiencia y eficacia del negocio.

Teniendo en cuenta lo anterior, entran las nuevas organizaciones a cambiar un modelo de negocios antiguo e insensato, que se basa en la rigidez y realización sistemática de acciones con el fin de lograr un objetivo. No se consideraba la parte humana y connatural de las personas que hacían posible el alcance de una meta, cambiándolo completamente por una visión amplia de innovación en la que la operación empresarial ve las emociones como una estrategia institucional que atañe a toda la empresa, que la lleva a desarrollar una relación entre lo que antes era visto como limitante y ahora es una oportunidad de crecimiento sin precedentes.

Igualmente, la conciencia social que desarrollan los líderes o gerentes actuales se convierte en un elemento base para la sostenibilidad y desenvolvimiento del negocio en un mercado actual, que se caracteriza por ser cambiante y desafiante. De hecho, “esta clase de líderes ayudan a los empleados a identificar sus cualidades y a vincularlas con sus aspiraciones personales y profesionales; los animan a establecer los objetivos de desarrollo a largo plazo y a conceptualizar un plan para conseguirlos” ([Goleman, 2020, p.19](#)). Todas estas características son en realidad el *core* organizacional del negocio. Es por ello, que es más que necesario reconocer que el éxito de una negociación se halla desde el primer momento de interacción en la compañía.

Además de esto, una de las principales razones por las que actualmente nos encontramos en problemas que frenan la internacionalización y crean obstáculos en el camino hacia ella, son las tradiciones y creencias impuestas por la sociedad. Allí se engloban elementos que sirven como intersección perjudicial del desarrollo económico y la creatividad. Una representación de lo mencionado, se ve dibujarse en la gran cantidad de emprendimientos y empresas que quebraron en pandemia, donde los líderes tenían tan arraigadas sus creencias en cuanto a los negocios, que en el momento en que se presentó una contingencia de tal magnitud,

¹ Documento elaborado en el curso Competencias Idiomáticas Básicas a cargo de la Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas de la Universidad de la Sabana, Chía-Cundinamarca, Colombia. Orientado por Dr. Javier Herrera Cardozo. Chía, Cundinamarca, mayo 2023.

no pudieron desarrollar esa habilidad de leer y entender al otro, la cual les hubiera permitido crear estrategias de innovación ante la crisis y explorar campos intelectuales como métodos para solventar la problemática.

Adicionalmente, [Lotito \(2022\)](#) da una perspectiva respecto a las capacidades necesarias para evitar lo mencionado y reforzar las habilidades de un líder capaz de maximizar la productividad y felicidad de sus empleados. El autor expresa que el mejor guía no es aquel que tiene un coeficiente intelectual más alto ni tampoco las aptitudes técnicas más impresionantes, es el que analiza y pone en práctica su inteligencia emocional en cualquier contexto. Lo que me lleva a un punto que es necesario mencionar, y es el que el crecimiento orgánico debe estar compuesto netamente por un flujo libre de información y una estructura adaptable, conformada por equipos interfuncionales que se entiendan entre sí y tengan una visión amplia del objetivo al que quieren llegar.

Por consiguiente, es posible plantearse la cuestión: ¿Cómo puedo entender esas emociones y usarlas a mi favor en los negocios? La respuesta se compone de varios aspectos que se conectan entre sí. Primero, hay que apropiarse de la importancia que tienen en cualquier ambiente y desvanecer el estereotipo que se tiene de ellas en cuanto a la debilidad que supuestamente producen, dejando de lado diferentes convicciones con las que se creció o que fueron arraigadas con el tiempo. Después, es vital que se comprenda el contexto en el que se desenvuelve mientras se pregunta cosas como ¿Quiénes lo constituyen?, ¿Cómo puedo llegar a ellos? y ¿Cómo doy valor a lo que sienten? Teniendo esto claro, el camino a seguir es trazar un plan de objetivos y llevarlo a cabo a través del factor más importante: inteligencia emocional.

Reiterando sobre lo expuesto, es primordial entender que “los líderes necesitan tener una cierta sensibilidad para detectar oportunidades de negocios donde otros no las ven, pero también requieren de habilidad para comunicar su visión y objetivos, de manera que se ganen la confianza de los colaboradores” ([Lotito, 2022, p.76](#)). Siendo así, un método para garantizar la eficacia de la organización es tener conocimiento de aquellas herramientas de comunicación que permitirán llegar al equipo fácilmente.

Actualmente, es necesario realizar investigaciones que involucren la manera en que diversos factores como las emociones impactan en la metodología que una persona usa para liderar. En cuanto a ello, [Camio \(2014\)](#), afirma que:

El análisis conjunto de los aspectos emocionales y racionales en el diagnóstico de la cultura organizacional resulta justificado a partir de entender que las emociones resultan un prerrequisito para la acción de decidir satisfactoriamente, que existen mecanismos que pueden producir variación cultural de las emociones y que éstas pueden modificar la actividad cognitiva (p.16).

De esa forma, es que los empresarios y compañías en general deben replantearse el proceso que siguen para analizar a sus empleados y a ellos mismos, ya que no solo es una cuestión de saber-hacer, sino también de saber-ser. De igual manera, allí entra un enfoque diferenciador en la conformación de un equipo en el ámbito del trabajo, en los que elementos

como el manejo de emociones dejan de ser interpretados como una debilidad y se convierten en una fortaleza que crea valor para determinar lo que en verdad importa.

No obstante, las emociones abren muchas puertas en el mundo empresarial, pero a su vez, no garantizan ni tampoco son el único factor que lleva al éxito a las organizaciones. En realidad, pueden afectar gravemente el rumbo de una compañía si son puestas a prueba en una mentalidad inestable y que pueda llegar a tomar decisiones erróneas con consecuencias negativas. También, es posible que otros factores impacten de manera aún más fuerte el triunfo de un negocio, como las alianzas estratégicas, el dinero, o hasta el propio autoritarismo de una jerarquía marcada, ya que la experiencia ha demostrado en algunos casos que es más eficaz el trabajo de una persona bajo la presión de las órdenes repetidas de otra. Todo esto, hace que sea probable que las decisiones emocionales tomen una importancia subjetiva y dañina en un negocio sobre una objetiva y eficiente del mismo.

Aun así, tengo la certeza que las emociones son ese gran factor que permitirá a un negocio ser exitoso. No solo nos permiten identificar las características empresariales que nos rodean, sino que también hacen realidad esas visiones organizacionales basadas en la innovación e inteligencia. En conclusión, no me cabe duda de que, si desarrollamos la capacidad de entender al otro y de comunicar lo propio, obtendremos la receta perfecta para cocinar un negocio estratégico, productivo y, sobre todo, de triunfo.

Referencias

- [Camio, M. I. \(2014\).](#) El rol de los aspectos emocionales en la gestión de la cultura innovadora. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, 12(2), 9-28. <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v22n2/v22n2a02.pdf>
- [Goleman, D. \(2020\).](#) Inteligencia emocional en la empresa (1.a ed.). Penguin Random House Grupo Editorial.
- [Lotito, F. \(2022\).](#) Liderazgo e inteligencia emocional: las emociones como parte relevante del negocio (Leadership and Emotional Intelligence: Emotions as a Relevant Part of Business). RAN-Revista Academia & Negocios, 8(1), 71-86. <https://ssrn.com/abstract=4018667>
- [Villavicencio, J. A. \(2020\).](#) Control de emociones: clave para decisiones exitosas. Review of Global Management, 5(2), 44-57. <https://doi.org/10.19083/rgm.v5i2.1235>

Diego Mauricio Espinosa Moreno

Administración de Negocios Internacionales

Correo: diegoespmo@unisabana.edu.co