

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

**Propemi**  
BAC Credomatic



## Redefiniendo los límites del liderazgo

Por lo general, el concepto de “límites” nos hace pensar en obstáculos o barreras sobre lo que podemos hacer. Sin embargo, si pensamos detenidamente al respecto, los límites ayudan a definir qué somos y hacia dónde queremos ir. Así como los límites de un país definen qué tan grande o pequeño es en el momento y qué tan grande podría llegar a ser con las decisiones necesarias, así también las personas y las organizaciones pueden, mediante los límites, saber de qué punto parten y cuál es la senda de desarrollo que quieren seguir.

El reto de motivar a las personas a asumir los retos del cambio transformacional de las empresas depende, en gran medida, de cambiar su percepción sobre los límites que tienen para actuar. En esencia, liderar implica comunicar eficientemente a las personas sobre cómo deben entender la arquitectura organizacional a fin de obtener de ellas innovación y ambición. Pero para poder convencer a los demás de esto, el líder debe primero redibujar sus propios límites: después de todo, no se puede dar lo que no se tiene.

Reid Hoffman ve tres tipos de límites sobre los que los líderes deben trabajar, primero para reconocerlos, pero sobre también para redefinirlos y, en algunos casos, incluso eliminarlos:

1. Límites sobre qué eres y qué no: por lo general, los líderes nos enfocamos en nuestra familia y en nuestra empresa, y no es algo malo. Sin embargo, en cualquier momento la realidad que rodea a esta burbuja en la que nos metemos termina por aparecer ante nosotros, a veces de forma pasiva, en otras de forma más directa. Problemas comunitarios, de educación, adicción a las drogas, de delincuencia, etc. Involucrarte personalmente en estos temas, en lugar de quitarte tiempo para lo más importante en tu vida, le da más sentido: la reputación de la empresa en la comunidad se vuelve diferente, las personas que trabajan contigo se involucran también, sin hablar de la satisfacción personal que conlleva. Por otro lado, el arte de elegir las áreas internas de la empresa en las que te involucras adquiere un refinamiento mayor: no se trata evitar aquello en lo que no te sientes fuerte, sino más bien asumirlo cuando sea necesario y dejar que quienes lo manejan mejor desarrollen el “trabajo sucio”, mientras tú realizas el rol de líder por el que se te requiere ahí.

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

**Propemi**  
BAC Credomatic



2. Límites sobre el propósito de tu empresa: rediseña lo que tu empresa hace y cómo piensa. De cuando en vez, las empresas caen en la necesidad de reimpulsar su modelo de negocio, tras observar desempeños financieros poco satisfactorios. Una manera astuta de hacerlo es revisar los orígenes de la empresa: muchas veces se logra encontrar que los fundadores no inician la empresa con el mismo afán financiero sino inspirados por influir positivamente en la solución de algún reto social de su tiempo. Hacer la excursión a las raíces puede permitir que los líderes encontremos joyas que pueden servir de catalizador para el relanzamiento estratégico de hoy, de una manera consistente con su propia historia y en respuesta a los retos del presente. Otro elemento que amplía los horizontes del quehacer del negocio es modificar los incentivos de los líderes del negocio, a fin de fomentar menos cortoplacismo y más por el futuro; esto pasa por alinear sus incentivos con sus objetivos de vida, tanto a nivel económico como social.
3. Límites sobre cómo tu empresa convive con el resto del mundo: la empresa no debería existir para crear problemas, sino para resolverlos. El enfoque de sostenibilidad le otorga a la empresa una fuerza de trabajo más comprometida, mayor resiliencia, mayor alineamiento estratégico y, en última instancia, mejores resultados. Si algo tiene el sector privado es la capacidad de resolver problemas, por lo que resulta inconcebible que se le siga asociando con “problemas” y no con “soluciones”, sobre todo cuando estas están alineadas con la realización de más y mejores negocios.

La audacia de llevar los límites más allá de los modelos tradicionales de negocio abre nuevas posibilidades para relanzar la rentabilidad de la empresa con un mayor alineamiento a objetivos compartidos a nivel social.

Propemi BAC Credomatic está comprometido con la generación de un valor neto positivo en nuestras operaciones, incluyendo la formación empresarial de nuestros clientes PYME. Es un orgullo trabajar día a día por elevar la competitividad del sector. Búscanos para apoyarte en tus necesidades de financiamiento con las mejores soluciones, a la medida de tus sueños.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a [info\\_propemi@baccredomatic sv](mailto:info_propemi@baccredomatic sv) y descubre la mejor opción para tu negocio.**