

EMPRENDIMIENTO 2.0

Manual del Nuevo Emprendedor



capítulo V

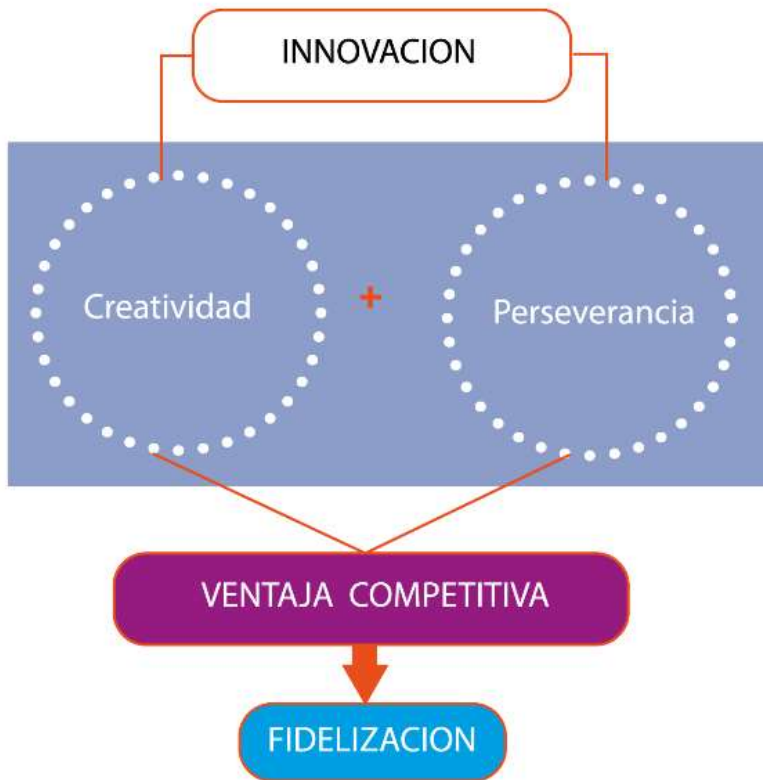


EL LEONARDO DE CADA CORAZÓN

Definitivamente, la principal ventaja competitiva en los negocios actuales es la capacidad para ofrecer una oferta diferenciada de gran valor al cliente. En otras palabras, debemos ofrecerle al cliente algo único que sea de tal valor que renuncie a satisfacer su necesidad en otro lugar. El reto está expuesto en el tapete empresarial, lo difícil, es encontrar ese detalle de valor que nos dará tan importante ventaja competitiva.

¿Cómo lo logramos? la respuesta es sencilla; debemos ser creativos para formular un conjunto de ideas -fuera de toda censura- que sean muy atractivas para el mercado, es decir, debemos trabajar con nuestra mente en la búsqueda de ideas que nos permitan estar un paso por delante de los demás. Este proceso continuo de búsqueda de ideas se llama perseverancia.

El resultado de este proceso se verá manifestado en un cambio en el bien y/o servicio que ofrecemos. Esta aplicación de lo creado en la mente con el esfuerzo de volverlo utilizable se llama innovación y se convierte en una importante ventaja competitiva que nos diferencia de los demás y que satisface más a nuestro mercado convirtiéndolo en un cliente fidelizado.



El emprendedor moderno conoce que este es el único camino al éxito, si logramos posicionarnos como los primeros ofreciendo una adecuada relación producto – servicio es muy difícil que algún competidor pueda desplazarnos. Pongámonos a pensar un momento y respondamos unas preguntas. ¿Quién fue el primero en ofrecer computadoras con un sistema operativo comercial para los negocios y el hogar? Fácil, todos gritamos al unísono: Bill Gates. La respuesta se

pone un poco más difícil si preguntamos por el segundo más grande, son menores las respuestas contundentes y ¿si preguntamos por el tercero?

¿Qué ha ocurrido? La respuesta es sencilla: el primero en llegar conquista nuestra mente, pone su bandera y nos presenta un estándar de calidad que evaluamos, si satisface nuestras necesidades superando nuestras expectativas lo adoptamos y será el precedente en nuestro análisis de compra ¿Qué pasará con el segundo? si ofrece lo mismo será relegado a un segundo plano al momento de decidir una compra, si quiere ser el primero deberá ofrecer una alternativa mejor y además tendrá que remar mucho para poder quitar ese paradigma creado por el innovador anterior. Esta alternativa mejorada como hemos mencionado podrá estar orientada al bien y/o servicio ofrecido (cambios en el producto, añadidos de uso, uso estratégico del *marketing mix*, personalización en el servicio, estilo de vida, etc.)

Algunos emprendedores actuales todavía se preguntan ¿Qué ventajas tiene el ser innovador? Para responder esta pregunta debemos tomar en cuenta que cada día la oferta empresarial aumenta y el mercado se tiene que segmentar o partir en pedazos más pequeños. Explicamos esto con un ejemplo matemático. Si para 1000 clientes existían antes sólo 10 empresas como operación matemática cada empresa atendía 100 clientes. Si ahora son 20 sólo atenderán la mitad y a medida que continúen apareciendo empresas los clientes se seguirán distribuyendo hasta que tener este negocio no sea tan rentable y debamos cerrar. ¿Quiénes son las primeras en cerrar? aquellas que no se han preocupado en darles algo adicional al cliente y mantienen en el tiempo su fórmula de trabajo empresarial. En otras palabras los imitadores caen primero. ¿Quiénes se mantienen en el mercado a

pesar de contar con estas condiciones adversas? La respuesta es obvia: quienes se preocuparon en dar valor agregado al cliente, en otras palabras quienes innovaron.

Entonces, el emprendedor moderno hace la pregunta: ¿Cómo podemos ser creativos? La respuesta es concentrar esfuerzos en tres fases principales:

Exploración creativa, donde debemos trabajar con la información obtenida de los clientes y presentar la mayor cantidad de propuestas de solución (lluvia de ideas) a las necesidades que presentan. Cualquier idea vale, las más disparatadas ideas hoy son realidad (internet, celulares, imagen 3D, antes eran consideradas como imposibles). La creatividad se aprende, debemos instaurarla como parte de nuestro estilo de vida, al principio se hace muy difícil, luego brota naturalmente. Les recomiendo comenzar con situaciones habituales de nuestra vida que no nos generen estrés, al contrario que nos llenen de energía y alegría.

Les comento cómo empecé a ser creativo. Un día luego de la jornada habitual de trabajo llego a mi casa y mi mayor hijo me esperaba con un cuento para compartirlo mientras intentaba conciliar el sueño. El título "Los 3 cerditos". Con mucho entusiasmo compartí esta lectura disfrutando con la sonrisa de mi hijo mientras narraba esta divertida historia. Al día siguiente, con grata sorpresa veo que mi hijo me esperaba nuevamente para compartir otra lectura. Cuál fue mi sorpresa al ver que nuevamente esperaba le leyera "Los 3 cerditos", intenté invitarlo a escuchar otra lectura, pero se negó, como buen padre caí ante su entusiasmo por esta historia.

Habían pasado 7 días y mi hijo aún me pedía “Los 3 cerditos”, no sabía cómo salirme de este embrollo, así que opté por matizar esta historia, llegué a la casa y le dije... hijo hoy te voy a contar la historia de los 4 cerditos y creé a un cerdito más flojo que construyó una casa de papel, esta casa la derribó el lobo solo con respirar. Por fin pensé que todo había terminado y había salido bien librado de esta historia, ahora podría leerle otros cuentos. Al día siguiente, corrí a la tienda y compré una historia que me encantaba de pequeño Peter Pan. Llegué a la casa más temprano de lo habitual y le mostré emocionado el cuento a mi hijo. Con una sonrisa nerviosa mi hijo dejó el nuevo cuento al lado y me pidió que por favor le contara ese día el cuento de los “5 cerditos”, porque le encantó la historia del día anterior, no supe que decir, estaba emocionado porque le gustó mi historia, pero por otro lado me costó construirla. Pensé unos segundos y tuve una magnífica idea, le propuse a mi hijo que cada uno crearía una historia con un cerdito adicional a la contada el día anterior. El resultado fue muy divertido tuvimos casas de barro, lana, diamante - cuando por fin el lobo pudo ingresar a la casa de ladrillo -

Esta práctica motivó en mí una orientación a pensar creativamente, ahora se me hacía más fácil resolver los problemas en el trabajo y proponer ideas nuevas. Entendí que la única forma de ser creativo es vivir con creatividad. Le puse retos creativos a mi vida, escribí una novela, luego compuse canciones, inventamos cuentos con la familia. Quien pensaría que hace sólo un año se me hacía tan complicado presentar una propuesta creativa. La creatividad ha pasado a formar parte de mi estilo de vida.

En el ámbito empresarial la creatividad no sólo se dirige a innovar comercialmente, permite que nuestra mente sea más rápida en el

proceso de análisis y pueda plantear propuestas de mejora con el uso de recursos actuales. En otras palabras aprendemos a buscar soluciones con un rango de visión que otros no tienen. Además, permite presentar mayor número de propuestas para ser evaluadas y recoge de los demás puntos de vista que ellos no habían considerado.



Para el proceso de exploración, además de presentar las propuestas creativas propias, se debe invitar a participar a un equipo de trabajo; mientras mayor número de propuestas se tengan mayor será la posibilidad de encontrar la forma de presentar una estrategia de mercado atractiva y de valor para el cliente.

Una vez culminado el proceso de exploración y presentación de propuestas se deberán analizar en relación al costo beneficio para el cliente-empresa las propuestas planteadas y elegir aquella o aquellas que el emprendedor considere prioritarias en el desarrollo de su negocio.

Ahora, nos encontramos en la segunda fase: “Incubación”, donde el emprendedor deberá filtrar las ideas, elaborar los prototipos y realizar

las pruebas de mercado para realizar los ajustes antes de iniciar el proceso de comercialización a gran escala.

Todo el proceso mental deberá materializarse en propuestas previas de mercado, si una empresa de comidas busca especializarse en entradas, presentará una gran propuesta innovadora, si se centra en una entrada especial como “causa” deberá generar una gama de combinaciones para el relleno y propuestas para la masa, así como los acompañamientos, etc. No existen límites para presentar propuestas. El trabajo ahora es materializar estas propuestas creativas, (la causa de maracuyá por ejemplo), deberá crear una propuesta para la masa, el relleno o un acompañamiento tipificado en una receta, que luego será probada por un grupo de clientes y expertos quienes calificarán y obligarán a la empresa a presentar propuestas de mejoras, se deberán realizar las pruebas de mercado necesarias hasta obtener una satisfacción adecuada. Existen empresas de comida rápida quienes como estrategia de prueba de producto presentan promociones innovadoras a los clientes por periodos limitados, si el resultado en el nivel de satisfacción de mercado es adecuado adoptan estas nuevas propuestas culinarias y las ingresan en la lista de productos cotidianos, otros, en cambio prefieren independizar la prueba de producto de la empresa para no tener problemas con la imagen institucional formada.

Finalmente, una vez probado el prototipo y realizadas las mejoras nos encontramos con una propuesta innovadora que deberá ser llevada al mercado y pasará a formar parte de la estrategia de mercado elegida por la empresa.

El nuevo emprendedor es consciente que parte del presupuesto empresarial debe ser asignado a la generación de propuestas innovadoras, convirtiéndose en una inversión que le dará sostenibilidad al negocio y le permitirá subsistir por muchos años. Esta herramienta pasa a formar parte de la receta del éxito del nuevo emprendedor. Invertir en creatividad e innovación permite fortalecer el posicionamiento y marcar una brecha con la competencia para diferenciar a la empresa con el único fin de generar una mayor satisfacción al cliente y un nuevo proceso de fidelización.

INSTRUMENTO:

FICHA PARA ESTIMULACIÓN EN LA GENERACION DE IDEAS - CREATIVIDAD

Una herramienta muy sencilla para poder iniciar el fortalecimiento del proceso creativo dentro de nosotros es la ficha de estimulación en la generación de ideas. Esta ficha busca desarrollar la creatividad en nosotros proponiendo tres fases de desarrollo. La primera fase está orientada a estimular la producción creativa en base a aspectos de la vida cotidiana que nos interesan mucho. Inclusive nos daremos cuenta que muchas veces en estas actividades hemos propuesto ideas creativas. ¿Qué persona amante de la música no ha tocado una serie de acordes que han formado una nueva melodía? ¿Quién no ha creado mentalmente nuevas estrofas a las canciones que nos gustan? Lo mismo ha ocurrido con el amante a la lectura, quien a mitad de libro imagina un desenlace o el fan de las películas que propone un final alternativo. Esta primera fase pretende romper el hielo y darles la gran noticia que la creatividad está en todos nosotros, solo falta adoptarla como parte de nuestro estilo de vida para convertirla en una gran competencia personal.

El nuevo emprendedor deberá cumplir en esta primera fase algunas tareas creativas que se consolidarán en un entregable. La intención es que el proceso de aprendizaje creativo no sea causa de stress, la creatividad debe fluir. El tiempo máximo de inmersión creativa debe ser de una hora por día. Si no se termina el entregable en esta hora, no hay problema, se hará en la hora programada al siguiente día, si no se culmina aún tomaremos un día más. Debemos ser pacientes con

nuestro aprendizaje. No arrojemos la toalla si no fluyen las ideas al principio.

Debemos entender que todo nuevo proceso requiere de tiempo de adaptación, al principio las cosas se hacen un poco complicadas, sin embargo, una vez que dediquemos tiempo para practicar seremos más ágiles y tendremos más confianza. El ejemplo típico es el niño en su proceso de caminar.

FICHA PARA ESTIMULACIÓN EN LA GENERACION DE IDEAS

FASE 1: CREATIVIDAD EN LA FAMILIA

Paso 1

Actividad	Lectura	Musica	Canto	Juegos	Otros:
Identifique una actividad personal de entretenimiento donde se sienta satisfecho					

Paso 2

Actividad	Cuenta	Componga una canción	Escriba una canción	Cree un juego familiar	Otros:
Propon garealizar un entregable creativo a la actividad elegidaen la primera semana					

Revise el entregable con una persona de confianza y corrija según las mejoras propuestas. El tiempo destinado para realizar el entregable no debe ser mayor de 1 hora diaria por día

Paso 3

Actividad	Cuenta	Componga una canción	Escriba una canción	Cree un juego familiar	Otros:
Propongarealizar un entregable creativo a la actividad elegidaen la primera semana					

Paso 4

Actividad	Cuenta	Componga una canción	Escriba una canción	Cree un juego familiar	Otros:
Ahora proponga realizar un entregable sobre alguna actividad que prefiera algún miembro de su familia (no debe ser igual a la actividad elegida por usted)					

Una vez que terminemos los cuatro primeros pasos iniciaremos la segunda fase de aprendizaje donde nos situaremos en el negocio para aplicar esta herramienta. Ahora la creatividad estará orientada a resolver problemas. Iniciaremos con problemas en el área de mayor dominio (conocemos cómo funciona y se hace más fácil proponer soluciones) y luego nos convertiremos en asesores de nuestros compañeros de trabajo. Con la práctica obtenida en el paso 07 intentaremos por primera vez poner un plazo al entregable, este será de 24 horas. Si no logramos terminarlo en el plazo exigido, al día siguiente iniciaremos una nueva situación problema con el mismo plazo. Al cumplir estas misiones pasaremos a la última fase.

FASE 2: CREATIVIDAD EN LA EMPRESA

Paso 5

Actividad	Marketing	Producción	Finanzas	Recursos Humanos	Otros:
Proponga una acción de mejora innovadora en su empresa o en su trabajo en el área o especialidad que más maneje y susténtelo ante los demás					

Paso 6

Actividad	Marketing	Producción	Finanzas	Recursos Humanos	Otros:
Proponga una acción de mejora ante una situación problemática de un colaborador de su empresa					

Repita los pasos del 1 al 6

Paso 7

Actividad	Marketing	Producción	Finanzas	Recursos Humanos	Otros:
Intente crear algún entregable en el plazo de las próximas 24 horas de cumplido el paso 6					

Paso 8

Actividad	Marketing	Producción	Finanzas	Recursos Humanos	Otros:
Intente resolver un problema de trabajo creativamente en las próximas 24 horas					

La fase 3, es una fase de mejoramiento del aprendizaje logrado, debemos identificar los puntos de mejora que van a permitir que nuestro proceso sea más ágil y contundente. Una vez identificados deberemos trabajar el paso 08 durante siete días, tomándonos más tiempo en el proceso para mejorar estos aspectos.

Paso 9

Actividad	Identificación de problemas	Construcción de ideas	Sustentar ideas ante el equipo	Empatía a las críticas	Otros:
Identifique las áreas problemas de la aplicación creativa realizada					

Paso 10

Actividad	Identificación de problemas	Construcción de ideas	Sustentar ideas ante el equipo	Empatía a las críticas	Otros:
Fortalecer las áreas problemas identificadas en el paso 8 durante los próximos 7 días					

Al completar este formato podemos concluir que usted ha cumplido las siguientes fases del proceso creativo:
 capacidad de diagnóstico Perseverancia
 Uso imaginación Innovación
 Concentración Uso del hemisferio cerebral derecho

¡Felicitaciones! Usted se esta transformando en una persona creativa

Una vez culminada esta ficha el nuevo emprendedor habrá realizado varios procesos creativos, habrá disciplinado su mente para pensar con creatividad sostenidamente y habrá fortalecido su posición personal para lograr las cosas (perseverancia). Finalmente, podemos decir que ha trabajado constantemente con su hemisferio cerebral derecho.