

LENGUAJES E HISTORIAS DE EMPRENDIMIENTO



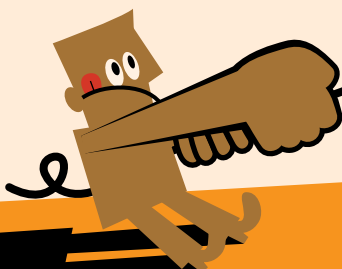
SANTIAGO RODRÍGUEZ

**SOCIO DIRECTOR
ADVICERE THINKING SERVICES**

@srllorente

Vivimos tiempos emocionantes en cuanto a la labor emprendedora se refiere. Es un auténtico boom en el que el fenómeno emprendedor ya se cubre por una buena cantidad de medios de información (desde luego los económicos), aparecen nuevas publicaciones como Leaners, por todas partes se organizan eventos y actos, no hay escuela de negocios medianamente respetable que no tenga programas formativos o de apoyo y pronto tendremos una incubadora de empresas en cada barrio. ¿No es sensacional?

“ SI UN PROYECTO EMPRENDEDOR ES EMINENTEMENTE INCIERTO Y SOMETIDO A RIESGO, ¿POR QUÉ NO APRENDEMOS DE LOS QUE SABEN GESTIONAR LA INCERTIDUMBRE? ¿CÓMO LO HACEN?



Mucho nos hemos quejado de que nuestro país no es dado al emprendimiento. Que si aversión al riesgo por aquí, que si falta de medios por allá, que si motivación por otro lado. Bueno, pues aquí tenemos las dos tazas. Y, sinceramente, me parece genial. Es exactamente lo que necesitamos y me da bastante igual si el fenómeno se desata por necesidad o por verdadera vocación. El caso es que se desate. Siempre será para bien y siempre nos dará a todos una motivación adicional para iniciar nuevas aventuras ahora que otras acaban.

Este fenómeno no es nuevo en economías que han sufrido grandes crisis. De hecho, tampoco es nuevo en nuestro país. Pero creo que en esta circunstancia sí que se está dando un fenómeno novedoso que actúa como un potente catalizador del esfuerzo ya que, por primera vez, contamos con la combinación de dos elementos facilitadores: una metodología de emprendizaje y la posibilidad de conectarnos con cualquier persona del mundo.

Arte y ciencia dan la mano al business

La metodología viene, como otras cosas, desde el otro lado del Atlántico. En Estados Unidos llevan más de 50 años apoyando de manera sistemática proyectos emprendedores y es ahora cuando, fruto de ese esfuerzo, nos hemos dado cuenta de que es necesaria una forma distinta de aproximar el proyecto emprendedor. Aquellas herramientas y métodos que sirven para empresas establecidas, y que constituyen el corpus de la gestión empresarial desde hace cien años, no sirven de igual forma para los proyectos emprendedores, que necesitan un método propio.

Esta metodología surge una vez que nos aproximamos al problema, no tanto desde la explotación de una cuenta de resultados, sino desde la perspectiva de la gestión del riesgo y de la incertidumbre. Si un proyecto emprendedor es eminentemente incierto y sometido a riesgo, ¿por qué no aprendemos de los que saben gestionar la incertidumbre?, ¿cómo lo hacen?

No hay quien gestione mejor la incertidumbre que el científico, puesto que su misión es precisamente esa: descubrir y probar lo desconocido. ¿Qué ocurre si aplicamos el método científico a la gestión de un proyecto emprendedor?, ¿si determinamos riesgos o áreas oscuras, diseñamos experimentos, validamos hipótesis y extraemos conclusiones y aprendizajes de una manera sistemática?

Por otro lado, desde Europa también nos llegan nuevas formas de aproximarse a los negocios. Del arte, o más concretamente de su aplicación hacia la utilidad, el diseño, nos llegan nuevas herramientas, nuevas aproximaciones y nuevos lenguajes. Por primera vez, aplicamos lenguajes visuales para conceptualizar los problemas de negocio.

Somos capaces de explicar complejos conceptos, como los modelos de negocio, en una simple página y utilizando dibujos. Identificamos comportamientos de clientes en base a ilustraciones y la rama del diseño de la interacción nos permite visualizar, simplificar e iterar la relación de las empresas con sus (potenciales) clientes.

Arte y ciencia sí, pero nos falta la literatura

Y en esas estamos, con una explosión de ideas y conceptos novedosos de gestión empresarial que van a cambiar radicalmente la manera de hacer negocios en la próxima década. Y se están difundiendo muy rápido. Claro, para eso tenemos

Internet y las redes sociales. ¿Quién no ha hecho ya un *canvas* con la misma facilidad con que antes hacíamos un DAFO?, ¿Quién no ha oído hablar de *lean startup* o de un Mínimo Producto Viable? ¿A quién no le han contado que lo que toca ahora es ser “ágiles”? Si no has escuchado todavía demasiado esos conceptos, descuida, dentro de poco los verás por todos lados. No te faltarán gurús y expertos en cada esquina que te descubran la quintaesencia de la nueva realidad.

Lo que pasa es que, como a todo, hay que aplicarle cierta dosis de sentido común porque, en última instancia, lo que se ha descubierto en los últimos años no deja de ser un lenguaje para hacer negocios. Y ahí tenemos a todos aprendiendo el nuevo lenguaje. Las nuevas palabras, si quieres.

Pero ¿no hay acaso una diferencia entre saber hablar una lengua y escribir una historia en ese idioma? ¿No se necesita algo más para ser un poeta?

Pues esto es lo que hay que vigilar en medio del ruido: del mismo modo que conocer un idioma no te garantiza que puedas escribir una buena historia, el hecho de conocer los nuevos lenguajes del emprendimiento no te garantiza que puedas escribir la historia de un proyecto empresarial de éxito.

Se necesita la literatura. El oficio, el sentido común, la experiencia, el *track record*, la perseverancia, la voluntad. La suerte.

Si eres productor, búscate un buen guionista

Y tú que eres productor de tus nuevas oportunidades de negocio, de una nueva empresa o de una nueva línea de negocio o producto, ¿qué puedes hacer? Pues lo mejor es que hagas como los productores de cine: lo primero es encontrar un buen guionista. Un buen guionista que sepa contar historias, que las haya contado, que haya escrito cuentos de negocio. Y al que puedas pedirle, simplemente, que utilice los principios básicos de las historias y nada más:

- **Un planteamiento**, donde valores la oportunidad de negocio, el problema que merece la pena ser resuelto, el producto o servicio que lo resuelve, el modelo de negocio que te permita generar un beneficio y todos los riesgos o hipótesis que tendrás que desarrollar.

- **Un nudo**, donde la historia se desarrolla en base a distintas estrategias para probar tus hipótesis, para captar clientes, para ofrecerles valor de forma repetitiva y rentable, donde incorpores nuevos protagonistas y personajes, desarrolles equipo y procesos y optimices la forma de funcionar, para ir validando las ideas. Pasando de la poesía a las matemáticas.

- **Un desenlace**, donde la historia nos lleva a un negocio predecible y gestionable, entendible por el público, que emociona, que gusta.

Así de sencillo. Creo que a todos nos gustan las buenas historias, también las buenas historias de buenos negocios.

Vivimos tiempos apasionantes para la creación. ¡Disfrutémoslos!

LEANERS

MAGAZINE

núm. 01 | Febrero 2012

Revista sobre innovación, tecnología,
emprendedores y business angels



★ LEANERS MAGAZINE ★

SUSCRÍBETE GRATIS

PULSA AQUÍ

-----★ ★ ★-----

THINKING LEAN

Innovación continua, valor al cliente

ENTREVISTA

José Manuel Inchausti

Pautas de innovación en MAPFRE

PROTAGONISTA

José Martín Cabiedes

Emprendimiento social

PERFIL

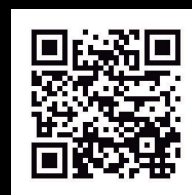
Eric Ries

Management para startups

MODELO

Ecosistema emprendedor

El ejemplo de Israel



LEANERSMAG.COM