

DEL IMEF PARE EL FINANCIERO / JORGE MANUEL CUENCA HAM

Romper paradigmas para emprender

Hoy en día, emprenderse ha vuelto un factor de gran impacto en las economías por sus consecuencias alentadoras en empleo, competencia, innovación y desarrollo de los países.

Los ejemplos son muchos y de todo tipo, destacándose los proyectos desarrollados en Silicon Valley, centro líder para la innovación y desarrollo de alta tecnología de Estados Unidos, y en Tel Aviv, ciudades donde se concretaron exitosas estrategias empresariales, impulsando ideas innovadoras y atractivas para los inversionistas y el mercado.

Lo antes descrito podría combatir el paradigma: "sin recursos económicos no hay negocio" y tal vez pida identificar como área de oportunidad el "cómo hacer" atractivo un modelo de negocio por medio de estrategias diferentes, efectivas y con mitigación de riesgos mediante métodos de control.

Por ello es muy relevante buscar fuentes de financiamiento con una diferente manera de estructurar los negocios y vender los prototipos a emprender. No sólo se trata de lanzar una idea convencional y esperar a que el inversionista reaccione, sino volvernos emprendedores de alto impacto, creando ofertas profundas e innovadoras, proponiendo demandas de nichos desatendidos, además de alinear tendencias del mercado y propuestas de generación de valor.

Esta tarea no es sólo del emprendedor sino del inversionista, ya que ambos buscan mejores resultados bajo el esquema de riesgo/rendimiento, así como oportunidades con un nivel de incertidumbre mayor pero controlable, contemplando la seguridad de la generación de negocios innovadores, en algunos casos apalancados por grandes conglomerados para los cuales es factible aliarse con emprendedores.

Es de suma importancia que las nuevas generaciones de emprendedores hagan hincapié en la implementación de metodologías para hacer más atractivos los negocios, que además de preocuparse por los planes de corto, mediano y largo plazos, tomen en cuenta los riesgos inherentes a la operación, apoyándose en las mejores prácticas y en la utilización de figuras como el gobierno corporativo, contemplando profesionalizar al personal y al propio emprendedor.

Una de las grandes deficiencias del nuevo empresario, identificada por el inversionista, es la falta de capacitación del management (administración del negocio). En repetidas ocasiones se habla de "empresas familiares o emprendedores de visionarios" y lo que se busca son "familias emprendedoras y visionarios emprendedores"; es un giro de 180 grados al pensamiento tradicional, pues como puede observarse, se tiene la expectativa de ser un grupo y estratega, después un entusiasta, lo que nos lleva a definir que el mercado busca más preparación y formulación de propuestas, que impulsos.

Ahora bien, por lo general los emprendedores se basan en la creación de una oferta, lo cual es indispensable, pero sin olvidar la parte más importan-

te: la creación de demanda. Antes de diseñar el producto o servicio a lanzar o expandir, deben estudiarse las necesidades del mercado y sensibilizarnos para conocer los canales de entrada, las posibilidades de consumo y crear o adaptar un concepto a lo analizado; probar teórica o prácticamente para preparar escenarios y medidas sobre los mismos.

En la mayoría de los casos, después de estudiar esa demanda, el emprendedor se percata de que los recursos o herramientas que posee ya no son suficientes para salir al mercado o ampliar la oferta, pero esto es un paradigma más, pues se puede concebir la idea de un apalancamiento comercial por medio de vehículos con actores ya existentes, o bien, incluirse en las cadenas o puentes productivos (clusters), es decir, como conectores enfocados al cliente final.

De esta forma, la "innovación" es factor clave para el diseño del producto o servicio y para traer consigo el impacto social y la sustentabilidad, pues una idea innovadora por sí sola no puede asegurar que perdurará en el tiempo, requiere de una fuerza adicional, donde la comunidad se perciba como un catalizador de beneficios agregados, natos de lo consumido y que en el tiempo sea trascendente y se sostenga por su operación o evolución. ☒

Integrante del CTN de Emprendedurismo y Microfinanzas del IMEF
jorge.cuenca.ham@gmail.com

