

**XX CONGRESO LATINOAMERICANO SOBRE ESPÍRITU
EMPRESARIAL
UNIVERSIDAD ICESI
2009**

**LAS SIETE PRÁCTICAS DE NUESTRO EQUIPO
EMPRENDEDOR, BASADO EN LA HISTORIA REAL DEL
GRUPO DE EMPRESAS OPTIMIS**

LUIS MARTÍNEZ GARCÍA¹

Docente Universitario, Consultor y empresario
Universidad Pontificia Bolivariana

MILTON MENDEZ OVIEDO²

Docente de Logística e investigación
Universidad Pontificia Bolivariana

¹ Luis Martínez García, Dirección carrera 7 número 60 44 La castellana, Cargo Docente Universidad Pontificia Bolivariana, Consultor SOLERTIA Universidad Pontificia Bolivariana, email: gerencia@optimis.com.co .

² Milton Mendez Oviedo, Cargo Docente Universidad Pontificia Bolivariana, Consultor SOLERTIA Universidad Pontificia Bolivariana, Dirección mz 13 lote 23 urb Bonanza email miltonmendez@gmail.com.

RESUMEN

Este documento está fundamentado en el emprendimiento de un equipo de profesionales que desarrolló el grupo de empresas OPTIMIS sustentando en la investigación y aplicación de prácticas de origen profesional y empírico a partir del saber científico de cada integrante del equipo, entretejidos también en el aporte del día a día en cada una de las áreas a nuestro entender vitales, tal como el conocimiento y descubrimiento del cliente, en la variabilidad a veces ilógica e inexplicable del mercado y las respuestas y acciones de triunfo y fracaso que alimentan la teoría científica o sistémica de la administración de negocios y enriquecen las estrategias proactivas de reacción a los obstáculos, por lo cual, este trabajo genera una forma práctica de enfrentar el reto del emprendimiento en momentos de crisis y en momentos de bonanza, construye metodologías aplicadas a nuestro contexto nacional y elimina variables que resultan inaplicables en nuestros modelos empresariales colombianos y latinoamericanos, además, esta enriquecido con aportes de grandes Hombres que en la historia de la humanidad aportaron conocimientos aplicables a la administración de negocios, a las habilidades del emprendedor y a las directrices de acción gerencial. Es un trabajo esta enriquecido de anécdotas que en la herramienta narrativa ilustran de manera fresca y practica una realidad que invita a eliminar el miedo a desarrollar empresa y estimulando la pasión y el entusiasmo a creer en la posibilidad de generar acciones concretas para El desarrollo de la región y la región.

PALABRAS CLAVE: OPTIMIS, Grupo empresarial al que pertenecen Prosemont (Firma Franquiciante de la Marca COLSEGUROS), Gaita (empresa de servicios orientada a los alimentos y bebidas), Cyberplay (Empresa de servicios de Recreación base tecnológica), Manduco (empresa de servicios orientada a los alimentos y bebidas), GQ Consulting Group (Empresa de consultoría en SGC y Planeación Estratégica).Póliza Ltda. (Empresa de Corretaje de Contratos de Seguros).

ABSTRACT

This text is based on the hard work of a team of professionals created by OPTIMIS (a pool of companies) arguing in the professional practice and investigation from the scientific knowledge of each member interconnected as well with the vital experience in the different areas, as customer knowledge and discover, in the illogical and unpredictable change of market, and the failures or winners answer that fit the scientific or systemic theory in the business administration, increasing the reaction strategies to the obstacles, therefore this paper shows strategies to affront the different challenges that investors have to faces in a crisis time and in better times, develop methodologies applies to our national context and remove some unnecessary variables in the Colombian and Latin-American.

in addition, this enriched with contributions of great Men who in the history of the humanity contributed knowledge applicable to the administration of businesses, the abilities of the entrepreneur and the directives of managerial action. This of anecdotes is an enriched work that in the narrative tool illustrate of fresh way and practices a reality that it invites to eliminate the fear to develop company and stimulating the passion and the enthusiasm to believe in the possibility of generating concrete actions for the development of the region and the region.

KEY WORDS: OPTIMIS, holding Prosemont (franquicia company of Marca COLSEGUROS), Gaita (company of services oriented to foods and drinks), Cyberplay (Company of services of Recreation by technological), Manduco (company of services oriented to foods and drinks), GQ Consulting Group (Empresa de consultoría en SGC y Planeación Estratégica).Póliza Ltda. (insurrance company).

1. INTRODUCCIÓN

¿Cuál es el mito del emprendedor?³ Un hombre o una mujer firme, en medio de la tormenta, con una capacidad innata de predecir el futuro y un espíritu que resiste las más duras pruebas de la vida. Contrario a esta imagen, Gerber piensa que los emprendedores simplemente son seres de carne y hueso como todos los demás. "Usualmente los emprendedores solo existen por un momento, cuando deciden romper el cordón, y el problema es que muchas veces nunca vuelven a serlo", opina en su libro clásico. Lleve a su mente los emprendedores que conoce y piense ¿en qué condiciones se lanzaron a este desafío? Por supuesto muchos de ellos realmente entendieron desde temprano la frase del empresario John Gómez Restrepo "el que no sabe para dónde va nunca llega". Pero tal vez para la gran mayoría fue un capricho del destino. Simplemente, un día la mañana comenzó de otro color. Un día la idea de: si yo conozco más del negocio que este señor ¿por qué no soy capaz de crear mi propio negocio?, se convirtió en un torbellino, una idea constante, un escozor, una molestia que solo pudieron romper el día que finalmente rompieron el cordón.

Esta es la esencia del mito del emprendedor. En su gran mayoría, los emprendedores alguna vez trabajaron para alguien más y probablemente eran excelentes haciendo su trabajo. Pero, según Gerber, es un error fatal pensar que entender el trabajo técnico significa entender el negocio que hace el trabajo técnico; que el amor, maestría y fascinación por lo que hacen es suficiente para salir adelante. De la salida universitaria, que se reflejen en un mayor número de egresados empresarios en el corto plazo, y dentro del propósito de la universidad que dice "*Aprendemos a conocer y actuar para construir un mundo mejor*", se hace recomendable innovar en el concepto de espacios físicos y/o virtuales de aprendizaje en la universidad, que brinden el ambiente adecuado para construir empresa desde soluciones y/o ejercicios creativos, fundamentadas en conocimientos, destrezas, habilidades y experiencias de estudiantes, profesores, empleados, empresarios y en general de todos los actores influenciados o que influyen la comunidad universitaria.

A partir de esta reflexión en el año de 2002 en una reunión particular y especialmente orientada a lo social entre amigos de diferentes profesiones, se generó una conversación asociada a las diferentes necesidades a partir de lo propio, encontrando comunes denominadores en el análisis y descubrimiento desde diferentes esferas de vida necesidades idénticas y en ocasiones insatisfechas, frente a esta simple conversación donde

³ Artículo de La Revista Dinero sobre emprendimiento.

se destaca no sólo el planteamiento del problema si no adicionalmente el árbol general de causas y por supuesto la lluvia de ideas para solucionarlas, se buscaron inicialmente respuestas en lo existente partiendo de la herramienta creativa análisis morfológico⁴ observando las empresas que de alguna manera atendían estas necesidades existentes, al descubrir en este análisis oportunidad de negocio, mezclamos la simple necesidad en emprendimiento y la necesidad insatisfecha con visión de empresa, se destaca que el 100% del equipo que se conformaba bajo la teoría de red social⁵ ningún miembro del equipo estaba bajo presión económica de desarrollo y gestión de nuevas empresas, lo que hizo el análisis a nuestro modo de entender mas liviano de presión, como lo relaciona en uno de sus principios Peter M. Senge⁶.

De manera sistémica este grupo de empresas evoluciona en 7 prácticas relacionadas entre sí para mostrar de manera clara y precisa las actividades a desarrollar en el nacimiento de empresas nuevas, cada práctica por si sola representa un estado empresarial y su evolución metodológica una estrategia a desarrollar. Lo más importante de estas prácticas es la no presunción de éxito si no prevención de los errores y la aceptación de la vida natural empresarial rodeada de retos y experiencias positivas y negativas.

QUIÉNES SOMOS

Antes de ingresar en la descripción general de las prácticas presentemos desde la WEB a OPTIMIS



⁴ Análisis Morfológico: Juega con las dimensiones básicas del problema. Por ejemplo, en la forma de mover algo de un punto al otro, considera el tipo de vehículo (carro, silla, cabestrillo, cama), el medio utilizado por el vehículo (aire, agua, aceite, rodillos, carriles); y la fuente de alimentación (aire comprimido, motor, vapor, campo magnético, cable).

⁵ Red social. Canal de comunicación en varias direcciones que aportan información común a todos los miembros de dicha red.

⁶ Peter Senge autor Del principio “cuanto mas se presiona mas presiona El sistema”

Hemos desarrollado esta primera aproximación a lo que será nuestra plataforma de mercadeo y comunicaciones virtuales en las que la nueva generación de clientes que día a día crecen en ambientes virtuales encuentre la forma en primera instancia de comunicarse y luego de interactuar en términos de bienes y servicios.

Adicional a esta presentación de lo que será nuestra nueva relación con nuestros clientes hemos incursionado en el terreno propio de la vida virtual cotidiana de nuestros clientes aprovechando las herramientas existentes en la actualidad como las redes sociales como facebook, donde llegamos en la actualidad a más del 80% de nuestros clientes habituales y generamos expectativa en nuestra demanda potencial.

The image shows a screenshot of a Facebook profile for 'Manduco Terraza Bar'. The profile picture is a logo featuring a branch with leaves and the word 'Manduco' written in a stylized font. The cover photo is a dark image of a bar interior. The profile information includes:

- Nombre:** Manduco Terraza Bar
- Ubicación:** uffs se acabo la semana santa a trabajar y a estudiar y el jueves a gozarrrrrr en Manduco terraza bar. El domingo Borrar
- Actividad reciente:** Manduco changed his Foto de perfil, Manduco y Angela Lorena Piazze Navarro ahora son amigos, Manduco y Lizeth Paola Leon Gusman ahora son amigos, Manduco Terraza Bar uffs se acabo la semana santa a trabajar y a estudiar y el jueves a gozarrrrrr en Manduco terraza bar.

 The left sidebar shows:

- Información:** Redes: Colombia; Situación sentimental: En una relación complicada; Fecha de nacimiento: 03 de junio de 1968; Ciudad actual: Montería, Colombia.
- Amigos:** 1.795 amigos (Ver todo).
- Amigos etiquetados:** Carlos Campos, Carolina Leal Nisperuzza, Maria Alejandra Gomez, Juan Felipe Sofan, Islena Maria Florez Alvarez, Maria Fernanda Ogaza Arrieta.

 The main content area shows a post by 'Lirida Jaramillo' with three photos of people at the bar, captioned 'Personas etiquetadas en estas fotos: Manduco Terraza Bar'. Below it is a post by 'PaSaNdOIA SabRoSo!...' with a photo of a person at the bar. At the bottom, there is a post by 'A Cindicita Pereira Pastrana le gusta esto.' with a comment box.

Espacio virtual i

En la actualidad el flujo de información comercial para las empresas del grupo asociadas a alimentos y bebidas se mueve en la red con resultados de impacto en más del 50% de la red afiliada a nuestras páginas, lo que sin duda da mayor valor agregado a las practicas que estamos desarrollando.

LAS SIETE PRÁCTICAS
CREER EN LA IDEA

1. CREER EN SU IDEA



Todo lo que piensas puedes hacerlo
Realidad

Walt Disney



Quien tiene la voluntad tiene la
fuerza.

Menandro de Atenas

La palabra Creer generalmente asociada a la fe del hombre resulta invaluable en la mente de un equipo Emprendedor quiero además, destacar que numerosos autores han definido el emprendimiento a través de la persona yo lo miro siempre desde la perspectiva de Equipo somos seres celulares y por lo tanto en analogía nos necesitamos mutuamente, somos por naturaleza sistémicos, volviendo a nuestra primera practica la visualización de lo inexistente en la mente humana generalmente encuentra obstáculos en los paradigmas existentes ese es a nuestro modo de ver el primero obstáculo que vivimos, resolver una necesidad de mercado basado en la copia mejorada de un producto o servicio resulta en ocasiones fácil de desarrollar pero enfrentar un Océano Azul⁷ que deriva en eliminar la competencia y desarrollar nuevos nichos es el verdadero reto.

⁷ Libro de W.Cham Kim y Renee Mauborgne que trata La metodología de abrir nuevos mercados

1. CREER EN SU IDEA

- La Idea de Independizarme
creo OPTIMIS
- La Idea de que no había
Recreación Creo CIBERPLAY
- La idea de Dar Mas con menos
Creo LEBLON
- La idea de hacer algo
Diferente Creo MANDUCO
- La idea de Aprovechar una
Oportunidad creo
PROSEMONT
- La idea de colonizar creo
GAITA



El desarrollo de la gráfica anterior muestra el fenómeno de interpretación de la necesidad de innovación basado en el planteamiento de preguntas basado en realidades existentes pero bajo el principio de innovación rompiendo paradigmas existentes. Este ejercicio Estratégico no descarta la oportunidad valiosa de tomar elementos existentes que operativamente generen un sistema viable, pero definitivamente requieren de una composición ponderada inclinada hacia la innovación como base de desarrollo. Nuestra experiencia tuvo la fortaleza de basarse en lo simple para resolver lo complejo y la buena escucha de los estudios de mercado que brindan sin duda los insumos para analizar las perspectivas de los negocios, muestran tendencias pero requieren de análisis para su interpretación.

LA EDUCACIÓN EN UN EQUIPO EMPRENDEDOR

2. LA EDUCACION



Tan solo por la educación puede el hombre llegar a ser hombre. El hombre no es mas que lo que la educación hace de el.

Enmanuel Kant



No hay más que una educación, y es el ejemplo.

Gustav Malher

Sin duda la Educación ha resultado para nuestro equipo de vital importancia por que la metodología científica⁸ protege al equipo de caer en situaciones que han sido abordadas ya sea por la Teoría Administrativa⁹ como por la aplicación de métodos científicos aplicables en ejercicios de administración de negocios. Hay un elemento adicional valioso en la Educación aplicada a equipo de emprendedores, este elemento es la diversidad de saberes científicos, esta convivencia cognitiva aporta diferentes hipótesis al ejercicio de emprender que son nutrientes valoradas para iniciar el desarrollo del negocio, es menester respetar elementos como el empirismo o la ciencia basada en la experiencia que sin duda darán tranquilidad para la exploración de soluciones de problemas en un equipo emprendedor.

2. LA EDUCACION

1. El inicio fue empírico, nos ayudo las ganas de aprender
2. Aprendimos de nuestros errores
3. Jamás dividimos el equipo
4. Le pusimos humor a los problemas
5. Primero queríamos salvar nuestra amistad antes que la sociedad
6. El que el 100% de los miembros de la sociedad fuera profesional y de diversas áreas del saber nos ayudo



Nuestra experiencia como empresarios nos mostró lo valioso que es el empirismo¹⁰ nos ayuda además de validar nuestra experiencia a mejorarla con escenarios nuevos y

⁸ Vélez S. (2001), afirma que este término es el “proceso sistemáticamente ordenado, cuyo objetivo es la demostración de hipótesis o la confirmación y desarrollo de teorías”.

⁹ La administración se enfoca desde el punto de vista del sistema social o de las relaciones interculturales. A través del método experimental de Durkheim y Watson se intenta construir una sociedad científicamente organizada y una ciencia de la dirección de personal.

¹⁰ Proviene del término griego *empinar* (textualmente, experiencia), la translación latina es *experientia*, de la que se deriva la palabra *experiencia*. También se deriva del término griego y romano de *empírico*, refiriéndose a médicos que consiguen sus habilidades de la experiencia práctica, oponiéndose a la instrucción en la teoría.¹

retadores, sin embargo ésto no es suficiente se hace necesario analizar la base científica de conocimiento, cada saber científico aportado debe ser parte del diseño del sistema empresarial inicial, debe ser el resultado de unir piezas, de esta manera el impulso inicial es muy positivo, está claro que la unión de la academia y el sector productivo es un beneficio de valor al momento de emprender, nuestra experiencia no sólo validó esta hipótesis si no que además la fortalece día a día, parte de nuestro equipo hoy es docente universitario lo que nos da mejoramiento continuo desde el punto de vista cognitivo, además somos soporte para emprendedores que vienen haciendo camino en el mundo empresarial.

EL LIDERAZGO EN UN PROYECTO DE EMPRENDEDORES

3. UNIDAD DE LIDERAZGO



**La multitud por si sola nunca llega a nada
si no tiene un líder que la guie**

Hermann Keyserling



**Se ha alcanzado la excelencia como líder
cuando la gente lo sigue a uno a todas
partes, aunque sólo sea por curiosidad.**

Colin Powell

Es fascinante ver el tema de Liderazgo desde la óptica del emprendimiento, su existencia en el equipo es vital, pero no sólo visto como la capacidad de hacer seguidores si no de desarrollar Liderazgo personal, la primera batalla... LA VIDA ya nos exige Liderazgo enfrentarla y vivir acorde a los retos de cada despertar nos impulsa a desarrollar esta habilidad, llamo a esto Liderazgo de vida como lo menciona Steve Coby en su libro Los Siete Hábitos de la Gente Altamente Efectiva, las primeras victorias deben ser privadas con nosotros mismos y cuando hemos logrado esto estamos listos para nuestras victorias públicas.

De acuerdo a lo anterior el Liderazgo individual resulta ser insumo para el liderazgo en un equipo y por consiguiente el sentimiento de lograr ser Líderes en un Mercado.

LIDERAZGO EMPRENDEDOR

3. UNIDAD DE LIDERAZGO

- Siempre decidimos en equipo quien debia ser el líder
- El líder será siempre quien maneje mas el tema central del negocio y su misión
- El líder siempre recibe retroalimentación
- Tiene que estar preparado para las criticas
- Tiene que ser tolerante con las diferentes formas de pensar



Una vez establecido espíritu de liderazgo en el equipo, hay que decidir quién toma la bandera, al principio resulta compleja esta decisión pero es necesario confiar en otros lo que en principio parece ser nuestro, las ideas creadoras una vez en marcha necesitan de su entorno para desarrollarse y por esta razón debe haber una cabeza visible, así mismo este líder debe desarrollar habilidades especiales, además de conocer el negocio a emprender, debe tolerar, aceptar criticas, trabajar bajo presión, ser un excelente negociador ya que las juntas de socios resultan ser devastadoras en momentos de crisis y esto debe manejarlo el líder con todo respeto pero con mucha habilidad.

Otro tema es el de enseñar a otros para relevar el liderazgo, para esto cada miembro del equipo debe enamorarse del negocio, vivirlo intensamente por que deberá coger el liderazgo, la rotación oxigena los negocios y hacer desarrollar nuevas ideas, la innovación a veces es el resultado de ver las cosas diferentes .

4. ORGANIZACION



El éxito no se logra sólo con cualidades especiales. Es sobre todo un trabajo de constancia, de método y de organización.

J.P Sergent.



El hombre no ha sabido organizar un mundo para sí mismo y es un extraño en el mundo que él mismo ha creado.

Alexis Carrel

Sobre el tema de la Organización muchos autores han creado teorías que apuntan por ejemplo en la Teoría administrativa definida con base en la historia de diferentes modelos de organización. Desde tiempos memorables el hombre ha creado modelos que le permiten desarrollarse y en todos la organización metodológica es la base más importantes aunque la Administración como tal Ciencia o Arte es joven en cada ciencia, la forma lógica de llevar cada paso dio señas de modelos de organización.

Nosotros creemos en la Teoría de los sistemas, en analogía la relacionamos con el cuerpo humano, con la interdependencia y con la interrelación, estos dos términos definen la característica más importante de cualquier modelo de empresa, la capacidad que tenga una organización para interrelacionarse será clave para su éxito.

4. ORGANIZACION

- Primero que vamos a hacer
- Segundo como lo vamos a hacer
- Tercero Quien lo va a ser
- Cuarto como mediré su gestión
- Quinto Como mejorare su gestión



Nuestras empresas como sistemas vivos viven a diario esta experiencia, la forma como encadenamos nuestros procesos las hace fuertes, el verdadero sentido de pertenencia radica en la capacidad de hacer que cada parte importante genere resultados valiosos para el todo, lo que generalmente pasa es que lo más importante es el ingreso de dinero, pero es sólo una variable de supervivencia en un modelo económico establecido, lo más importante es la suma de resultados de todas las áreas y la importancia de cada una en el resultado final.

Desde la Planeación hasta la venta son muy importantes, esta cadena está soportada por muchas actividades y cada una es especial y única, la valoración de las misiones por áreas, reviste una de las estrategias más importantes en una organización.

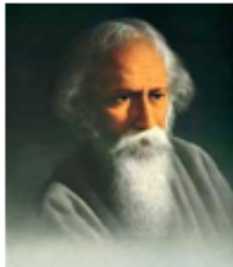
Otra parte importante es la Medición del desarrollo, en nuestra vida diaria el mejor ejemplo de comparación es nuestro crecimiento físico, este es muy importante hasta la edad del desarrollo, una vez allí, la mente pierde la noción de desarrollo, ya no crecemos mas, sin embargo, este paradigma se traslada a las organizaciones cuando arranca una idea de negocio en donde el crecimiento es veloz, alegre y entusiasta pero una vez alcanzado el desarrollo se estanca y su crecimiento es más lento, este pequeño arrecife en la vida de una empresa puede ser devastador si no se maneja de cerca, cada crecimiento por pequeño que sea debe ser analizado y potencializado, de esto dependerá el crecimiento constante de una empresa.

5. LOS CLIENTES LA RAZON DE SER



Si te propones algún día mandar con dignidad, debes servir con diligencia.

Conde de Chesterfield



Dormía..., dormía y soñaba que la vida no era más que alegría. Me desperté y vi que la vida no era más que servir... y el servir era alegría.

Rabindranath Tagore

Hablar de este aspecto es fascinante por la diversidad propia del ser humano, resulta atrevido crear una lista de tipo de clientes, es innumerable la cantidad de tipos que existen, en el intento autores reconocidos se quedan en las actuaciones de los clientes, este sesgado análisis excluye sin razón de ser su contexto, su formación, su cultura sus experiencias su familia, su origen genético y otros. Por eso la mejor estrategia para atender clientes es conocerlos de cerca.

Nosotros utilizamos la estrategia de la familia, en su definición la familia es impuesta por el desarrollo biológico y esta condición nos pone automáticamente en el escenario de la tolerancia y el amor natural, si trasladamos este principio a nuestra empresa la actitud cambiara.

5. LOS CLIENTES LA RAZON DE SER

- Siempre se quejaron
- Escuchar con humildad
- Cambiar y contar el cambio
- Renunciar a un cliente insensato
- Atender como en casa
- Escuchar, escuchar, escuchar



Ahora bien, nosotros entendemos algunas cosas que la experiencia con clientes nos ha dado, el tema de las quejas por ejemplo; esta herramienta que en ocasiones disgusta es un diamante para nosotros, por que la forma de percibir a nuestra empresa dependerá de la experiencia vivida en ella, sea intangible o tangible cualquier actividad empresarial genera una experiencia y si esta es negativa alguna oportunidad de mejora aparecerá

Saber renunciar a satisfacer clientes insensatos también es una gran experiencia te da la autoridad necesaria para entender que pusiste unas reglas claras en el mercado y que son estas y su innovación la única razón de existir como empresa, en la medida que tus clientes lo entiendan no habrán insensatos en la puerta de entrada, algunas organizaciones mandan mensajes difusos al mercado y esta es la mayor causa de insatisfacción.

Afinar la escucha proactiva, establecer medios de conocimiento de clientes y desarrollar una relación de confianza son nuestros pilares para el servicio.

6.SORPRENDER



La ocasión hay que crearla, no esperar a que llegue.

Sir Francis Bacon



Vivir no es sólo existir, / sino existir y crear, / saber gozar y sufrir / y no dormir sin soñar. / Descansar, es empezar a morir.

Gregorio Marañón

La innovación está a la orden del día, todas las revistas especializadas le dan a esta herramienta la mayor de las importancia y en las actuales circunstancias aún más, sin embargo en nuestro caso la innovación la asociamos siempre a sorprender, de allí que necesitamos entender el fenómeno de la sorpresa, en la vida cotidiana las sorpresas son recuerdos difíciles de olvidar asociados a la experiencia y como todo tiene su lado positivo y su lado negativo, desarrollar la habilidad de sorprender le da a las organizaciones vitalidad y brillo en el mercado, la gente anhela ser sorprendido positivamente, busca sin descanso esas experiencias, dedicar la estrategia de desarrollo a la interpretación de que sorprendería a nuestros clientes le da dinámica a la compleja tarea de la innovación. Adicionalmente esta debe formar parte de los procesos de una organización y debe manejar intervalos que definen la vida dinámica de un producto o servicio en el mercado, de no ser así será solo una campaña para mejorar ventas o para lanzar productos.

6.SORPRENDER

- Una Razón mas para regresar
- Cambiar oxigena nuestro negocio
- Cambiar antes de que nos cambien
- Pensar en innovar da dinero
- Aburrirse de lo mismo es un habito creador de cosas buenas



En nuestro caso en particular la Innovación basada en sorprender, nos ha mantenido en el mercado cada día. Pensamos cómo hacerlo y para ello vamos al mercado y escuchamos y lo que encontramos son insumos para crear nuestras sorpresas.

Siempre ha resultado ventajoso en el mercado sorprender a la competencia pero esto puede resultar peligroso si no se planea bien la sorpresa, por que lo que parece ser sorpresivo, puede costarnos demasiado.

Con los clientes es más simple, basta escucharlos diseñar y sorprender siempre, pero esta estrategia es de detalles no de cambios demasiados complejos, cada día nos sorprender mas este paradigma, los clientes necesitan ser enamorados y que mejor manera que las sorpresas positivas, en ese campo hay mucho por hacer aun; la psicología de mercado se queda corta en este tema, la invitación es para que cada emprendedor piense en esto y empiece a enamorar a sus clientes con sorpresas.

Pero si en el cliente es impactante en la organización, lo es más los hábitos empresariales alrededor de las sorpresas de servicios o de producto que le imprimen una juventud eterna a las empresas, los trabajadores se vuelven cazadores de sorpresas y el departamento de diseño y desarrollo desaparece para darle paso a una cultura de innovación sin límites

7.TOLERANCIA A LAS CRISIS



Nada resulta más atractivo en un hombre que su cortesía, su paciencia y su tolerancia.

Marco Tulio Cicerón



Concede a tu espíritu el hábito de la duda, y a tu corazón, el de la tolerancia.

Georg Chistop Lichtenberg

Hemos dejado esta práctica de última de manera deliberada porque es la más frecuente en los proyectos empresariales el mal manejo dado a las crisis representa el 90% de las muertes empresariales en nuestro país, no es casualidad encontrar importantes proyectos fracasados en los historiales económicos de cada ciudad y región del país, y la pregunta de siempre ¿Cómo enfrentar la Crisis?....La respuesta nunca fue más simple: **CON NERVIOS DE ACERO.**

Con la certeza de haber planeado bien, con la paciencia de esperar, con la clara convicción de sorprender y con la férrea voluntad de no querer que las cosas se acaben simplemente porque se acaban, mientras exista la mas mínima posibilidad, hay que dar la pelea.

7.TOLERANCIA A LAS CRISIS

- Empezar bien no es garantía del éxito
- La caja de una empresa es muy frágil
- Jamás te endeudes sobre una expectativa soñada
- Lo ideal es vender y ganar pero a veces hay que deber, vender, pagar y ganar
- Todo negocio tiene estacionalidad
- Hasta tus mejores empleados se irán algún día



Con relación a este tema nuestra estrategia ha sido NERVIOS DE ACERO, reaccionamos de inmediato, generamos sorpresas, cuidamos cada peso, nos preparamos para lo peor, aumentamos el tamaño de la crisis voluntariamente, y sobre todo analizamos cada paso que damos en esos momentos.

Entendemos las crisis como parte de la vida y así es más fácil, pero hacemos algo adicional, cuando se nos presenta un problema lo pulverizamos en varios problemas para poder atacarlo, así dividido no podrá derrotarnos, cada día trae su afán y cada problema trae su solución solo hay que mirar con atención.

Una cosa más... Estandarizamos la metodología de solución de problemas, por que los problemas son cíclicos como la gripe regresan de vez en cuando y si estamos preparados cada vez será más sencillo atacarlos.

Estas siete prácticas son una Garantía de Éxito lo decimos con la experiencia y autoridad moral que nos asiste como emprendedores, no es un camino fácil pero es extraordinario, eso sí, es más fácil no tomarlo, es mas fácil guardar el dinero en el colchón o invertir en sueños financieros. Pero hacer patria no significa solo izar la bandera y cantar el himno nacional, hacer patria amigos es pelear por ella, es creer en ella, es hacer empresa en ella.