

DICEN QUE HAY QUE REINVENTARSE. SÍ, PERO ¿CÓMO?

Lo que a veces percibimos como una amenaza es una oportunidad que nos brinda la vida para empezar de nuevo y hacer las cosas de otra manera. En otras palabras, para reinventarnos.

Todos los días, se puede leer u oír en los medios de comunicación que, si queremos sobrevivir a la recesión mundial que ha surgido tras la pandemia del coronavirus, **tendremos que reinventarnos**, pero **por qué** y, sobre todo, **¿cómo?**

Está en todos los medios de comunicación un mensaje similar al siguiente: cerca de un millón de empresarios españoles, en los próximos meses, se pueden ver obligados a cerrar y más de dos millones de trabajadores van a perder su puesto de trabajo, alcanzando la tasa de paro el 20,8% por el coronavirus (según el Fondo Monetario Internacional).

En este lúgubre escenario es conveniente recordar que ***“lo que la larva cree que es el fin, el maestro llama mariposa”***.

¿Por qué le aconsejo recordar este pasaje de la vida? Porque nos ilustra que **lo que a veces percibimos como una amenaza es una oportunidad que nos brinda la vida para empezar de nuevo y hacer las cosas de otra manera**. En otras palabras, **para reinventarnos**.

Y, ¿qué hay que hacer para reinventarse? A continuación le sugiero el siguiente **decálogo**:

1. La innovación es condición necesaria pero no suficiente para garantizar la supervivencia de una empresa o de un proyecto empresarial. A nuestro entender, la innovación es uno de los cuatro pilares básicos del emprendimiento. También es necesario ejercer las funciones de Dirección (como, por ejemplo la planificación),

la puesta en marcha de una cultura emprendedora e introducir en la organización los oportunos cambios. De ahí que, hasta que se convierte en un negocio exitoso, tenga que atravesar etapas tan difíciles como el denominado “valle de la muerte”.

2. Pensando en microempresas y/o emprendedores con pocos recursos, la innovación en valor para el cliente es clave. Utilizando de forma orquestada el marketing y la innovación, su negocio conseguirá que la diferenciación respecto a la competencia sea en algo que realmente aporte valor al cliente. Y que ello sea garantía de competitividad o que pueda crecer en un mercado que no crece.
3. Somos conscientes de que innovar no es fácil y que la capacidad de crear e innovar es limitada, pero las grandes crisis han demostrado que es posible y que incluso pueden surgir grandes empresas como lo hicieron Facebook, Airbnb, Netflix, Amazon, Spotify o Uber tras la gran recesión de 2008 (la crisis económica mundial que comenzó en el año 2008, que tuvo su origen en los Estados Unidos, y que afectó a todo el mundo).
4. Para ello, hay que emprender: desde dentro de la empresa en la que estamos (como lo ha hecho la CEO del Instituto Pilar Domínguez creando “IPD online”), o a partir de una nueva empresa (como lo están haciendo numerosas *startups* en estos momentos).
5. Los hitos que no pueden faltar a la hora de emprender con éxito una aventura empresarial son:
 - Haber detectado una oportunidad de negocio, normalmente, una necesidad de mercado insatisfecha.



“ Las grandes crisis han demostrado que es posible emprender con éxito y que incluso pueden surgir grandes empresas, como lo hicieron Facebook, Airbnb, Netflix, Amazon, Spotify o Uber tras la crisis financiera de 2008.

- Convertirla en una idea de negocio. Para que no sea una idea demasiado pobre es muy útil diseñar su modelo de negocio.
 - Asegurarnos de que se trata de una idea de negocio innovadora.
 - Demostrar que esa idea de negocio innovadora es viable.
 - Realizar un plan de negocio. Tener un buen proyecto de negocio.
 - Preparar un (*pitch o investor deck*) para presentar a posibles inversores y/o prestamistas, con el fin de conseguir la financiación necesaria para la puesta en marcha y funcionamiento del negocio hasta que se pueda autofinanciar.
 - Constituir la sociedad.
 - Puesta en marcha de la nueva sociedad, con un buen equipo y con los recursos necesarios para ejecutar el plan de negocio.
6. No obstante, la obtención de una idea de negocio innovadora no es tarea fácil. Que, además, devenga en un nuevo modelo de negocio sólo ocurre en el 11% de los casos. Todo ello hace que menos del 10% de las nuevas ideas de negocio innovadoras terminen en un proyecto empresarial exitoso.

7. Los casos de emprendimiento muestran cómo el emprendedor elige “salir de su zona de confort” y emprender proyectos que suponen un reto tanto económico, como profesional y personal.
8. Para ello ha sido necesario que el emprendedor intente desplegar ilusión, creatividad, vocación de liderazgo, habilidad negociadora, capacidad de convicción, tenacidad, capacidad de asumir riesgos, y orientación a objetivos. Además de habituarse a vivir en la incomodidad, tener siempre una actitud de punto de salida, actuar como filtro de conocimiento y como aplicadores del mismo, y colaborar con otras empresas y personas dentro de su ecosistema.
9. A la hora de la verdad, es posible que tenga sus dudas o reservas mentales como: que es difícil (recuerde que querer es poder); o que tiene miedo al fracaso (Hubbard le diría que un fracasado es un hombre que ha cometido un error pero que no es capaz de convertirlo en

experiencia). Todos hemos fracasado más de una vez (y hemos aprendido las correspondientes lecciones).

10. Estamos convencidos de que el emprendimiento va a ser clave en la reconstrucción del tejido empresarial de nuestro país tras la profunda crisis que estamos padeciendo por la pandemia del coronavirus. Ánimo, si quieres puedes! ■

Jose María Sainz de Vicuña Ancín

autor del libro *Emprendimiento en la práctica*
de ESIC Editorial

