



A la hora de emprender..., ¿cortala con tanta dulzura?

En los emprendimientos importa tanto el qué que el cómo queda perdido, y el amor a la idea propia puede nublar el camino correcto para desarrollarlo. Pero ¿siempre es mala la pasión por la idea?

POR ISABELLE CHAQUIRIANO
Profesora del Centro de Emprendimientos
Deloitte del IEEM

Se te ocurrió algo que podría ser una buena idea. Algo que puede ser tan abstracto como “una iniciativa para disminuir el efecto invernadero” o un proyecto específico para crear una nueva línea de negocios en tu trabajo actual. Quizá ni siquiera tenga algo que ver con negocios lucrativos. O quizá sí.

Una vez que una persona con ganas quiere algo, todo se desdibuja. La realidad se altera. Todavía no está claro qué pide el mercado, qué necesidad tiene el público objetivo o cómo será el modelo de negocios, pero seguramente la subjetividad encontrará la manera de justificar hasta lo poco justificable o determinable. Porque para la persona importa tanto el qué, que el cómo pierde foco.

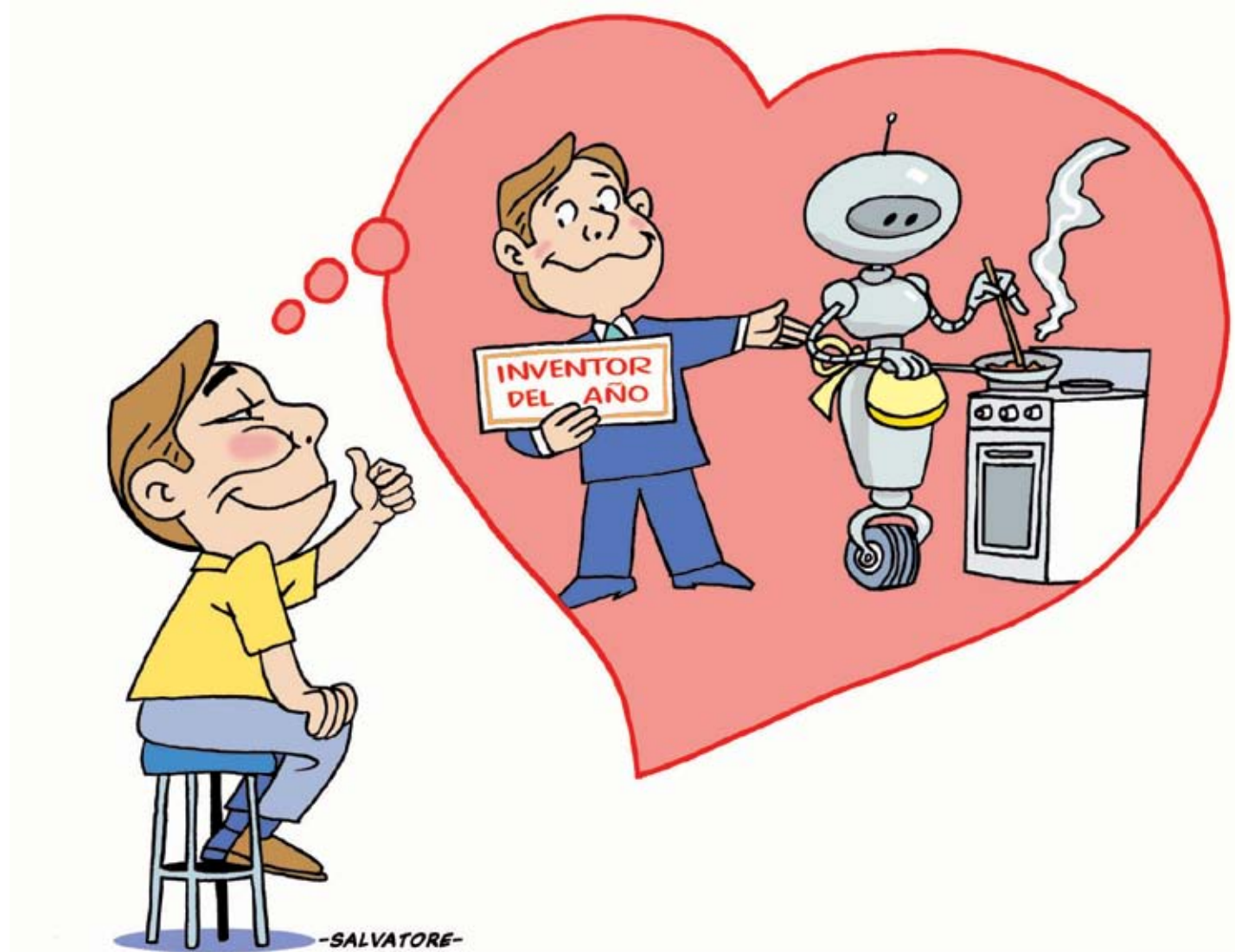
Es el tan conocido enamoramiento de los emprendedores con su idea, que los nubla de ver los efectos negativos de su proyecto por la motivación que tienen de llevarla a cabo. Esta miopía, ese exceso de dulzura del emprendimiento es la causa de los “yo te dije” en caso de fracaso por no ver lo que todos veían.

No puedo evitar recordar el comercial de la gaseosa, donde se da una situación donde el enamoramiento es desproporcionado. Hasta que aparece algún personaje de turno que corta con tanto romanticismo y da un baño de realidad, bajándonos a tierra.

¿Pero no era que se precisaba pasión para emprender?

La mayoría de nosotros cuando pensamos en un emprendedor exitoso tenemos la percepción de que nació con una pasión o la adquirió poco después, pero siempre antes de empezar el negocio. Que tenía una visión reveladora de cómo debería de funcionar el mundo, mientras que todos los que lo rodeaban le decían lo contrario.

Por un lado, todas y cada una de las ideas que se tengan pueden llegar a ser buenas, pero son ideas hasta que se convierten en realidad. Esas ideas de conocidos que



¿Por qué algunas personas se mueven del pensar al hacer, cosa que el resto del mundo todavía no ha hecho? ¿Qué es lo que habilita a algunos a dar ese paso?

escuchamos aquí y allá en fiestas, brindis y eventos, contando la idea que tienen para un nuevo negocio, son simplemente ideas que no generan valor hasta que no se da el gran paso del mundo real. Pensar es muy bueno, pero nada pasa hasta que no se lleva a la práctica.

Pero, ¿qué es lo que habilita a algunos a dar ese paso?, ¿por qué algunas personas se mueven del pensar al hacer, cosa que el resto del mundo todavía no ha hecho?

Investigaciones tanto a nivel local como internacional respecto a la razón por la que diferentes emprendedores decidieron aprovechar una oportunidad arrojan un resultado bastante inequívoco respecto a la motivación de los emprendedores a dar el paso: Las ganas. Ganas irracionales de hacer algo, ganas de percibir más dinero, ganas de cambiar la situación actual... Es decir, ganas de actuar, de crear algo, muy asociado a ese enamoramiento inicial.

Palabra que las personas rara vez usamos para los negocios por ser sentimental, blanda, poco profesional y, por supuesto, difícil de cuantificar y enseñar.

Si entendemos por ganas, tener un profundo compromiso personal con lo que se hace, entonces sí es cierto que la pasión es necesaria para emprender.

Pero hay que tener cuidado si se trata de un enamoramiento ciego, foco maníaco, miopía del mercado que ignora todo lo que se atraviesa por el camino; se vuelve una fuerza destructiva que altera la realidad. Más que un requisito, esta condición se vuelve poco recomendable. Y muy difícil de darse cuenta cuando el enamoramiento ya se volvió empalagoso.

¿Racionalmente emocionales?

¿Cuándo es que las ganas son tan fuertes que generan acción pero se puede considerar que se hace objetivamente? Dos consejos que pueden ayudar.

Primero, hacer equipo. Raramente los emprendimientos exitosos son en solitario y esto se debe en gran medida al balance de las subjetividades.

Mejor aún, si uno del equipo es capaz de cortar con tanta dulzura cuando el límite se haya pasado.

Segundo, determinar una pérdida potencial aceptable para el emprendedor a priori de embarcarse en el emprendimiento.

Un límite de hasta dónde o hasta qué está dispuesto a perder por el emprendimiento.

En este entorno, no importa cuánto miedo o inciertas sean las circunstancias de un emprendimiento, los resortes están dados para que salten cuando el enamoramiento ya se pasó de dulzura.

Y entonces se puede dar libre cabida a las ganas, la pasión, la motivación por el proyecto, porque, por motivos cuantitativos o cualitativos, la alternativa de no pasar a la acción es peor que hacerlo. ●