

## Espíritu y Valores del Concurso y del Emprendedor

Por

Charles Clark

- Hoy la Universidad Católica y Fundación Zona América lanzan una nueva propuesta que no se ha visto en el pasado en estas instituciones ni en otras en el Uruguay. Estamos agradecidos por ellos y los individuos que patrocinan este concurso.
- El deseo es que este concurso sea la semilla por la cual nazcan ideas que no solo se convierten en un proyecto sino en una empresa viable que está impactando a no solo la sociedad y economía del Uruguay sino el mundo.
- Es posible que estés pensando que estoy soñando...bueno eso es exactamente lo que queremos que hagan. Queremos que sueñen en un plan de negocio global que supera lo ordinario, desafía los pensamientos cotidianos, y añada valor al cliente y la sociedad.
- Una vez más puedes estar pensando que esto es un gran desafío en el cual tengo poca experiencia. Quiero confirmar que es un gran desafío que va a requerir un compromiso total para ser exitoso. Es una oportunidad que es importante que lo toman muy en serio. No es un proyecto que tu profesor te va a dar una nota sino un plan que vas a tener que invertir dinero y en verdad a lanzar al mercado global. Quiero animarte que no estás solo. Los que desarrollaron este concurso sabían que iba a ser un gran desafío y a raíz de eso han desarrollado una serie de seminarios que todos se deben aprovechar. Igual van a poner a tu disposición mentores para aconsejarte y guiarte. Posiblemente al principio parece ser abrumador pero no pierdas el ánimo...no está solo y hay un gran beneficio al final de este camino.
- Toda gran empresa tuvo un comienzo humilde...sea McDonalds o Microsoft o Apple o los emprendedores empresarios que van a dar su testimonio luego. Lo importante es creer que tienes una propuesta o idea que tiene valor como producto o servicio; desarrollar la idea en fundamentos de negocio y mercado que son sólidos; y arriesgar en probar el prototipo que no es perfecto pero a la vez vas a seguir refinando.
- Un poco más adelante Simón Fuhrman nos guiara en una dinámica de integración sobre “El Espíritu Emprendedor”. Pero quiero adelantar el tema con unos principios que serán críticos para no solo ganar la competencia pero más importante para desarrollar tu capacidad como emprendedor. Varios de estos principios vienen de un artículo titulado “El Arte de Arranque” por Guy Kawasaki.
- El famoso músico compositor Beethoven dijo una vez, “Nunca he pensado en escribir por reputación y honor. Lo que está en mi corazón tiene que salir; esa es la razón porque compongo música”.
- La pregunta que quiero hacer a cada uno de ustedes es ¿Quieres crear sentido?

- “Sentido” no se trata de dinero, poder o prestigio. No se trata de crear un ambiente agradable para trabajar. “Crear sentido” se trata de
  - hacer el mundo un mejor lugar
  - mejorar la calidad de vida
  - corregir un mal
  - prevenir el final de algo bueno
  
- ¿Porqué crear sentido? La razón es que es el motivador más poderoso que existe. Este concurso no va a ser fácil de ganar. Lanzar una nueva empresa global va a ser más difícil. En estos tiempos de dificultad y desánimo lo que le va a impulsar es el sentido que estás desarrollando algo por lo que vale la pena luchar por.
  
- En 1983 lo que impulsaba a Apple y su división de computadoras Macintosh era crear una propuesta de productividad que cambiaria como el mundo procesaba, guardaba y comunicaba información. A la vez el desafío de ganar contra IBM y devolverlos a la década pasada de maquinas de escribir también le impulsaba.
  
- Para superar lo ordinario o el status quo hay que tener un sentido...una pasión que los lleva a nuevas alturas en el valor agregado de producto y servicio.
  
- Al escuchar tu corazón...como Beethoven...y crear sentido
  - Piensas grande, piensas global. Ponga tú vista en algo más allá de lo ordinario y esfuérzate por lograr algo grande. Grande no se mide solo en valor de utilidades sino en la calidad de la propuesta, las posibilidades de crecimiento, el valor agregado que estás contribuyendo al mercado. No olvides que hay un mercado de 6,500 millones de clientes que representan una oportunidad para estratégicamente posicionar tu producto/servicio.
  - Piensas en ser muy estratégico con una vista a un nicho global que le da espacio por desarrollar tu propuesta sin ser atacado por los gigantes del mundo.
  - Desarrolla un equipo que tiene el mismo sentido, pasión, compromiso y energía para el servicio o producto. Si no lo tienen, mejor pedirles que salgan del equipo porque vienen siendo una influencia negativa en el desarrollo de la propuesta.
  - Desarrolla un producto o servicio que capta la atención e imaginación del mercado global. Es posible hasta “polarizar” al mercado entre personas que le fascina el producto/servicio y los que lo menosprecian. No hay nada peor que crear una propuesta en la cual no genera una pasión en el mercado, un sentido del mercado que “yo quiero esto” o “yo necesito esto”.
  - Hay que vender, vender, vender...a todo nivel del desarrollo de la propuesta. Nunca dejes de vender.
  - Y para concluir...no hay sustituto para sacrificio y compromiso total. Esto no es un juego. La competencia te está esperando y tu trabajo es de saber como desarrollar una propuesta que gane no solo este concurso sino también en el mercado global y en las palabras de un ex jefe...”ejecuta la propuesta violentamente” o posiblemente mejor dicho agresivamente para penetrar el mercado definido y ganar contra las fuerzas competitivas.
  
- Les deseo éxito en su trabajo y tengo grandes expectativas que saldrán varios planes de negocio que veremos operando en el mercado mundial por muchos años.