

Empresas (F)

nuevovivir@granasa.com.ec



Por necesidad
El 46,8 % de los emprendedores por supervivencia solo completó estudios primarios.

Con estudios universitarios
El 16,1 % de los emprendedores con formación superior busca con su proyecto una oportunidad de mejora.

MARTES / SALUD
Las extrañas 'recetas' para eliminar cálculos



Todo o nada

CUANDO EL PLAN A FUNCIONA MEJOR SI NO HAY UN PLAN B

EN CONTEXTO

- Un estudio defiende que concentrarse en el plan inicial es más eficiente que distraerse con alternativas ante el fracaso
- Las iniciativas de éxito, normalmente, son resultado de un largo proceso de ensayo y error con ideas previas
- Ecuador registra uno de los mayores índices de emprendimientos en la región, pero también de mortalidad temprana
- El emprendimiento ecuatoriano es reactivo y, con plan B o sin él, trata de sortear las dificultades sobre la marcha

SARA ESPAÑA
espana@granasa.com.ec
@GUAYAQUIL

Estar preparado para el fracaso puede ser el camino que lleve directo hacia él. Es la tesis de una investigación publicada en la revista académica *Organizational Behavior and Human Decision Processes* en la que se cuestiona la eficacia de los planes de contingencia. La premisa que defiende la coautora del artículo Jihae Shin es que un plan A funciona mejor si no hay un plan B, puesto que todos los esfuerzos se concentran en el objetivo inicial.

"Basta con pensar que existe un plan alternativo para que uno tenga menos deseos de lograr el objetivo primario (y que por lo tanto ponga menos esfuerzo) en ese objetivo, dijo Shin, coautora y profesora de Administración y Recursos Humanos de la Universidad de Wisconsin en Madison (EE. UU.). "El resultado es que usted tiene menores posibilidades de éxito en su objetivo primario", recoge el diario estadounidense *The Wall Street Journal*.

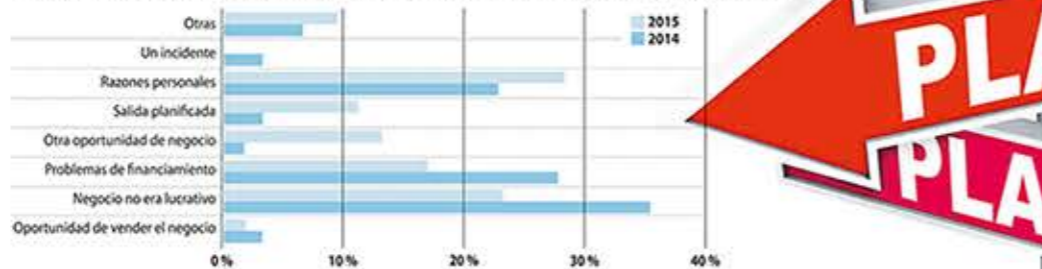
El deseo de alcanzar una meta se basa a menudo en la forma en que uno piensa que se sentirá al final de su esfuerzo. Cuando la gente anticipa que se va a sentir muy mal si no completa una tarea, va a trabajar más duro para completarla, dijo Shin. Pero si han pensado en un plan B, podrían sentirse más cómodos no esforzándose lo suficiente.

Los investigadores solo estudiaron el efecto de tener planes de contingencia en las personas, en cómo tratan de resolver un asunto, pero no lo aplicaron a grupos o empresas. Aun así, según la coautora, los resultados tienen consecuencias para quienes lideran equipos. En vez de pedir al mismo equipo que trabaje en una meta y que formule un plan alternativo, los gerentes deberían pedir a un equipo diferente que haga el plan B.

El profesor de la escuela de negocios Espae, Guido Caicedo, aclara que en Ecuador no es muy común que los emprendimientos arranquen con dos caminos: el principal y el de emergencia. Aunque en ocasiones, hay iniciativas que se lanzan al mercado con dos propuestas a la vez. Lo que merma sus posibilidades de éxito, según su análisis.

"Cada posible camino de

MOTIVOS DE NACIMIENTO Y CIERRE DE UN NEGOCIO



Motivación de los negocios



METODOLOGÍA

El estudio sobre los planes A y B

En una serie de estudios, Jihae Shin y su colega Katherine Milkman, profesora asociada de Organización y Métodos de la Escuela Wharton de la Universidad de Pennsylvania, observaron una y otra vez los inconvenientes de hacer un plan alternativo. En uno de los experimentos se pidió a los participantes que desearan palabras entre un conjunto de letras mezcladas y se les dijo que si tenían un buen desempeño recibirían un snack gratis.

Pero a algunos participantes también se les recordó que podían fallar y por lo tanto no conseguir el snack gratuito, por lo que se les dijo que pensar en otras formas de encontrar comida gratis en el campus. En otras palabras, se les pidió que desarrollaran un "plan B".

Los participantes a quienes se les pidió que pensar en un plan alternativo tuvieron un desempeño significativamente peor en la tarea de descifrar palabras que aquellos a quienes simplemente se les dijo que hicieran la tarea primaria, sin instrucciones adicionales.

Para la mayoría de la gente, es natural idear un plan de contingencia. Sin embargo, la investigación sugiere que las personas deberían ser más estratégicas y comprender la desventaja potencial de desarrollar dicho plan.

EL PERSONAJE



DANNY VÉLEZ
SUBGERENTE GENERAL DE ALIMENTSA

"Soy de compromiso, trabajo y lealtad"

Lo singular de esta empresa es que fue creada por los mismos consumidores. Así nació Alimentos, una industria que elabora alimentos para camarones y fue un grupo de dueños de camaronerías que la crearon. Unos 28 años después de su creación, la industria realiza una inversión de alrededor de 25 millones de dólares, para construir una nueva planta.

La empresa siente el orgullo de ser parte de un sector que genera más de 200.000 puestos de trabajo, de manera directa e indirecta. Es un sector que genera ingresos de 2.300 millones de dólares, al exportar al mundo 740 millones de libras de camarones al año. Es la segunda exportación más importante de Ecuador y en ello Alimentos aporta con el alimento que permite brindar al mercado internacional el mejor camarón del mundo, el ecuatoriano, según lo explica a *Diario EXPRESO* el subgerente general de Alimentos, Danny Vélez.

Estamos en la cadena de producción para que el camarón crezca sano, con buen peso y con reconocimiento internacional. "Cuando uno visita y ve los menús en Europa y otros destinos se indica que ese platillo está preparado con camarón de Ecuador. Tenemos una marca de país del cual nos podemos sentir orgullosos".

Como parte de Alimentos se siente orgulloso de una industria que trabaja con sostenibilidad. Para ello se dictan talleres a los administradores de las piscinas de camarón, donde aprenden cómo evitar las enfermedades y cómo ser eficaz. La empresa también trabaja socialmente, apoyaron en el terremoto de Manabí.

También hay una labor para cuidar el medio ambiente, la industria ha desarrollado un producto con probiótico, que permite nutrir bien al camarón y a la vez mantenerse saludable.

La empresa cuenta con alta tecnología, crece en promedio un 10% anual y el próximo año continuarán con la mecanización del proceso a través de robots, con lo cual tendrán un mejor laboratorio para analizar el agua donde crece el camarón y tomar buenas opciones a tiempo. Alimentos atiende a un 30% del mercado de nutrición eficaz, el próximo año planifican retomar las exportaciones a Centroamérica. Junto con el producto que ofrecen tienen técnicos para asesorar. "Ahora mismo hay técnicos ecuatorianos que se están especializando en Estados Unidos, en China y Europa".

El ejecutivo habla con emoción de la empresa y destaca que ha cumplido 25 años como colaborador de Alimentos.

EL DETALLE
Alimentsa nace en 1988 de la mano de Werner Moeller Freile y Alex Olson Pons.

FORO DE CHOCOLATE SIN AZÚCAR Y A BASE DE HOJA DE COCA

El Foro del Chocolate de Londres invistió este fin de semana a más de trescientos productores para discutir las tendencias del sector, entre ellas, la elaboración de chocolate con hoja de coca en vez de azúcar, para evitar los efectos nocivos de este último producto. El evento giró en torno al futuro del chocolate y trató temas como la agricultura del cacao, la innovación en el sector o cómo la industria chocolatera puede reducir la cantidad de azúcares añadidos para elaborar un producto más saludable. Una de las ideas más revolucionarias que se presentaron en esta edición fue la posibilidad de crear un chocolate "más sano" y "sin azúcar", mediante la mezcla del cacao con la coca peruana, pero sin alcaloides. Una nueva fórmula que fue fruto de la "casualidad" del investigador Gregory Aharonian.



EXPECTATIVAS SAMSUNG ESPERA MÁS BENEFICIOS

Samsung Electronics prevé que su beneficio operativo de julio-septiembre crezca un 5,5% interanual hasta los 7,8 billones de wones (7.001 millones de dólares) pese a la retirada global por avería de su "phablet" Galaxy Note 7. Sin embargo, el gigante tecnológico surcoreano calcula que esta ganancia operativa será un 4,18% inferior a la cifra cosechada en el anterior trimestre de marzo-junio. En todo caso, el dato del beneficio operativo de la empresa estaría por encima de lo previsto por la mayoría de analistas y se habría visto beneficiado por una demanda mayor de lo esperado de chips de memoria y pantallas durante el tercer trimestre del año. La mayoría de estimaciones han situado el coste de la retirada masiva del Galaxy Note 7 en torno al billón de wones (897 millones de dólares).



MCDONALD'S LA GUERRA CONTRA LA COMIDA GOURMET

El Big Mac escribió en julio un importante franquiciado de McDonald's en un memorándum, "se ha vuelto menos relevante". Es el problema que enfrenta el gigante estadounidense de comida rápida: sus hamburguesas ya no son lo suficientemente buenas. Apenas uno de cada cinco jóvenes de la Generación del Milenio, la clientela principal de los restaurantes de comida rápida, ha probado el producto estrella de McDonald's, decía la nota. Nuevas cadenas que prometen "mejores hamburguesas" están captando clientes con sus ofertas gourmet, hechas a la orden, y con un servicio veloz e informal. La cadena está buscando la fórmula para hacerles frente.



DATOS DEL EMPRENDIMIENTO

- COMERCIO Y COMIDA**
El 65,9 % de los negocios nuevos están orientados al consumidor de comercio al por menor, hoteles y restauración.
- ESCASA CREACIÓN EMPLEO**
Los negocios nacientes esperan dar trabajo a entre 1 y 5 personas (76,4%). Según avanzan, aumenta a un 26 % y 30 % los que creen que no contratarán a nadie.
- SIN CLIENTE EXTRANJERO**
Casi el 90 % de los emprendimientos ecuatorianos declaran que no tienen clientes extranjeros. En Colombia, solo un 22,5 % asegura no llegar al mercado externo.
- SUELDO INFERIOR A \$ 450**
El 50,8 % de los emprendedores declara que pertenece a una categoría de ingresos inferior a los \$ 450. Solo un 17,5 % dice estar entre los que ganan más de \$ 850.

SABER +
ENCUÉNTRELO EN NUESTRAS VERSIONES IPAD Y ANDROID

EL ESTUDIO DE LA REVISTA OBHOP
"Cómo los planes de previsión afectan al objetivo primordial".

INFORME GEM SOBRE ECUADOR DE ESPAE
Informe Global Entrepreneurship Monitor 2015, sobre Ecuador.



Basta con pensar que existe un plan alternativo para que uno ponga menos esfuerzo en el objetivo primario.
JIHAE SHIN
COAUTORA DE LA INVESTIGACIÓN

dieron el efecto de tener planes de contingencia en las personas, en cómo tratan de resolver un asunto, pero no lo aplicaron a grupos o empresas. Aun así, según la coautora, los resultados tienen consecuencias para quienes lideran equipos. En vez de pedir al mismo equipo que trabaje en una meta y que formule un plan alternativo, los gerentes deberían pedir a un equipo diferente que haga el plan B.

El profesor de la escuela de negocios Espae, Guido Caicedo, aclara que en Ecuador no es muy común que los emprendimientos arranquen con dos caminos: el principal y el de emergencia. Aunque en ocasiones, hay iniciativas que se lanzan al mercado con dos propuestas a la vez. Lo que merma sus posibilidades de éxito, según su análisis.

"Cada posible camino de

buscar alternativas", razona. Por eso, Caicedo considera que "tener un plan B con demasiada anticipación quita enfoque y puede llevar a la empresa a abandonar el plan A demasiado pronto". Lo ideal sería, en caso de tener una propuesta alternativa, "dejarlo estar y consultarla de vez en cuando para ver si hay algo que pueda nutrir de manera natural al plan A".

En la práctica, el presidente de la Asociación de Jóvenes Emprendedores, Andrés Briones, coincide en que no es habitual que un emprendimiento ecuatoriano vea la luz con un plan de contingencia.

Pero Briones sí ve una ventaja en la previsión. "Generalmente los emprendedores planifican en un solo escenario: el mejor. Por eso vemos algunos emprendimientos que muere prematuramente", lamenta. Aunque el

primer tropiezo, tampoco es el fin. "El chip del joven emprendedor hace que el plan A esté siempre en constante cambio. Los emprendedores no tienen planes rígidos y esa es su principal ventaja creativa", destaca.

Caer es parte del camino, dice, y por eso, estar preparado nunca puede ser permicioso.

"No creo que una empresa funcionaría mejor sin un plan de contingencia. Un empresario tiene como tarea inicial prever cada uno de los escenarios posibles y realizar planes de acción que pueden ser ejecutables dependiendo de las circunstancias", detalla Briones, en referencia a la capacidad de reacción de los emprendedores. "Es verdad que existen algunos empresarios que se fijan un objetivo inicial y se van adaptando de acuerdo a las circunstancias hasta lograrlo. Esos son planes de contingencias tácitos, no están estructurados linealmente sino que se crean y ejecutan de acuerdo a la reacción de una posible acción", recalca. De hecho, los grandes imperios empresariales, recuerda el joven directivo, han sobrevivido en el tiempo gracias a adaptarse al "fracaso" y buscarle siempre una solución.

Ningún plan elaborado por un empresario en beneficio de su empresa puede ser calificado de permicioso.

ANDRÉS BRIONES
ASOCIACIÓN JÓVENES EMPRENDEDORES

EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR SENIOR

AUTOEMPLEO A LOS 65
Mientras el 50,3 % de los mayores de 65 años está fuera del mercado laboral disfrutando de la jubilación y del retiro de la actividad económica, la otra mitad tiene o está buscando alguna ocupación. El 33,9 % opta por los emprendimientos y se declara en el autoempleo; el 13,2 % tiene un trabajo en rol de dependencia y solo el 2,6 % se considera desempleado, es decir, está buscando ocupación.

PARA LOS CONSUMIDORES
Los emprendedores que peinan canas han visto en los negocios orientados a los consumidores su oportunidad. El 75 % de los que se lanzan con una iniciativa económica lo destina a este sector. Pero también hay otros giros de negocio entre los seniors: el 16 % desarrolla labores extractivas y, en igualdad de atracción, los servicios a negocios y los proyectos de transformación atraen al 4 % de los mayores de 65 años, respectivamente.

MENOR MIEDO AL FRACASO
La experiencia es una herramienta que suma más de lo que resta. Será por eso que los emprendedores senior tienen una menor sensación de miedo al fracaso (16%) que los menores de 65 años (24,2%). De hecho, el 80 % de los adultos mayores que emprende defiende que si tiene la capacidad para hacerlo. Entre sus motivaciones, están casi a la par la necesidad (48,4 %) y la oportunidad de mejora (41,9%). A los demás les empuja ambas con el 9,7 %.