

# CREATING ESCENARIOS

Marzo 2006



## Noticias desde el futuro

Año 1, número 5

### Puntos de interés especial:

- > Innovar = Crear.
- > La creación se encuentra en cualquiera que esté preparado para la sorpresa.
- > El precio que paga la empresa innovadora por el abandono de prácticas bien establecidas en el presente es el verdadero valor de toda supervivencia futura.



### La Innovación: ¿receta o arte cultivado?

¿Es la innovación una receta? Una receta son varios ingredientes mezclados bajo unas órdenes y pautas, produciendo todo ello un resultado predecible y ya conocido. Pero el arte es crear algo nuevo, no conociendo el resultado final. Eso es innovación, en última instancia.

Las innovaciones vienen provocadas por :

- \* un problema que necesita una solución;
- \* un deseo a la búsqueda de algo nuevo;
- \* un accidente (“chance”: suerte y oportunidad).

Por lo tanto para ser innovador es necesario resolver un

problema, tener una visión o una inspiración o cometer algunos fallos. Para todo ello la gente no necesita recetas. El proceso tipo sería el siguiente:

1. Descomponer lo que se necesita hacer o se ha hecho.
2. Cuando se tengan las partes que lo componen, examinar qué están haciendo las personas que son buenas en ello (si existen), aplicar la analogía, investigar.
3. Averiguar el modo de personalizar lo que hay que hacer de manera que se convierta en algo nuestro.

En cualquiera de las etapas

de este proceso, se está sujeto a una cierta tensión artística que provoca “trampas”, entre aprovechar las nuevas oportunidades que van surgiendo o frenar para evitar riesgos, por miedo al fracaso o la equivocación. Las novedades solemos intentar valorarlas antes de tiempo, pero el éxito viene dado por el nivel de espíritu creativo y por la energía y empeño que se ponga en ello y no por juicios de valor previos.

Es el ambiente social en el cual la gente trabaja el que tiene un impacto determinante en el desarrollo de la creatividad individual, más allá del nivel potencial teórico del mismo.

... (continúa)

### Contenido:

Noticias desde el futuro	1
Empresa preactiva:	
Consulta práctica VI	2
Possible world Negocios ¿posibles?	
Possible world (vi)	3

### Innovación y éxito empresarial.

¿Por qué fracasan los negocios? La respuesta está en que la gran mayoría prefiere la seguridad que le proporcionan sus prácticas actuales devenidas del pasado, aunque no le protejan de imprevistos, cambios e imponderables varios.

El innovador es cierto que corre un riesgo (verdadero

pero calculado, de ahí los procesos dirigidos de creatividad), pero lo que no tiene es esa conciencia de desamparo que es la que inicia el camino del fracaso.

El innovador tiene en última instancia la sensación de que, pulsando alguna palanca, que otros no tienen o no usan, sigue controlando la

situación. Sin esa emoción que va siempre hacia la sorpresa (¡lo encontré!), no se puede tener esperanza en llegar a ser capaz de influir en los acontecimientos.

Innovar es asumir riesgos calculados. Para afrontar las incertidumbres del futuro es la apuesta segura para la diversidad de soluciones.

En esta sección indicaremos algunas cuestiones básicas relevantes para tratar problemas comunes de planificación estratégica.

Confiamos en que les sea útil.



## Consulta práctica VI

Soy el nuevo responsable del área de administración. Me encuentro que en la empresa no funcionan correctamente una tercera parte de los equipos informáticos, que algunos despachos están en precarias condiciones y que el almacén es más un trastero que un lugar de almacenamiento de existencias y consumibles.

**Algunos factores claves a tener en cuenta son, entre otros:**

### Los inventarios.

- El primer paso en una estrategia de este tipo es la identificación de infraestructuras, equipamientos y material.
- Se determinará el estado de cada uno y las necesidades de mejora.

### El plan de mantenimiento.

- Es el documento clave en este proceso, pues ha de indicar, al menos, los siguientes aspectos mínimos.
  - \* Necesidades de mejora iniciales.
  - \* Alcance y periodicidad del mantenimiento.
  - \* Responsables del mantenimiento.
  - \* Procedimiento para la gestión de incidencias.
  - \* Responsables (internos y/o externos) de la solución de incidencias.

**Sabemos que la realidad de su empresa es única**

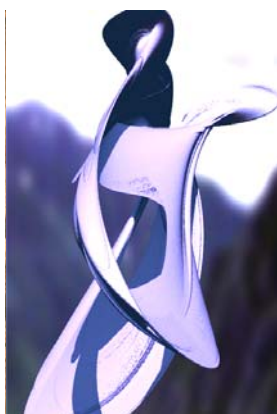
### El alcance del mantenimiento: material.

- Fundamentalmente hace referencia al estado del almacén y a las necesidades de material fungible.
- La adecuada organización de espacios en el almacén así como en la disposición del material, facilita el trabajo del área de administración, traducándose ello en una más eficiente gestión del tiempo de los trabajadores.

### El alcance del mantenimiento: instalaciones y equipamientos.

- El mantenimiento es una labor de vigilancia periódica con el siguiente objetivo:
  - \* Que las eventuales anomalías no interfieran (o lo hagan con escasa incidencia) en la correcta prestación del servicio o en la correcta elaboración del producto (según el caso).

## Empresa preactiva



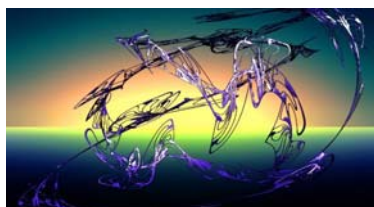
## Publicación mensual

Directores:  
Emilio Arias  
Ángel González

Correo: [info@edanxestion.com](mailto:info@edanxestion.com)

**edanxestion**  
CONSULTORÍA DE EMPRESA

[www.edanxestion.com](http://www.edanxestion.com)



### Posible World (vi)

#### Idea de negocio: Animador/a de eventos sociales

Pensemos en una de las pesadillas más recurrentes en directiv@s: nuestra empresa u organización ha de presentar públicamente algo (un producto, servicio o trabajo realizado) y la escasez de público o la falta de participación del mismo confiere una mala imagen de nosotros a la prensa, autoridades asistentes, directiv@s de entidades inversoras, etc.

Ésa es la razón de ser de la animación de eventos sociales: conferencias, seminarios, presentaciones, comidas o cenas de trabajo, cocktails, etc.

Hablamos de (por lo general) una persona que se encarga de ayudar a proporcionar la imagen buscada por la empresa.

#### Tareas:

- Asistir personalmente al acto en cuestión.
- Garantizar la asistencia de personas suficientes para cubrir el aforo convenido con el cliente, e informarlas de las pautas mínimas de actuación.
- Realizar preguntas acordadas con anterioridad.
- Difundir a otros asistentes ideas o cuestiones claves sobre la empresa mediante el trato individual.
- Suscitar foros o debates informales entre los asistentes.

Se trata de un negocio especialmente indicado para empresas dedicadas a la organización de eventos, relaciones públicas y similares.

#### Clientes del negocio:

Empresas o particulares.

#### Precio del servicio:

No se recomienda un precio inferior a 40 €/h.