



MARCOS ALVARADO

EL MÉTODO BAMBÚ

UNA GUÍA DE 6 PASOS PARA
EMPRENDER DE FORMA
ECONÓMICA Y CON ALTAS
PROBABILIDADES DE ÉXITO

MARCOS ALVARADO

EL MÉTODO BAMBÚ

UNA GUÍA DE 6 PASOS PARA
EMPRENDER DE FORMA
ECONÓMICA Y CON ALTAS
PROBABILIDADES DE ÉXITO

Alvarado, Marcos

El método bambú : una guía de 6 pasos para emprender de forma económica y con altas probabilidades de éxito / Marcos Alvarado. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Marcos Alvarado, 2023.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga

ISBN 978-987-88-9515-4

1. Cultura Emprendedora. 2. Administración de Empresas. 3. Emprendimientos. I. Título.

CDD 338.04

©2023 Marcos Alvarado

<https://www.elmetodobambu.com>

Primera edición: junio 2023

ISBN: 978-987-88-9515-4

Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, el almacenamiento ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

*A mi familia, amigos y a todos aquellos que me apoyaron
y brindaron su ayuda durante mi camino emprendedor,
quiero dedicarles este libro con un enorme
agradecimiento.*

Cuenta la metáfora que la planta del bambú japonés,
una vez plantada la semilla, no crece
inmediatamente. De hecho, no sale a la superficie por
bastante tiempo; pero una vez que lo hace, crece más de
treinta metros en algunas semanas.

Durante todo ese tiempo antes de lanzarse a la
superficie, el bambú se dedica a desarrollar las raíces, las
cuales le van a dar el sostén y la fuerza para crecer luego
rápidamente.

ÍNDICE

ÍNDICE	6
MI HISTORIA	8
¿POR QUÉ ESCRIBÍ ESTE LIBRO?	10
MI MAYOR FRACASO EMPRENDIENDO	12
COMO NO HAY QUE EMPRENDER	17
LOS PRINCIPALES ERRORES DE LOS EMPRENDEDORES	17
¿POR QUÉ LOS EMPRENDEDORES COMETEMOS ESTOS ERRORES?	21
LOS MEJORES EMPRENDEDORES TAMBIÉN HAN FRACASADO	23
INTRODUCCIÓN AL MÉTODO BAMBÚ	26
¿CUAL ES LA BASE TEÓRICA DEL MÉTODO BAMBÚ?....	27
LA FÓRMULA SECRETA DEL MÉTODO BAMBÚ	28
ACLARACIONES.....	29
FASE 1 - CÓMO ENCONTRAR IDEAS	30
7 TÉCNICAS PARA IDENTIFICAR PROBLEMAS	31
FILTROS MENTALES QUE PERJUDICAN LA BÚSQUEDA	42
FASE 2 - ANALIZAR PROBLEMAS.....	46
PASO 1: SELECCIONAR EL MEJOR PROBLEMA.....	46
PASO 2: ANALIZAR EN PROFUNDIDAD EL PROBLEMA ELEGIDO.....	47
PASO 3: CUESTIONARIO FINAL DEL PROBLEMA	62
FASE 3 - FORMULAR HIPÓTESIS	69
PASO 1: FORMULAR HIPÓTESIS MEDIANTE PENSAMIENTO DIVERGENTE	70

PASO 2: SELECCIÓN MEDIANTE PENSAMIENTO CONVERGENTE	71
PASO 3: CALIFICACIÓN	72
FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS BOOSTERAGRO.....	72
FASE 4 - COMPROBAR HIPÓTESIS	77
PASO 1: DEFINIR EL ESPACIO DEL EXPERIMENTO	78
PASO 2: DISEÑAR Y ARMAR EL EXPERIMENTO	79
PASO 3: ATRAER UNA MUESTRA DEL PÚBLICO OBJETIVO HACIA EL EXPERIMENTO	84
PASO 4: MEDIR LOS RESULTADOS.....	87
EXPERIMENTO DE BOOSTERAGRO	90
FASE 5 - PROTOTIPAR LA SOLUCIÓN.....	97
PASO 1: IDENTIFICAR Y SELECCIONAR LOS USUARIOS TESTERS	99
PASO 2: CONSTRUIR EL PROTOTIPO	101
PASO 3: MEDIR EL PROGRESO.....	106
PASO 4: OBTENER DEVOLUCIONES.....	107
PROTOTIPO DE BOOSTERAGRO	108
FASE 6 - CRECIMIENTO DE LA SOLUCIÓN.....	119
PASO 1: COMPROBAR QUE ESTAMOS LISTOS PARA CRECER.....	119
PASO 2: DISEÑAR LA ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO	125
PASO 3: LANZAR A LA SUPERFICIE	133
CRECIMIENTO DE BOOSTERAGRO	134
EPÍLOGO	141

MI HISTORIA

Soy Marcos Alvarado, argentino de nacimiento, originario de la ciudad de Buenos Aires y criado en Saladillo, una ciudad ubicada a 180 km de la capital. Con 35 años de edad, llevo 15 años dedicándome al emprendimiento.

Desde muy joven, siempre he tenido una pasión por crear cosas nuevas. Mi adolescencia y juventud estuvieron marcadas por el inicio de proyectos, ya sean viajes, negocios, práctica deportiva o grupos de interés común.

No considero que posea un don, talento o habilidad excepcional. Creo que aceptar y descubrir esto desde temprana edad fue lo que me ayudó a alcanzar varios logros en mi vida. Sabía que para alcanzar mis objetivos tendría que esforzarme y hacer cosas fuera de lo común.

Siempre he tenido la creencia de que si realmente deseaba algo, con el tiempo lo conseguiría. Mi esencia se caracteriza por esas dos energías: el impulso inicial y la determinación para concluir los proyectos. Sin embargo, considero que mi mayor virtud ha sido mi perseverancia.

Cuando tenía 20 años y estudiaba Administración de Empresas en la universidad, comencé a aventurarme en mis primeros negocios. A lo largo de estos 15 años, he desarrollado múltiples emprendimientos de diversos tipos. Comencé con la producción y venta de remeras, y también incursioné en la distribución de alimentos para mascotas. Posteriormente, adquirí habilidades en el desarrollo de sitios web y me embarqué en el mundo de las plataformas digitales y las aplicaciones (Apps) para teléfonos inteligentes (Smartphones).

Después de muchos fracasos y una infinidad de errores cometidos, finalmente logré alcanzar el objetivo que siempre había soñado. En 2015, junto a Sebastián Galdeano, mi socio y cofundador, ambos oriundos de Saladillo, fundamos BoosterAgro. Esta empresa de base agro tecnológica tenía como misión ayudar a los productores agropecuarios de Latinoamérica (LATAM) a digitalizar y optimizar sus operaciones diarias.

Durante seis años, construimos la comunidad digital más grande de productores agropecuarios en LATAM. BoosterAgro se convirtió en la App número uno del sector agrícola, llegando a abarcar el 30% de las hectáreas de la región. Es decir, uno de cada tres establecimientos productivos utilizaba nuestro sistema para monitorear y tomar decisiones en sus negocios.

La empresa recibió inversiones de reconocidos fondos de Estados Unidos, Brasil y Argentina. Finalmente, en 2021, fue adquirida por una de las mayores compañías tecnológicas de agronegocios en Brasil.

La clave del éxito de BoosterAgro, a diferencia de mis emprendimientos anteriores, fue la implementación de una metodología diferente. A lo largo del tiempo, fui adquiriendo conocimientos y desarrollando un método que combina, integra y resume las mejores metodologías, técnicas y prácticas para crear proyectos.

Este método, puede aplicarse a cualquier emprendimiento, independientemente del rubro y tamaño. Lo he llamado "Método Bambú".

¿POR QUÉ ESCRIBÍ ESTE LIBRO?

Creo firmemente que emprender es un proceso que se va construyendo a medida que avanzamos. Al igual que en otras profesiones o actividades, a medida que recorremos el camino, adquirimos conocimientos y experiencia. Sin embargo, ser emprendedor no cuenta con una guía clara ni un camino definido que nos indique la dirección correcta.

En efecto, las opciones de estudio para aquellos que desean ser emprendedores son bastante limitadas. Tanto en escuelas como en universidades, no se nos enseña realmente cómo emprender. Esta falta de preparación contribuye a que alrededor del 90% de los emprendimientos que se inician terminan cerrando antes de cumplir los dos años.

Existe un paradigma arraigado en la idea de que los emprendedores se lanzan a la superficie con un alto grado de incertidumbre. Si bien es cierto que siempre existen factores de riesgo externos que no podemos controlar, desde mi experiencia y la de otros emprendedores, puedo afirmar que este paradigma es falso. Hay muchos factores de riesgo que los emprendedores sí podemos controlar, a los que yo llamo factores internos de riesgo.

Estos factores internos incluyen todas las tareas, prácticas y actividades que dependen exclusivamente del emprendedor. Por ello, desarrollé este método: para ayudar a los emprendedores a hacer todo lo que esté a su alcance de la mejor manera posible, logrando así un alto grado de certeza en sus acciones. Sí hubiese tenido en mis manos este libro cuando comencé a emprender, sí hubiese podido acceder a este método hace 15 años, me habría ahorrado una gran cantidad de tiempo, dinero, además de muchísimas frustraciones y noches sin dormir, por no

seguir mencionando peores. Esta es la razón principal por la que decidí desarrollar este método y plasmarlo en este libro.

MI MAYOR FRACASO EMPRENDIENDO

Cuando me invitan a dar charlas sobre emprendimientos en empresas, universidades o escuelas, siempre comienzo compartiendo mi mayor fracaso como emprendedor. Sin duda, fue una de las lecciones más importantes de mi carrera. El caso que vas a leer a continuación representa perfectamente todo lo que los emprendedores no deben hacer. Considéralo como una "maestría" (MBA) en cómo no emprender.

Era el año 2012 y junto a un grupo de hermanos, primos y amigos, teníamos una idea que nos parecía brillante. O al menos eso creíamos nosotros. Para contextualizar, en ese momento los smartphones estaban ganando terreno en el mercado, las redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube se estaban volviendo cada vez más populares, y surgían nuevas redes sociales enfocadas en diferentes nichos de mercado.

Nuestra supuesta brillante idea era crear una red social de ocio nocturno. Básicamente, una aplicación donde los usuarios pudieran encontrar una amplia variedad de bares, fiestas y eventos que se llevaran a cabo en las principales ciudades del país. Los usuarios podían obtener información sobre el lugar, comprar entradas, reservar mesas e incluso formar grupos de salida para juntarse con otros grupos.

En ese momento, teníamos alrededor de 24 años, estábamos en pleno auge de salidas. Recuerdo que cuando compartíamos la idea para obtener opiniones y validaciones, todos nos decían que les parecía genial, que

era muy original y que descargarían y usarían la aplicación con frecuencia una vez que estuviera disponible.

Durante los 12 meses de desarrollo de la aplicación, nos dedicamos a elaborar el plan de negocios, el plan de marketing, diseñar el logo y la marca. Digitalizamos toda la información de los establecimientos nocturnos y hasta participamos en una competencia de emprendedores, donde resultamos ganadores y recibimos un reconocimiento por la "idea más innovadora".

Diseñamos nuestro modelo de negocio, que consistía en cobrar a los establecimientos un porcentaje de comisión por cada reserva realizada. Luego, elaboramos múltiples escenarios y proyecciones de ventas en Excel. Nuestro trabajo de prensa fue destacado y generó gran repercusión, incluso recibimos una llamada de la compañía cervecera Quilmes para explorar posibles acciones conjuntas en el día del lanzamiento.

Recuerdo que en nuestras reuniones semanales, a menudo acompañadas de cervezas que, por supuesto, aumentaban nuestro entusiasmo, pasábamos horas y horas discutiendo las numerosas ideas que teníamos para añadir valor a nuestra solución en desarrollo. Hacíamos suposiciones sobre la cantidad de descargas de la aplicación, las reservas que se realizarían y las ventas que lograríamos. Incluso teníamos un plan de expansión para lanzarnos a otros países.

Estábamos inmersos en nuestra propia película, convencidos de que ese sería nuestro momento y de que todo ocurriría como esperábamos. Por lo tanto, decidimos formalizar la idea. Constituimos una sociedad, abrimos una cuenta bancaria, distribuimos las acciones entre los socios y sumamos algunos inversores que depositaron su confianza en nosotros al ver nuestro convencimiento. En

fin, podría enumerar mil cosas más que hicimos durante ese tiempo.

Finalmente, llegó el momento de lanzar la aplicación al mercado. Después de mucho tiempo y de lidiar con los desarrolladores, finalmente obtuvimos la tan esperada App. La subimos a las tiendas de aplicaciones de Google (Google Play) y Apple (App Store), logramos que aprobaran nuestro contrato de distribución y comenzamos a promocionarla en Facebook, Twitter y YouTube.

Durante los primeros días, las descargas no dejaban de aumentar. Nuestras redes sociales ganaban seguidores y generábamos cada vez más interés. Gracias a nuestro excelente trabajo de marketing, en tan solo 60 días, más de 5.000 personas instalaron la App. Los comentarios que recibíamos eran positivos, los relacionistas públicos se acercaban y varias empresas del sector mostraban interés en la plataforma. La sensación era increíble, todo lo que habíamos previsto estaba ocurriendo.

Sin embargo, lo peor estaba por venir. A medida que pasaban las semanas, notamos que el ritmo de descargas comenzaba a disminuir y, lo que es peor, el número de desinstalaciones aumentaba. Resumiendo, esta triste y breve parte de la historia, a los 3 meses, el 90% de las personas que habían descargado la App la habían eliminado. Y lo más desalentador era que incluso las pocas personas que quedaban ni siquiera la utilizaban.

Nos encontramos sin usuarios. O más bien, nunca los tuvimos realmente. Simplemente fueron personas que descargaron la App, la probaron durante unas semanas y, al no encontrar beneficios, decidieron desinstalarla.

Desafortunadamente, sin usuarios no había reservas, y sin reservas no había ventas. En pocos meses, nos quedamos sin dinero y nos vimos obligados a cerrar la

empresa. Tuvimos que cerrar la cuenta bancaria, disolver la sociedad y enfrentar todos los trámites costosos y burocráticos que conlleva cerrar un negocio.

Con el tiempo, nos dimos cuenta de que habíamos estado trabajando en una solución para un problema que en realidad nunca existió. Nos aferramos y nos enamoramos tanto de nuestra idea que nunca se nos ocurrió hablar con el mercado. Nos encerramos en nuestra propia película, que al final resultó no tener espectadores, héroes ni un final feliz.

Lamentablemente, esta historia frustrante le ocurre a la gran mayoría de los emprendedores. Personalmente, en ese momento, me resultó muy difícil aceptar toda esa situación. Sentía que habíamos trabajado duro, nos habíamos esforzado mucho y que no era justo que terminara así.

Al principio, me costaba encontrar explicaciones y, cuando las encontraba, carecían de fundamentos sólidos más allá de culpar al azar. Sin embargo, con el tiempo, experiencia y conocimiento adquiridos, puedo comprender exactamente por qué fracasamos. Puede parecer extraño que diga que todo lo que hicimos fue incorrecto. Es posible que pienses que en realidad hicimos muchas cosas bien, que nos movimos, nos esforzamos y dedicamos toda nuestra energía al proyecto. Y sí, tienes razón, hicimos muchas cosas bien, pero nada de eso sirvió porque cometimos el error más grave: no desarrollar las raíces del emprendimiento, que es precisamente lo que abordaremos en este método.

Para que puedas entenderlo de manera más clara, te daré una simple analogía. Lo que hicimos sería como abrocharnos mal el primer botón de una camisa. Aunque

abroches correctamente el resto de los botones, la camisa quedará mal puesta.

A medida que te adentres en el método, te darás cuenta de que lo más importante para emprender es asegurarte de abrochar correctamente el primer botón. Este paso crucial sienta las raíces fundamentales para tu proyecto.

El proceso de emprender implica mucho más que realizar una serie de tareas como armar un plan de negocios, hacer proyecciones de ventas, diseñar un logo, abrir una sociedad, una cuenta de banco, juntar inversión, desarrollar un producto o armar noticias de prensa. Si bien estas acciones son importantes, son solo componentes individuales dentro de un panorama más amplio.

Es común caer en la trampa de creer que estar ocupado y tener una agenda llena de reuniones y actividades es sinónimo de progreso. Muchos emprendedores se encuentran atrapados en una espiral de reuniones y trabajo agotador sin lograr resultados significativos. Es fundamental romper con esa "reunionitis" y trabajar de manera metódica e inteligente para aprovechar al máximo nuestros recursos.

El método te brindará apoyo en cada actividad que realices y en cada paso que des, con un único objetivo: progresar y avanzar hacia la siguiente fase. Emprender no consiste en trabajar fuertemente, sino en ser metódico y trabajar inteligentemente, haciendo eficiente nuestros recursos.