



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

Emprender, un desafío de vida

Ángela María Quintero Cortés



Emprender, un desafío de vida

Trabajo de grado de
Ángela María Quintero Cortés
angela.quinteroc@gmail.com

Tutor
Adriana Macías Villamarín
Directora Revista MisiónPyme

Universidad del Rosario
Escuela de Ciencias Humanas
Periodismo y opinión pública

Coordinadora
Sandra Ruíz

Decana
Stephanie Lavaux

Diseño gráfico
Ximena Vargas Rusce

Fotografías
CanStockPhoto
Cortesía MisiónPyme

Agradecimiento
A mis padres, Armando y Judith,
por su apoyo incondicional durante
toda mi vida.

2013

Emprender, un desafío de vida

Pese a que el país registra una de las mejores tasas de emprendimiento de América Latina, el 33% de los nuevos negocios constituidos cancela sus actividades antes de cumplir los tres años. El escaso conocimiento del mercado, la falta de capital de trabajo y la baja tolerancia al fracaso se atribuyen como las principales causas del cierre de estos establecimientos. Historias de quienes han logrado consolidar sus empresas a pesar de las múltiples dificultades y equivocaciones que han afrontado.

Después de 18 meses trabajando más de 16 horas diarias sin recibir un solo peso como salario, las cosas pintaban mejor para Martín Schrimppff y sus socios. La esperanza se presentaba ante ellos en la piel de un cliente promisorio, que no solo elevaría el número de transacciones que se hacían en su portal, sino que se convertiría en el proveedor de la estabilidad económica de la empresa.

Martín, José Fernando Vélez y Santiago Spinel estaban cada vez más seguros de que Pagos Online, la empresa que había nacido un año atrás, iba a salir adelante pese a los obstáculos que enfrentaban. Pero la promesa de un milagro en ventas se hizo trizas cuando se comprobó que las transacciones que realizaba el nuevo cliente eran un fraude, lo que los obligó a asumir el pago de \$30 millones, el triple de los ahorros que habían invertido en 2002 para crear la compañía.

El pánico se apoderó de Santiago, llevándolo a tomar la decisión de abandonar la sociedad. Spinel fue víctima de la Gran F, aquella que Richard Branson, fundador de Virgin Group, definió en su columna del diario Portafolio como la más temida por los empresarios: Fracaso. Esta palabra es la primera causa de cierre de emprendimientos en los primeros años de vida, ya que la mayoría de los nuevos empresarios esperan que todo salga bien desde un principio y no tienen claro que deben enfrentar la fase de supervivencia, que se puede tomar más de tres años.

“Los primeros años son los más difíciles para cualquier compañía, ya que hasta pagar las cuentas es un reto porque todavía estás desarrollando tus productos o servicios, reclutando miembros para tu equipo, refinando los precios, creando materiales de mercadeo y atrayendo clientes”, explica Branson.

Más del 70% de los emprendimientos del país no traspasan la barrera de los tres primeros años¹, debido a los diferentes obstáculos que se presentan durante la consolidación de su modelo de negocio. De acuerdo con el Registro Único Empresarial que administran las Cámaras de Comercio, en el 2013 existen 2.733.374 empresas activas de las cuales apenas 7.161 cumplen con el criterio de grande (0,26%). Las demás, es decir el 99% corresponde a micro, pequeñas y medianas empresas que generan más del 85% del empleo del país, según cálculos del Dane.

De acuerdo con Julián Domínguez, presidente de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras), Bogotá sigue siendo la ciudad donde mayor número de empresas nuevas entran en actividad, de un total de 165.575 unidades empresariales creadas entre enero y julio del año en curso, el 22% (36.852), funcionan en la capital. Seguidos por Antioquia con 19.989 (12%), Valle del Cauca con 15.933 (9.5%), Santander con 11.670 (7%), Cundinamarca 8.349 (5%), Atlántico 7.181 (4.29%) y el 39% restante se ubica en el resto del país.

El sector comercio absorbe el mayor número de empresas creadas con 68.423, cifra que representa el 48.8% del total en el periodo de enero a julio de 2013. En segundo lugar, como sector más atractivo para la generación de nuevas unidades empresariales, se ubican los establecimientos de alojamiento y servicios de comida con 20.459 empresas. A la industria manufacturera corresponden 17.026, es decir el 10% y de actividades profesionales, científicas y técnicas se crearon en el periodo citado 10.231 empresas. Por su parte, el sector de la construcción participa con 8.420 empresas que representan el 5% del total.

Del total de nuevas empresas, el 77.5% corresponde a personas naturales y el 22.5%, equivalente a 37.684, son personas jurídicas.

Sin embargo, en materia de cancelación de registros mercantiles, las cifras de los primeros siete meses

86%

de las empresas en Colombia son de edad joven y mediana, por lo que se debe trabajar para fortalecer la perdurabilidad empresarial.

Fuente: Confecámaras

del año indican que se mantiene en el 33% del total de nuevos negocios constituidos, aquellas empresas que deciden culminar sus actividades en los tres primeros años desde su creación. En el periodo analizado, cancelaron su matrícula mercantil 55.496 empresas. De este total 49.872 (90%) corresponde a personas naturales y 5.624 a personas jurídicas.

Por sectores económicos, el mayor porcentaje de empresas canceladas corresponde al comercio con 23.364, seguido por los establecimientos de alojamiento y servicios de comidas con 7.872 empresas y la industria manufacturera con el 8% equivalente a 4.402 unidades productivas.

Por ciudades Bogotá participa con el 17% de las empresas canceladas, es decir 9.689; Antioquia concentra el 15.87%, o sea 8.806; en el Valle del Cauca cancelaron la matrícula 5.847 empresas que representan el 10.54% del total.

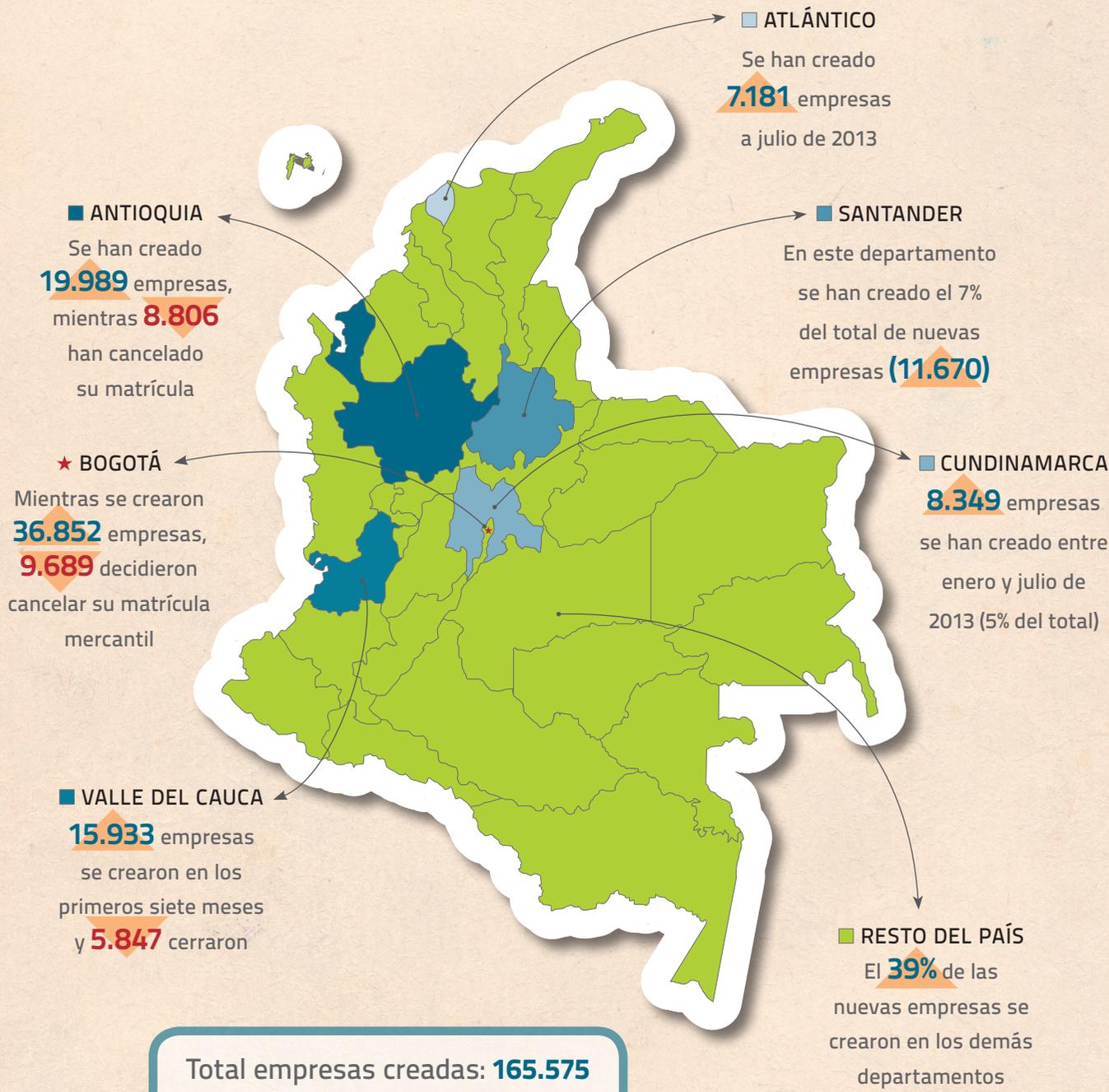
Estas cifras demuestran la importancia de adelantar acciones que disminuyan la alta tasa de mortalidad de los nuevos emprendimientos, empezando por aspectos como el fortalecimiento del espíritu empresarial.

1 Cifra dada por el GEM Colombia 2011-2012

Dinámica creación y cancelación de empresas en el país

(Enero a julio 2013)

5



Total empresas creadas: **165.575**

Total empresas que cancelaron su matrícula mercantil: **55.496**

A este alto índice de mortalidad empresarial se atribuyen varias causas. Para Efrén Cifuentes, director de la Oficina de Formación Empresarial de Bancóldex, si bien todos los emprendedores del mundo están expuestos al fracaso, las principales razones de esto, podrían resumirse en:

➤ Falta de un adecuado plan de negocios.

- Proyecciones poco realistas, sobretodo en el campo de ventas e ingresos.
- Falta de capacitación y entrenamiento para liderar y gestionar un negocio.
- Falta de una adecuada contabilidad que permita proyectar en el mediano plazo la rentabilidad del negocio y gestionar los costos.

Así es el emprendedor colombiano

“El emprendedor colombiano es una persona arriesgada. Hemos mejorado muchísimo en temas de percepción, cada vez más la gente ve el emprendimiento como una alternativa que vale la pena, pero sobre todo, está más preparada, no solamente para generar ideas innovadoras en términos de solucionar problemas del mercado sino que es más consciente de la necesidad de prepararse en términos de gestión”, explica Liyis Medina, directora del Centro de Emprendimiento de la Universidad del Norte.

De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* para 2012 - 2013, en el país aproximadamente 6,2 millones de hombres y mujeres (20,1% de la población) se encontraban realizando algún tipo de actividad o tarea para poner en marcha un nuevo negocio. Por ello no resulta extraño que Colombia sea uno de los países con mayor tasa de intención para emprender, en el país el 57% reporta tener las habilidades y capacidad para iniciar una nueva actividad empresarial.

En cuanto a los emprendedores por necesidad tanto hombres como mujeres entre los 35 y 44 años representan el mayor porcentaje - 31,20% y 31,90%-, respectivamente. El 66,7% de las mujeres que hacen emprendimiento por necesidad se ubica en niveles de ingreso por debajo de dos salarios mínimos legales mensuales. Mientras, en el caso de los hombres, ese porcentaje es 50,7%.

El emprendimiento por oportunidad tiende a ser un fenómeno donde la dinámica la generan los jóvenes. Las personas entre los 25 y 35 años abarcan la gran mayoría, con 60,3% del total. Así, mientras el 17% de los emprendedores por necesidad generan más de tres salarios mínimos mensuales, en el caso del emprendimiento por oportunidad los individuos que generan ingresos superiores a este nivel son el 39% del total.

Lo que se evidencia en la dinámica de los emprendedores colombianos, es que un gran porcentaje tiene la intención de emprender (57%) -los también llamados emprendedores potenciales-. De los cuales, solo el 14% pasa a ser un emprendedor naciente, aquellos que pusieron en marcha su idea, es decir, la etapa en la que convierte en realidad su concepto. Sin embargo, el grupo se va estrechando y el 6.89% logra llegar a la etapa de ‘nuevo emprendedor’, aquellas personas que han estado pagando sueldos entre 3 y 42 meses.

En el periodo comprendido entre 2010 y 2012, los empresarios que han logrado mantener sus negocios por más de 3 años y medio han caído alrededor del 50%, mientras en 2010 el 12.22% lo hizo, en 2012 el 6.72%, lo que evidencia la complejidad de las posibilidades de supervivencias para los empresarios.

Cientes, clave en el negocio

Pero no solo Santiago fue víctima del miedo a la Gran F. Martín y José también vivieron momentos de gran depresión. "Creo que nadie se alcanza a imaginar lo que se siente en ese momento. Se me iba el mundo, sentía un desespero y una decepción tremenda después de no haber ganado un peso, invertido los ahorros de la vida y saber que teníamos que sacar un crédito para responder por el fraude. Mientras veía que mis amigos ganaban buenos salarios en sus empleos y nosotros estábamos como unos pobres pendejos en medio de un fraude, sin dinero y ahora endeudados", confiesa Schrimppff.

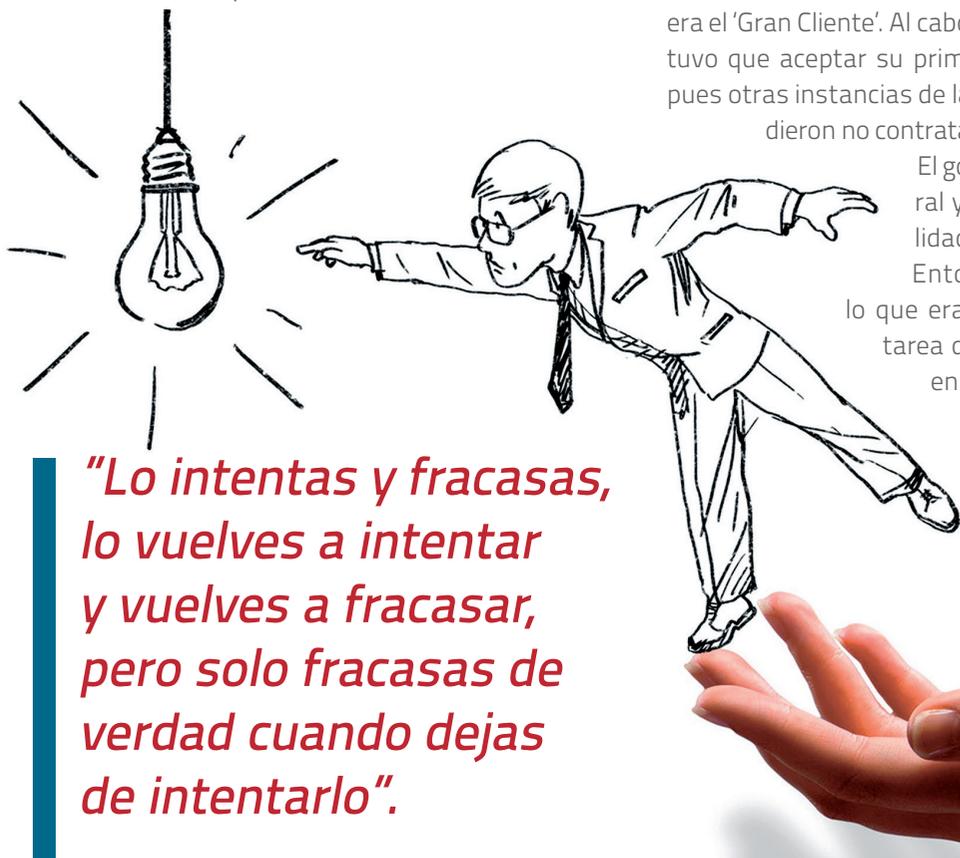
Después de discutirlo, el par de socios decidió no claudicar. Asumieron la deuda y convirtieron esa debilidad en su fortaleza. Investigaron y estudiaron a fondo toda la reglamentación correspondiente al manejo de tarjetas de crédito o débito a través de internet, así como las cláusulas de Visa y MasterCard. Para evitar que ocurriera otro fraude iniciaron

el desarrollo de un software que garantizara la seguridad de cada una de las transacciones que se realizarían en su portal.

¿Qué llevó a Martín y José a enfrentar su miedo? Lo más probable es que la experiencia de fracasos previos les hubiera permitido fortalecer su espíritu para continuar su camino en medio de la tormenta. De hecho, además de haber tenido un pequeño negocio escolar de venta de chocolates, Martín ya había enfrentado una gran decepción empresarial. Después de culminar sus estudios de ingeniería mecánica decidió vivir en Inglaterra y se ilusionó con la idea de montar una empresa que le brindara desarrollo de software a la firma en la que su hermano ocupaba un cargo de alto nivel.

Con cuentas alegres, empacó sus maletas, volvió a Colombia y convenció a José Fernando del promisorio futuro que les auguraba el negocio. La nueva empresa se llamó Sirius y arrancó con la expectativa de tener un solo cliente, que de todas maneras era el 'Gran Cliente'. Al cabo de pocos meses Martín tuvo que aceptar su primer estruendoso fracaso pues otras instancias de la compañía inglesa decidieron no contratar los servicios con Sirius.

El golpe fue económico y moral ya que perdieron credibilidad como desarrolladores. Entonces Martín entendió lo que era 'maletiar' y se dio a la tarea de recorrer todo Londres en busca de clientes.



"Lo intentas y fracasas, lo vuelves a intentar y vuelves a fracasar, pero solo fracasas de verdad cuando dejas de intentarlo".

- Paulo Coelho

En ese proceso se reencontraron con Santiago Spinel, quien trabajaba para DeRemate.com. Conocedor de las necesidades del mercado, él les propuso crear una plataforma al estilo PayPal que permitiera efectuar el pago de las compras a través de ese portal. Hicieron las cuentas y definieron que la plataforma costaría \$5 millones. Sin embargo, Santiago convencido del poder de esta idea, los animó a crear una nueva empresa. Martín y José aportaron \$2,5 millones cada uno y Santiago \$5 millones para darle vida a Pagos Online.

Para soportar la inversión no hubo un plan de negocios, ni siquiera una proyección de ingresos. El mismo Martín afirma que "si yo hubiera sabido el tamaño del mercado en Colombia en cuanto a transacciones en la web no hubiera empezado Pagos Online, por lo que quien quiera emprender debe mirar esos temas, saber que existe el suficiente mercado". Aunque resulta indudable que el camino hacia el éxito no habría estado tan plagado de piedras resbalosas si Martín y José hubieran conocido con anterioridad el mercado al que se enfrentaban y hecho cuentas con mayor detenimiento, fue justamente ese desconocimiento el que les permitió convertirse en los pioneros en materia de cobro vía internet.

Sobre este punto, Efrén Cifuentes señala que lo más importante de un emprendedor aparte de tener una buena idea, es que esta sea ejecutable. "Para tener más claridad sobre el futuro, se debe armar un buen plan de negocios en el que se tengan previstos los costos, gastos, posibles ingresos y riesgos que implica la iniciativa", asegura este experto que durante más de 15 años ha liderado el área de capacitación de Bancóldex.

Para construir el plan de negocios se deben consultar estudios de mercado que permitan estimar el tamaño de la demanda, tipificar al cliente, identificar a la competencia, definir las ventajas de nuestro producto o servicio en comparación con los demás y las estrategias de crecimiento. Así mismo, incorporar estimaciones financieras especialmente de los gastos y costos que se derivarán del emprendimiento para establecer las necesidades de capital que se van a tener.



^ Martín Schrimppff, gerente de Pagos Online, hoy en día PayU Latam.

"Se me iba el mundo, sentía un desespero y una decepción tremenda después de no haber ganado un peso, invertido los ahorros de la vida y saber que teníamos que sacar un crédito para responder por un fraude que superaba 3 veces nuestra inversión, fue un golpe duro".



“No hay secretos para el éxito. Este se alcanza preparándose, trabajando arduamente y aprendiendo del fracaso”.

- Colin Powell

Para Rodrigo Varela, director del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial del Icesi, la orientación al mercado es un factor determinante. “Se debe tener claridad de que la empresa solo existe en la medida que existan clientes dispuestos a comprar y a pagar. De allí que no resulte extraño que el factor más crítico de riesgo para toda persona que emprende es lograr la respuesta del mercado cuando sale con sus productos, este muchas veces no responde y obliga a que el emprendedor se quede con el producto que considera muy interesante y novedoso”, puntualiza.

¿Negocios o empresas?

Las cosas se pusieron feas para Liborio Martín Plata en 1984. A sus 40 años se quedó desempleado

y a pesar de la gran experiencia que tenía estaba consciente de que en el mercado laboral ya sería un hombre demasiado ‘viejo’. Durante 7 años se dedicó al negocio inmobiliario en compañía de su hermana acumulando un gran conocimiento sobre este sector.

Este fue su punto de partida para fundar, junto a otros cinco socios Alianza Inmobiliaria S.A. La compañía inició labores justo en medio de la crisis hipotecaria de finales de los años 90 y aunque muchos pensaron que sería una locura arrancar en semejante momento para ellos fue la mejor decisión. Mucha gente debió entregar sus viviendas al no poder responder por las cuotas de los créditos, así que Alianza tuvo mucho trabajo qué hacer para colocar los nuevos inmuebles y darles alternativas a quienes debían volver a ser arrendatarios.



^ Liborio Martín Plata, gerente de Alianza Inmobiliaria S.A.

“Los nuevos empresarios fracasan porque creen que al montar una empresa inmediatamente tendrán prosperidad, lo que los lleva a que no planeen los sacrificios que hay que hacer inicialmente”.

Don Liborio tiene muy claro por qué fracasan los emprendedores. “El nuevo empresario cree que al montar una empresa inmediatamente le dará prosperidad, lo que los lleva a que no planeen los sacrificios que hay que hacer inicialmente. Los negocios tienen un comportamiento, un tiempo de instalación, de consolidación no solamente en su mercado sino en la tipología del negocio, hay que identificar claramente qué es lo que se espera, qué exigencias tiene sobre el manejo. Puede ser que los nuevos empresarios tengan el enfoque en repartir utilidades y no en ver cómo tenemos que llegar a obtener esas utilidades y qué tipos de sacrificios hay que hacer”.

El portal español recursosparapymes.com que ofrece información y un software para emprendedores, ha identificado como una de las principales causas de fracaso el que los nuevos emprendedores tienen un producto o servicio más no una empresa. En esencia, son personas que tienen una oportunidad de negocio pero no saben cómo la van a convertir en una compañía perdurable.

A un producto es necesario incorporarle aspectos como marketing, finanzas, gestión administrativa, estrategias, relaciones con otras empresas, gestión de empleados, entre otros elementos que implican ser una empresa con todas las de la ley.

En este punto coincide José Félix Cipriani, presidente ejecutivo de la Asociación Nacional de Industriales de la Panadería y Alimentos Complementarios (Anipan), quien afirma que una de las principales dificultades por las que atraviesa el gremio hoy en día de cara a los Tratados de Libre Comercio que ha suscrito el Gobierno es “que hay mucho comerciante pero poco empresario. Cuando se actúe con ese criterio de empresa, proyección, mercadeo e innovación y visualizando las necesidades del mercadeo se estará progresando, pero mientras se esté haciendo lo mismo de hace 5 años no se podrá competir”, explica.

De allí que las motivaciones que llevaron a la creación de la empresa resulten ser un factor determinante en el éxito de estas. Las cifras del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2012 para el caso de Colombia revelan que en los últimos años ha crecido el número de personas que deciden emprender producto de la identificación de una oportunidad.

En Colombia, teniendo en cuenta el indicador TEA (Tasa de Actividad Emprendedora) el 15,9 lo hace por oportunidad, mientras que el 5,9 lo hace por necesidad, es decir ven como su última tabla de salvación el crear empresa, bien sea porque están desempleados o necesitan mejorar sus ingresos.

Lo cual resulta preocupante, pues como lo explica Liyis Medina, directora del Centro de Emprendimiento de la Universidad del Norte (Barranquilla), los empresarios que resultan en el quehacer emprendedor en virtud de la necesidad y no se proyectan están destinados en mayor proporción al fracaso. "Si una empresa nace porque realmente no tuve de otra y no tengo percepción, por ejemplo, de convertir ese puesto de perros calientes en

57%
de los colombianos
reporta la intención de
emprender un nuevo
negocio, sin embargo solo
lo ponen en marcha el 14%.

Fuente: GEM 2012

varios puestos, va a desaparecer. Solo es posible que un emprendimiento por necesidad crezca si el emprendedor tiene o genera las capacidades para hacerlo, es cuestión del emprendedor, porque si las tiene le da la vuelta a ese emprendimiento por necesidad y se convierte en un emprendimiento por oportunidad", explica.

Por eso resulta tan importante para Varela, que desde la academia se dote de herramientas tanto personales como del entorno a los futuros empresarios. En este sentido uno de los principales aspectos que se debe trabajar es la visión de carrera empresarial, es decir que se vean, proyecten y trabajen en torno a la figura de ser empresarios y no sea el resultado de una obligación o falta de alternativas. "Aquellos jóvenes que se convencen y configuran su proyección personal en términos de querer ser efectivamente empresarios son los que tienen más probabilidades de aprovechar las diferentes oportunidades que les ofrece el entorno", puntualiza.

A la par de esto se trabaja en aspectos como orientación al logro, sensibilidad social, amplitud perceptual, flexibilidad, gestión empresarial, empatía, redes empresariales, pensamiento conceptual, toma de decisiones, autoconfianza, orientación al mercado y a la acción.



¿Todo es cuestión de dinero?

Tras haber sobrevivido seis años en medio de tormentas, y tras un intento fallido de compra de las operaciones de Pagos Online por parte de una empresa argentina, Martín estaba convencido de que su emprendimiento tenía potencial para crecer y que su producto era el 'gancho' para conseguir inversionistas. Por lo que emprendió una búsqueda y logró hallar un inversionista ángel que le inyectó US\$350.000, para realizar una estrategia comercial muy agresiva.

Paradójicamente, con los nuevos dineros tanto Martín como José volvieron a sentir lo mismo que habían vivido cuando fueron víctimas del fraude años atrás, pues toda la plata se fue en la contratación de vendedores, que lograron una cuota del 60% del mercado disponible en ese momento, pero sus ingresos seguían siendo inferiores al millón de pesos.

"Aunque la empresa iba bien estábamos quemando mucho efectivo al ser tan agresivos, pero fue la segunda peor época a la par del fraude porque pese a que conseguimos el dinero, los socios estábamos ganando muy poco", cuenta.

Lo que no se puede negar, es que los empresarios nacientes tienen mayor dificultad para acceder al crédito y lograr la estabilidad financiera. "La antigüedad y el tamaño de las empresas se relacionan directamente con su estructura financiera. A menor tamaño, mayor exposición al riesgo por la débil estructura de endeudamiento y menor rentabilidad económica, lo que se traduce en que las empresas más jóvenes, tanto micro como pequeñas, son las que tienen un mayor riesgo financiero", puntualiza Julián Domínguez, presidente de Confecámaras.

Por ello, uno de los factores más críticos a los que se enfrenta el emprendedor es que su iniciativa empresarial logre la respuesta del mercado, como lo explica Rodrigo Varela, el tema de recursos adquiere vital importancia, "muchas veces nosotros pensamos que el problema es solo de plata y nadie va a discutir que no se necesitan recursos financieros pero el empresario no se puede quedar allí y tiene que tener la capacidad de encontrar soluciones alternativas para resolver esa dificultad", explica.

"Para que un gran sueño se haga realidad solo hay que tenerlo, este se convierte en el motor que da la gasolina para trabajar en convertirlos en una realidad".



▲ Santiago Giraldo, gerente de Centrales S.A.

Esto explica el éxito que tuvo Santiago Giraldo, el hoy gerente de Centralquipos S.A., empresa que brinda soluciones para los sectores de construcción e industria con equipos de montaje que son reco-

nocidos por su diferenciación y precios competitivos. Su camino empresarial comenzó en Armenia en 2005 con una idea que para muchos parecía descabellada: adquirir una empresa en liquidación.

Políticas públicas para el emprendimiento

Desde el Gobierno Nacional se han buscado consolidar leyes e instituciones que impulsen el emprendimiento. De allí que la Ley 1014 de 2006 de Fomento a la cultura del emprendimiento, sea una de las principales iniciativas, con las que se busca trabajar en cinco frentes: iniciación formal de la actividad empresarial (a través de la simplificación de trámites, reducción de costos, etc); la financiación (redes de inversionistas, capital semilla); articulación (creación de redes nacionales y regionales de emprendimiento); soporte no financiero (capacitación, incubadoras); y ciencia, tecnología e innovación.

Para lograr dichos objetivos se han creados leyes como la Ley del primer empleo (1429 de 2010), la Ley anti-trámites (decreto 019, enero 10 de 2012), entre otras. A su vez que se han creado instituciones como iNNpulsa Colombia, creada para promover la innovación empresarial y el emprendimiento dinámico como motores para la competitividad y el desarrollo regional, o fortaleciendo otras como el Fondo Emprender Sena.

¿Qué tanta relación existe entre las acciones del Gobierno y el entorno de desarrollo de los empresarios? Estos no sienten que las políticas que se están fomentando y el apoyo que les brinda el Estado sea el que necesitan, en especial en el tema de impuestos. ‘Para mí no es perceptible el beneficio que haya podido tener de una política pública, por el contrario han sido en algunos momentos restricciones por el tema impositivo, es un sistema de causación que muchas veces lo deja a uno casi que al filo de la cuchilla porque se comprometen demasiados recursos en este tema’, explica Santiago Giraldo, gerente de Centralquipos.

Este mismo sentimiento, lo tiene después de más de 20 años de experiencia Liborio Plata, gerente de Alianza Inmobiliaria, ‘para el empresario el Estado es el socio más costoso que hay, pues se está llevando entre el 60 y 70% de la utilidad que genera el negocio y lo más grave es que no hay un retorno en beneficio de las comunidades’, además de manifestar su preocupación de cara a los Tratados de Libre Comercio (TLC) que en los últimos años ha suscrito el país, ‘no hay una política estatal que permita crecer y desarrollar, lo que pone en jaque a los empresarios que en las diferentes ciudades están tratando de progresar, no se cuenta con herramientas para competir frente a las multinacionales, lo que más adelante puede significar desempleo y caída’.

Por su parte, la directora del Centro de Emprendimiento de la Universidad del Norte, Liyis Medina, reconoce que las políticas públicas influyen bastante en el éxito que pueda tener un emprendedor, pues en sus propias palabras propenden porque existan reglas de juego sanas, porque se busca la protección de la propiedad, la inversión, entre otros. ‘Aunque se busca beneficiar las creaciones e innovaciones a través de patentes, aún sigue siendo muy costoso por lo que se debe trabajar aún más en ello. Además, es necesario que se faciliten aún más los trámites para el inicio, pues así más gente se incorpora al mundo del emprendimiento’, puntualiza.

Pero todos apuntan a la necesidad de generar políticas que incentiven la creación de empleos, pues hoy en día son muy altos los costos que implica la contratación legal.

“Mi motivación a la hora de adquirir esta empresa fue que percibí que los problemas se derivaban de malos manejos, por lo que tomé el riesgo, porque finalmente empezó siendo eso, un riesgo. Básicamente se notaba que fallaban en el servicio y no tenían un cliente satisfecho, de ahí principalmente me pegué. No había quien se encargara ni liderara la empresa, no tenía espíritu no tenía un buen equipo de trabajo, era un tema más por ese lado”, explica el empresario.

De allí que su labor de reingeniería, más que enfocarse en cómo lograr un flujo de caja estable, se centró en motivar a cada uno de sus empleados, crear una política de servicio y fomentar el trabajo en equipo, lo que con el tiempo se convirtió en clientes satisfechos que poco a poco fueron incrementando las ventas, llegando a superar el punto de equilibrio y dieron paso al crecimiento, el que los llevó a montar operaciones en Pereira y Barranquilla.

“Para que un gran sueño se haga realidad solo hay que tenerlo, este se convierte en el motor que da la gasolina para trabajar en convertirlos en una

realidad, tanto si se cree que se puede como si se cree que no, las dos veces tiene la razón. Uno necesita convencerse que si se puede y la verdad uno se lleva sorpresas cuando uno está convencido de las cosas”, puntualiza Giraldo.

Madera de empresario

“Seguramente los empresarios fracasan, se equivocan, se quiebran, ser empresario no es un tarea sencilla. Las empresas que finalmente salieron adelante fueron las que perseveraron en el tiempo, eso quiere decir que a pesar de que tuvieron un tropiezo, dos, tres o cinco dijeron no me dejo ganar por esa piedra que se me presentó en el camino, lo reintentaron y salieron adelante, eso se logra gracias a un ejercicio en donde han revisado al interior y se han reformulado”, explica Cifuentes.

***“El fracaso
derrota a los
perdedores e
inspira a los
ganadores”.***

- Robert T. Kiyosaki



No resulta extraño que sea la perseverancia una de las principales características que confiesan los empresarios han adquirido con el pasar de los años. Así lo reafirma Giraldo, el gerente de Centralquipos "es normal que uno tenga que aprender de una cantidad de departamentos en los cuales uno no se especializó académicamente, pero a nivel personal y lo que he aprendido y me ha dejado mi labor empresarial es perseverar y tener paciencia. Cada día el reto es más difícil, más importante y tengo que seguirlo aplicando".

La perseverancia es un ingrediente fundamental para lograr el éxito emprendedor. Y los fracasos siempre son una escuela en la que el empresario se pule para evitar los escollos más adelante, como lo reconoce el fundador de Pagos Online cuando afirma que el fraude del que fueron víctimas cuando empezaron fue lo que los llevó a diferenciarse en el mercado y contar hoy con el 90% de la participación.

Como lo explica Branson, es necesario utilizar las preocupaciones para pulir la estrategia y el rumbo del negocio. Lo que se logra a través de la generación de preguntas sobre aspectos claves que contribuyen a refinar el plan de negocio. "No es ninguna vergüenza cerrar un negocio, los mejores emprendedores generalmente tienen algunas cicatrices de batalla y cuentos de guerra que contar. Lo importante es tomar lo positivo de la experiencia y aplicarlo en el siguiente negocio. Si no tienes éxito al principio, olvídate de la F solo recupérate e intenta, intenta de nuevo", puntualiza.

Para Efrén Cifuentes, de Bancóldex, el empresario que después de los tropiezos logra tener éxito se caracteriza por hacer las cosas diferentes, es innovador; no le da miedo enfrentar nuevos retos; es perseverante, se pone metas y no importa que tenga tropiezos busca la manera de alcanzarlas; tiene unas excelentes relaciones personales con su gente y es un líder que sabe manejar a su equipo de trabajo y obtener lo mejor de cada uno; y, por último, tiene la capacidad de pensar y ver su empresa en el futuro.

Por ello después de las caídas Martín y José pueden sentirse orgullosos. Pues el mismo sistema y

"Las empresas que finalmente salieron adelante fueron las que perseveraron en el tiempo, eso quiere decir que a pesar de que tuvieron un tropiezo, dos, tres o cinco, dijeron no me dejo ganar de esa piedra que se me presentó en el camino".

Efrén Cifuentes, Bancóldex

seguridad de la plataforma de Pagos Online pasaron a convertirse en PayU Latam, la plataforma de pagos más grande de América Latina, con la que ofrecen un outsourcing completo de pagos, desde la infraestructura tecnológica para soportar el crecimiento de las ventas hasta la posibilidad de vender en diferentes países, pese a que la empresa no tenga presencia en estos. Logrando así cautivar mercados como Argentina, Panamá, Perú, Brasil, Chile, México, entre otros.

Tanto para Martín y su socio, como para Don Liborio y Santiago Giraldo la clave del emprendedor no está en no equivocarse nunca, porque es el Fracaso en donde más lecciones se aprenden. El verdadero éxito empresarial está en saberse reponer de las caídas. ■



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

www.urosario.edu.co