





EMPRENDIMIENTO:

elemento clave para el desarrollo en Colombia

Por: Revista del Rosario



En muchos foros se habla del emprendimiento como una salida frente a la crisis del empleo. Sin embargo, gracias a la investigación realizada en la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario y de la experiencia adquirida luego de acompañar más de 100 iniciativas emprendedoras, considera el equipo del Centro de Emprendimiento de esta Facultad, que es un tema que debe observarse con detenimiento, pues es necesario generar herramientas adecuadas que ayuden y faciliten al emprendedor a realizar con éxito la tarea que se ha impuesto.

Andrea Ávila coordinadora del Centro de Emprendimiento de la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario, nos cuenta del tema.

¿Qué es emprendimiento?

Emprendimiento es la actitud y aptitud de la persona que le permite enfrentar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ha llegado. El emprendimiento se puede canalizar de diferentes maneras e involucra tres actores esenciales para el desarrollo y el progreso de una sociedad: el emprendedor, el intraemprendedor y el empresario.

El *emprendedor* es la persona que está insatisfecha con el estado de las cosas y con lo que ha logrado y como consecuencia quiere alcanzar mayores logros; por esto, las acciones de un emprendedor están enfocadas a generar valor y contribuir al crecimiento colectivo e individual. El *intraemprendedor* es aquella persona que reside o está dentro de la empresa y se caracteriza por detectar oportunidades, formular y poner en marcha proyectos que mejoren las organizaciones y contribuyan a su crecimiento, y el *empresario* es quien convierte una idea en una empresa, reuniendo los recursos necesarios y asumiendo los riesgos y su dirección

Es así como en la Universidad del Rosario entendemos que ser emprendedor está más allá de tener o no una empresa propia (realizada o en proyecto), es una forma de ser, sentir, vivir y por supuesto, trabajar.

Así mismo, somos conscientes de que el emprendimiento es un factor clave para el desarrollo económico de los países, la perdurabilidad empresarial, la creación de nuevas empresas, la creación de nuevos empleos, creación y distribución de riqueza, la competitividad, la evolución de las sociedades y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

Colombia es un país que requiere de emprendedores y visionarios que puedan crear soluciones creativas y una oferta seductora para los mercados actuales,

ofertas que pueden surgir desde sus inicios en las instituciones educativas impulsadas por jóvenes.

Hoy, los jóvenes han adquirido un mayor protagonismo en las sociedades, tanto por la contribución que ellos pueden dar al crecimiento económico que experimenta la región, como por las altas tasas de desempleo juvenil que se dan. En Colombia de cada 100 jóvenes con posibilidades de trabajar, 23 están sin empleo. Por esto es necesario activar la creatividad y la confianza en los jóvenes, ya que tienen el reto de crear conceptos propios y tener la valentía de salir al mundo con ellos.

Mirando el emprendimiento desde el punto de vista de creación de empresas, en Colombia hay estudios que indican que tenemos ventajas que nos hacen un país emprendedor; sin embargo, existen dificultades al momento de canalizarlas, porque somos emprendedores por necesidad y no por oportunidad. En Colombia, la tasa de mortalidad o cierre de empresas es muy alta, más del 70% de las que nacen, mueren en sus primeros años de vida.

A partir de esta preocupación, la Facultad de Administración, a través del Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad (CEEP) trabaja día a día en diseñar y poner a disposición de los emprendedores y empresarios, herramientas que contribuyan a encontrar caminos, para lograr empresas más perdurables.

Teniendo en cuenta ese panorama, se podría pensar que el emprendimiento se convierte en una salida interesante para combatir el desempleo y generar desarrollo en el país. Sin embargo, es un proceso que lleva tiempo y requiere de compromiso, no solo de los emprendedores, sino de las instituciones públicas y privadas para apoyar y facilitar la tarea de emprender.

En efecto, se trata de un proceso que necesita acompañamiento, tiempo y perseverancia. La Universidad del Rosario desea ir más allá de incorporar cátedras de emprendimiento y por esto, no solo le apuesta a la creación de una política de cultura de emprendimiento, sino también a la creación de un Centro de Emprendimiento con los equipamientos adecuados, donde confluyan los distintos saberes y disciplinas que den soluciones a las necesidades de la sociedad, la comunidad, los jóvenes y estudiantes que conforman la Institución Educativa.

¿Cómo funciona el Centro?

Este Centro de Emprendimiento para la Perdurabilidad Empresarial, impulsado por la Facultad de Administración, busca incentivar el emprendimiento como opción de vida en los jóvenes. Formar, orientar y apoyar *emprendedores, intraemprendedores y empresarios* en la creación y puesta en marcha de sus proyectos, fomentar empresas perdurables en el tiempo y crear conocimiento sobre emprendimiento, todo esto a través de la investigación y el desarrollo de conceptos, metodologías y herramientas para ofrecer más servicios a los diferentes actores de la comunidad rosarista.

Los emprendedores se acercan y los acompañamos desde el ejercicio de identificar y modelar su idea, hasta la puesta en marcha de su proyecto o iniciativa empresarial; luego, ofrecemos herramientas que contribuyan a su perdurabilidad. Por otro lado, trabajamos en el desarrollo de habilidades y competencias emprendedoras en los usuarios del Centro para darles un acompañamiento integral.

Ningún proceso es igual a otro, porque las iniciativas y los emprendedores tienen características y necesidades diferentes, y se encuentran en diferentes etapas del proceso. Entendemos que cada emprendedor es único y que cada idea es

diferente. Desde el 2009, se han incorporado más de 100 iniciativas que se encuentran en diferentes etapas del proceso.

Otra labor que tenemos como Centro es articularnos en red a todo el ecosistema que apoya el emprendimiento. Eso porque, en Colombia hay cada vez más oportunidades ofrecidas por las entidades que ayudan a emprender, sin embargo, están desarticuladas. Por eso, si trabajamos en red podemos generar mejores herramientas para apoyar a nuestros emprendedores; para lo cual desarrollamos alianzas con entidades como la Cámara de Comercio de Bogotá, con la Red de Emprendedores Bavaria, el Fondo Emprender, Banco Santander, Ventures, entre otras. Eso nos ayuda a ver que somos más de uno, que es necesario unirse y que entre más articulados estemos es mejor.

Centro de Emprendimiento para la Perdurabilidad Empresarial.
Carrera 5 N° 15 - 37 piso 1





EMPRENDIMIENTO EN EL TERRENO

Kreahaus e Imagining Ltda son dos empresas creadas por rosaristas que llegaron en diferentes etapas de su historia a trabajar con la asesoría del Centro de Emprendimiento para la Perdurabilidad Empresarial. Cada una de ellas da cuenta de una ruta distinta de emprendimiento.

KREHAUS: PUBLICIDAD EFECTIVA EN INTERNET

“No se trata de hacer páginas web, se trata de generar estrategias efectivas de venta en la red, a partir de la información que la misma red entrega”, dice Jhonatan Gómez, administrador de empresas rosarista, uno de los socios fundadores. “Lo que más nos convence de Internet como medio publicitario es que es medible”.

¿Qué vende Kreahaus?

Hacemos seguimiento a la actividad de una página para crear nuevos medios, para aumentar la visibilidad de la empresa en la red, eso lo hacemos a través de la herramienta de *Google Analytics*.

Con *Google Adwords* hacemos anuncios patrocinados tanto en Google como en una red de contenido,

que son las páginas que uno va a leer cuando está buscando algo. Eso implica hacer publicidad en cualquier parte del mundo.

Con *Pautefácil*, otra plataforma que trabaja con la unión de las páginas de Internet de grandes medios en Colombia como: *El Tiempo*, *El Espectador*, *Caracol TV*, *Dinero*, *Revista Semana*, *Plan B*, *Vive In*, etc., que tienen la mitad del tráfico de Internet en Colombia, también vendemos publicidad.

Con *Facebook* trabajamos en empresas interesadas en consumo masivo. *Facebook* es una herramienta muy sencilla de publicidad, que bien enfocada permite obtener resultados efectivos, porque entre otras razones permite segmentar por rangos de edad, por género, por países al público.

Esas cuatro herramientas bien manejadas nos permiten hacer publicidad muy efectiva en Internet para las empresas que nos buscan.

¿De dónde nace el nombre?

Pensamos en Krea porque queremos un tema de innovación, desarrollo y creatividad y Haus, porque queremos que nuestra empresa sea un hogar para quienes estén con nosotros: proveedores, clientes, empleados etc. Esto tiene que ver con un

modelo de negocio relacionado con los conceptos de Responsabilidad Social. Y en alemán sencillamente porque no queríamos que fuera en inglés.

¿Cómo comenzó este proyecto?

Hice mi primera pasantía en Casa Luker como analista de ventas en Bogotá, la segunda la hice en México con Pepsi, en el proyecto Vida Saludable, que buscaba estimular el consumo de bebidas como agua, agua saborizada y té. Llegué de México un poco desubicado, no sabía si comenzar mi empresa de una vez con un proyecto que tenía en mente de reciclaje y productos renovables o trabajar un tiempo. Después me inscribí al programa Bogotá Emprende de la Cámara de Comercio, pero no lo desarrollé porque me concentré en graduarme. Hice mi tesis en Emprendimiento Social y en mayo de 2008 obtuve el título y en octubre de ese año empecé a trabajar en Indexcol y ahí tomé la decisión de hacer mi propia empresa.

La experiencia en Indexcol me permitió confirmar que Internet es un medio espectacular para desarrollar estrategias de venta, creatividad y desarrollo. Porque a diferencia de los otros medios publicitarios como radio, televisión y

prensa es posible medir exactamente lo que estás haciendo, porque tienes datos claros con respecto a cuántas personas vieron tu anuncio y sabes cuántas de ellas pasaron a interesarse realmente por lo que tú estás ofreciendo, etc.

Entonces me enamoré de este gran medio y decidí que es importante trabajar en el proyecto de vender estos servicios. Siempre me interesó ser empresario y trabajar duro, así fuera hasta altas horas de la noche y la madrugada, pero que tuviera un retorno directo para mí mismo, no para un tercero. Todos esos factores me ayudaron a tomar la decisión.

Sin embargo, no me gustaba vender, y tenía claro que para complementar la empresa necesitaba alguien que tuviera ese perfil, entonces comencé a buscar entre mis amigos para hacerlo. En la búsqueda pensé en Gustavo Orjuela, un viejo amigo y compañero de la Universidad. En septiembre de 2009, lo cité en un restaurante de la calle cuarta, y le conté toda la historia, le pinté todo en una servilleta, cómo veo las cosas, y él me dijo que le interesaba, y es ahí donde nace KreaHaus.

Gustavo Orjuela, estudiante en proceso de grado del programa de Administración de Negocios Internacionales y



hoy socio de la empresa, se encontraba desarrollando un proyecto llamado “El Sofá”, con el Consejo Estudiantil de la Facultad de Administración, con Carolina Palacio e Ingrid Ariza también estudiantes y con Luis Eduardo Mateus, Jefe de Comunicaciones del Departamento de Mercadeo de la Universidad. Según nos cuenta “La idea era traer a los empresarios, sentarse en un sofá a hablar con ellos para que nos contaran lo que hacían, que no fuera como una cátedra”.

¿Cómo fue esa experiencia y cómo ese proceso te lleva a formar empresa?

Aunque los estudiantes casi no iban, empezamos a hacerlo. La única forma de convocar gente era yendo a los salones y proponiéndole a los profesores que llevaran a sus alumnos a las charlas, porque era un tema paralelo a la clase y complementaba los temas de la cátedra. Muchos nos ayudaron y comenzó a crearse la práctica una vez al mes. Presidentes de Casa Luker, Aviatur, Alquería etc., vinieron y así, este programa quedó como herencia a la Facultad.

Como experiencia personal creo que fortalecí la habilidad de hablar en público con esta actividad. Yo era tímido y Carolina un día me dijo que no había quién hiciera la dirección del Sofá y yo le dije: “hagámoslo” y esa experiencia me ayudó. Otra cosa fue ver a los empresarios más cercanos, más abiertos, interesados en hablar en un espacio académico que hace que uno como estudiante diga: “si esto lo hizo él, porque no lo puedo hacer yo”.

De forma paralela yo estaba trabajando con la Editorial de la Universidad del Rosario, fue una experiencia comercial importante, nos capacitaban en ventas y eso me ayudó a hacer escuela. Luego, mientras hacía logística en trabajos cortos, donde veía que era posible hacer empresa, confirmaba que sí podía proponer algo diferente y hacerlo mejor.

¿Cómo se da el proceso para la conformación de la empresa?

Después de hablar con Jhonatan, y mientras veía Creación de Empresas I con Andrea Ávila, la coordinadora del Centro de Emprendimiento, ella nos invitó a una charla que iba a dar el director en Cali, de Parque Soft Colombia. En esa charla comencé a ver que Parque Soft nos daba una buena plataforma como empresa, porque estoy seguro de que para crear empresa se necesitan ganas y una buena red social y esto nos lo da Parque Soft. Entre otras cosas, nos ayuda a conocer empresas como nosotros que están empezando, que van pa'lante, pero también estamos cubiertos por una sombrilla que tiene reconocimiento nacional y nos da ese apellido que necesitábamos como empresa.

Parque Soft es una fundación sin ánimo de lucro que nació en Cali, y son generadores de un cluster tecnológico de empresas con base tecnológica, por eso acogen pequeñas empresas y les generan un ambiente de desarrollo y crecimiento para ellas.

Voy a la siguiente charla de Parque Soft en la Zona Franca en Bogotá y le digo a Andrea Ávila en la siguiente clase: “ya tenemos cita para presentarnos a la entrevista, y vamos a ver si nos aceptaban como parte del grupo de empresas apoyadas por Parque Soft”. Ahí comienza el vínculo con el Centro de Emprendimiento para la Perdurabilidad Empresarial. Andrea me da una serie de consejos sobre la idea del producto. Empieza un seguimiento del Centro de Emprendimiento, Andrea y Parque Soft. Y entramos. Eso fue lindo porque los compañeros de clase tuvieron en nosotros un ejemplo para tomar fuerza y animarse a seguir trabajando en sus proyectos.

¿Cómo fue la entrevista?

Es una conversación con la Junta de Emprendimiento compuesta por una psicóloga y otros emprendedores. En ella explicamos el contenido de la empresa, qué hacemos, qué vendemos y qué tipo de apoyo familiar tenemos. Todo eso como para ver qué tan enfocado está uno, porque a veces son ideas muy buenas, pero que se venden poco y producirlas cuesta mucho, ya que no tienen un estudio de mercado que los respalde.

¿Qué tanto cuenta el tema del apoyo familiar y cómo se materializa?

Uno no vive de sueños e ideas y al empezar necesitas no solo el respaldo moral, de reconocimiento, sino que entiendan que al principio los ingresos no son altos y constantes y ahí es donde necesitas apoyo. Otra cosa que deben entender es que los horarios no son los de una oficina. Ahí es necesaria la ayuda y el respaldo de la familia y aún de tu pareja, que entiendan lo que estás haciendo.

Se acaba la entrevista y les dan la respuesta. Los aceptaron. Y, ¿qué viene después?

Nos ubicaron en una oficina en la Zona Franca, hacemos todo el procedimiento administrativo para ingresar y comenzamos con una idea clara, un nombre y unos productos, después vamos al programa de la Cámara de Comercio: “Bogotá Emprende”,

allá nos orientaron en la constitución de la empresa y el 16 de octubre de 2009 quedamos constituidos.

¡Y a vender! Porque al día siguiente ya teníamos obligaciones con la DIAN y con Parque Soft, porque tenemos que pagar nuestra membresía por miembros no por empresa. Entonces ¡a trabajar! Comenzamos a hacer contactos comerciales, una lista de clientes potenciales y a vender ya, porque el producto nuestro no es la octava maravilla y ya hay otros que lo ofrecen en Colombia, pero a altos costos y a empresas grandes que tienen la fortaleza financiera para hacer inversiones en este sentido.

Sin embargo, nuestra propuesta es ofrecer el producto a las pequeñas y medianas empresas, porque todo lo que ofrecemos es algo que se paga por cada clic que se hace. Es decir, si un cliente tiene diez mil pesos nosotros podemos hacer algo por ese cliente, él puede invertir desde ese monto pequeño hasta unos inmensos, según su capacidad. Entonces tenemos una versión económica del producto que se acomode tanto a una empresa como la Price Water House, como a las PYMES que han trabajado con nosotros.

También fue necesario comenzar a prepararnos para participar en la rueda de negocios de la Cámara de Comercio y en la Feria de Jóvenes Emprendedores. Esto también es un despliegue logístico importante para llegar a clientes interesantes. Ya hemos participado en dos eventos de la Cámara de Comercio y en la sexta versión de la Feria. Ahí vamos.





ROSARISTAS DE TODA LA VIDA

HACIENDO PUBLICIDAD Y MERCADEO

Daniel Acero, Juan David Reina, Camilo Giraldo y Jorge Calderón, estudiantes de Administración de Negocios Internacionales y de Administración de Empresas, de la Universidad del Rosario y bachilleres del Colegio de Arrayanes, cuentan de su experiencia de emprendimiento.

¿Qué es IMAGINING LTDA. y qué vende?

Es una empresa enfocada en el desarrollo de imagen para las empresas: vendemos marca con sus productos y servicios complementarios, que hacen parte del portafolio de servicios integral de la publicidad. Nuestros destacados son: Diseño de Imagen Corporativa, diseño e impresión de material POP, diseño de web, impresiones litográficas y digitales, y medios audiovisuales.

Además de los servicios antes mencionados existe una línea de trabajo enfocada a las consultorías de mercado para la pequeña y mediana empresa, enfocándonos en el desarrollo de marca con análisis e investigaciones de mercado.

¿Cómo es el mercado?

Hay mucha competencia, pero también muchos clientes a la espera de satisfacer una necesidad en el ámbito publicitario, sobre todo entre las micro, pequeñas y medianas empresas. Ese es un segmento que no es tenido en cuenta por las grandes agencias de publicidad y es a lo que nosotros le apuntamos. El modelo de negocio ha resultado ser innovador, trabajando como una agencia de publicidad *express*, con precios competitivos y enfocada a las necesidades que tienen las PYMES, que constituyen la mayoría de las sociedades de este país.

Daniel, ¿cómo comenzó todo?

Los cuatro socios somos rosaristas de toda la vida, desde el Colegio. Juan David y yo, mientras estábamos en tercer semestre comenzamos a ver que queríamos trabajar con medios audiovisuales, imagen, publicidad y mercadeo. Nos dimos cuenta de que la Universidad podía apoyarnos, porque los profesores siempre nos mostraron apoyo, decían

que el proyecto sí tenía futuro, que había que trabajar muchas cosas, pero que era viable y sobre todo podía ser rentable. Una de las personas que siempre nos ha acompañado en este proceso es Jairo Enrique Peñuela, profesor de Mercadeo, a él fue al primero que le mostramos la propuesta de la empresa y nos dio la iniciativa y el apoyo para fundar la empresa.

¿Cómo descubren que es la imagen y el mercadeo lo que quieren vender?

Juan David y yo (Daniel) trabajamos siempre en medios en el colegio, prestábamos nuestros servicios a los otros rosaristas en la emisora que existía, en toda la parte de comunicaciones. De hecho, planteamos el proyecto para hacer el periódico del Colegio en la web y así ganamos dos premios en la Universidad de la Sabana al mejor diseño web. Entonces frente a esas facilidades y conocimientos que teníamos, decidimos intentar un proyecto por ese camino en aras de sacar una empresa e idea de negocio adelante.

Después decidimos vincular a dos personas más, porque así lográbamos un equipo más completo. Por ejemplo, Juan David podía prestar esa parte artística; Jorge es muy bueno para los números, y Camilo es muy dado a la gente y a las relaciones interpersonales. Así teníamos un equipo que sumaba fortalezas. El hecho de conocernos desde hacía varios años fue otro factor motivante para llevar la amistad a un entorno de negocios.

En el 2007, tomamos la decisión de hacer empresa y comenzamos a desarrollar la idea del negocio y a ejecutar contratos muy pequeños, pero en el 2008, recibimos el apoyo de la Asociación Rosarista, con Sergio Calle. Jairo Enrique el profesor, nos contacta con Sergio y con él se abre una puerta. De hecho, él ha sido una de las personas que más nos ha brindado apoyo en este proceso.

Nosotros le hacíamos la publicidad para los eventos de la Asociación Rosarista y como parte de pago nos

permitían hacer relaciones públicas en sus eventos para dar a conocer la empresa. Ahí conocimos a uno de nuestros clientes, ASNUC, que es también de un rosarista egresado del Colegio, quien fue uno de los impulsos más grandes para concluir con el proceso de formalización y de constitución legal que estaba en proceso, ya que nos exigían estar al día con todos los trámites e instituciones correspondientes.

¿Qué implica ese paso a la formalidad?

Es algo que vale la pena porque las instituciones te exigen procesos y formalidades que pueden llegar a ser tediosas y confusas, pero también te brindan ayudas y oportunidades de negocio para salir adelante, formalizarse es un trámite más que implica obligaciones como: La declaración de impuestos, como el IVA, Retefuente, ICA, la declaración de renta cada año, organizar los libros contables, registrar libros de actas, al principio es molesto, pero eso contribuye a tener un orden.

Una vez ya constituidos comenzamos a trabajar en diferentes sectores, seguimos trabajando con la Asociación Rosarista, que tenía proyectos más grandes para nosotros. Nos empezaron a contactar por voz a voz, realmente nuestra promoción es hacer trabajos de muy buena calidad y el reconocimiento se extiende.

Algunos de nuestros clientes son: La Universidad Católica, La Asociación de Egresados, Velatours, Poli-urbe, Hydrosistems, Rueda Mantilla, las empresas del Centro de Emprendimiento y otras que no participan allí, pero que también son de rosaristas, por ejemplo: Black Pengüin; en general son pequeñas y medianas empresas enfocándonos en nuestro mercado objetivo. IMAGINING no quiere ser una agencia que solo brinda publicidad a las grandes empresas, sino que entendemos que una de las debilidades de la pequeña y mediana empresa es que no pueden promocionarse lo suficiente, nuestro objetivo entonces es hacerles la publicidad pensan-

do estratégicamente en los medios adecuados para alcanzar sus clientes. Por ello, además, manejamos precios bajos para el cliente, con una tabla fija que nos ha dado mucha respetabilidad y confianza.

¿Cuándo llegan al Centro de Emprendimiento?

Oímos que le estaban haciendo un cambio al Centro y fue cuando conocimos a Andrea Ávila (Directora del Centro de Emprendimiento). Nosotros estábamos preocupados por nuestra empresa porque atravesábamos un mal momento. Tuvimos un inicio muy bueno y rentable, crecimos mucho y luego llegamos a un declive, pero más por descuido de nosotros y de las obligaciones. En realidad estuvimos a punto de cerrar. Entonces comentamos esta situación con ella, que no éramos del Centro de Emprendimiento, pero que necesitábamos una reestructuración urgente.

Pensamos en la posibilidad de plantear la reestructuración como un trabajo de práctica de grado, y ella nos dijo que sí, que esa era la idea, y sobretodo que la empresa perdurara en el tiempo.

Ella nos ayudó. El proyecto requirió de mucho trabajo y ganas, pero también de tener un plan de reestructuración para la empresa, el cual todavía estamos desarrollando. Es un proceso de evaluar, cambiar y seguir interviniendo. Ha sido una experiencia bastante buena, desde ese momento ha mejorado nuestra situación en la empresa de manera radical, se podría decir que dio un giro de 180°. En realidad el proyecto implicó dos cosas puntuales: disciplina y delegación. Disciplina al tener claro que la empresa es prioridad y que requiere de un esfuerzo y compromiso permanente. Delegar en un excelente equipo conformado por diseñadores, publicistas y comerciales, para suplir las dificultades de la empresa en ventas y producción, y así asegurar una calidad permanente.

Después de eso, nos abrieron espacios para participar en Ferias Empresariales muy importantes para nosotros. Por ejemplo, participamos en las ferias internas de la Universidad, luego en la VI Feria de Jóvenes Emprendarios de la Cámara de Comercio, donde conocimos muchos clientes e hicimos contactos efectivos. Realmente fue muy sencillo, solo nos pidieron tener nuestro Registro Mercantil al día, las muestras del trabajo y el pago del 50% del valor del stand, por ser la primera vez. Fueron 4 días y fue una experiencia única. También participamos en una feria del sector hotelero y turístico, esa fue una feria de un día pero muy efectiva.



Clientes de Imaging Ltd.