

El espíritu emprendedor en América Latina

29/12/2008



Hernán Herrera y Daniel Brown son dos empresarios chilenos con intereses en los sectores tecnológico, inmobiliario y educacional. Complementan sus currículos con varios libros sobre management, y su actividad como formadores y reconocidos conferenciantes. Juntos fundaron el Instituto para el Desarrollo Emprendedor, a través del cual han fomentado la creación de nuevos

negocios en Chile, Brasil, Argentina y México. Estos dos expertos en gestión son autores de La Guía del Emprendedor y Re-invéntate, dos éxitos editoriales publicados en España, EEUU y Latinoamérica por el sello Urano. Los dos creadores del portal Emprenden.com comparten con Universia-Knowledge@Wharton su experiencia trabajando con emprendedores de Latinoamérica.

Universia-Knowledge@Wharton: En Latinoamérica, ¿qué países son especialmente activos en la creación de empresas? Hernán Herrera/Daniel Brown: No podemos decir que determinado pueblo es más o menos emprendedor que otro. De hecho, creemos que el espíritu emprendedor es esencial al ser humano y que, al igual que las semillas, su desarrollo dependerá básicamente de las características del terreno. En ese contexto, es muy interesante la pregunta, pues tiene que ver con las condiciones que entrega cada país para que su gente asuma una actitud emprendedora y tenga las habilidades y conocimientos necesarios para lograr sus objetivos.

Destaca, en primer lugar, Brasil, que posee, a nuestro juicio, el sistema de redes públicas y privadas de impulso a las nuevas empresas más poderoso de Latinoamérica. Un dato casi anecdótico, pero que sirve para visualizar lo anterior: existen más de 20 revistas de gran tirada especializadas en nuevos negocios.

Chile, que aun cuando no exhibe el dinamismo de los años 90, ha aprendido la lección de dar mayor protección a los negocios emergentes. La presidenta Bachelet creó un paquete de medidas orientado al llamado re-emprendimiento, que entrega las condiciones para que aquellos emprendedores que se vieron afectados por algún tipo de crisis vuelvan a intentar retomar el vuelo. Esto es particularmente interesante, puesto que un emprendedor que se atrevió y fracasó tiene un alto porcentaje de probabilidades de éxito en un segundo o tercer intento, gracias a la experiencia ganada. De hecho, Tom Peters en su libro Re-imagina dice que los fracasos son un capital que no se puede tirar por la borda.

En México, la mayor actividad emprendedora se puede sentir en el interior de las universidades, más que en el ciudadano corriente. Una gran cantidad de carreras, incluso aquellas humanistas y tradicionales como Derecho, tienen cátedras de emprendimiento. Tal vez uno de los casos más destacables sea el del Tecnológico de Monterrey, una de las universidades más importantes del continente, que ha realizado grandes inversiones para crear incubadoras para sus alumnos y para que todos sus programas de estudio se impregnen del espíritu emprendedor.

Pecaríamos en no aclarar que éstos son los casos que nos parecen más notables en este momento, pues creemos que en toda Latinoamérica se está produciendo una fuerte oleada para el desarrollo del emprendimiento y, extrañamente, destacan, a veces, los pocos países que se quedan atrás en este tema por razones de política profunda, como son los casos de Cuba, Venezuela y, en parte, Bolivia.

UK@W.: ¿Cuáles son las principales dificultades que se encuentra un emprendedor a la hora de poner en marcha un negocio? H.H./D.B.: No creemos que las grandes dificultades se encuentren en la falta de capital, poco apoyo gubernamental o cosas por el estilo. Un verdadero emprendedor entiende que los límites y dificultades a su capacidad de creación están justamente donde él mismo los ha puesto.

La capacidad de emprender, generalmente, está asociado a un espíritu romántico y apasionado, sanamente ambicioso e innovador, lo cual es bastante acertado. Sin embargo, creemos que eso mismo es lo que juega en contra y, paradójicamente, pone las mayores dificultades a la hora de concretar las ideas.

El efecto son las dificultades y barreras que el emprendedor siente que tiene en su camino, la causa es la poca preparación, conocimiento y desarrollo de habilidades. Como decimos frecuentemente, se habla mucho de "Vamos que se puede", pero más importante es el "Cómo se puede".

Usted puede tener muchas ganas nadar en el mar, pero si no sabe nadar y se mete al agua, pueden pasar dos cosas: o su instinto lo saca adelante con muchas dificultades o, sencillamente, se ahoga. Por las estadísticas, sabemos que la segunda opción es la más frecuente, no sólo entre los bañistas imprudentes, sino también, lamentablemente, en el mundo de los negocios.

No por nada las cifras dicen que más de 85% de las nuevas empresas cierra antes de un año, cosa que nos parece impresentable si queremos generar una cultura emprendedora ¿Cómo solucionar lo anterior? Generando programas educativos simples y continuos, junto con la opción de que los emprendedores posean negocios "llave en mano" durante algún tiempo, lo que les permite tener experiencia real para escalar otros proyectos.

UK@W.: ¿En qué regiones se encuentran más obstáculos (y de qué tipo) para crear un negocio? H.H./D.B.: Cuba, Venezuela y Bolivia, a los que nos hemos referido en la primera pregunta. Básicamente es por razones políticas.

UK@W.: ¿Qué tipo de negocios nuevos son los que ofrecen mayores oportunidades ahora en América Latina? H.H./D.B.: Definitivamente, los sectores turístico e inmobiliario son las estrellas que más brillarán en los próximos años. Hay gran espacio para la innovación y está llegando mucho capital para financiar esos proyectos. Salvo pequeñas excepciones, América Latina es un continente seguro para viajar, posee un patrimonio natural y cultural riquísimo que es tremendamente atractivo para europeos y asiáticos, que acaban de descubrirlo. En ese sentido, queda aún mucho por desarrollar, mucho campo para que los emprendedores creen nuevas propuestas. En el ámbito inmobiliario, éste también involucra al sector de la construcción, en donde se puede ver a cientos de nuevas empresas aportando nuevas tecnologías, materiales, procesos, diseños, conceptos, etc.

UK@W.: ¿Cuáles son las principales ventajas competitivas de las firmas latinoamericanas respecto a sus competidoras extranjeras? H.H./D.B.: Para ser francos, salvo el conocimiento del mercado y sus regulaciones, la cercanía psicográfica con los consumidores y su idiosincrasia, no existen muchas más ventajas competitivas que destacar. Relacionando esto con la pregunta anterior, creemos que cada vez somos menos ciudadanos de un país y más ciudadanos del mundo. En ese mismo sentido, en una de nuestras empresas trabajan profesionales de Argentina, España y México, a los que no conocemos personalmente, pero con quienes tenemos una relación muy estrecha. Por cierto, sus aportes hacen que nuestra empresa sea lo que es. La pregunta que nace de esto es ¿de qué país es una empresa? Creemos que para lo único que se puede responder a esta cuestión es para saber dónde debemos pagar impuestos.

Fuente: