RADIOGRAFÍA DE UN EMPRENDEDOR

Luís Camilo Ortigueira. Sánchez (lcortsan@dee.upo.es)
Universidad Pablo de Olavide (Sevilla)
Departamento de Organización de Empresas
Ctra. Utrera, km. 1 - 41013 SEVILLA

RESUMEN:
El autor intenta extraer la realidad latente en la que actúa un emprendedor "en camino". Ofrece todo el proceso evolutivo existencial del entrevistado, que va desde su infancia hasta el momento en que inicia su desafío de activador empresarial. Presenta los eslabones de una larga cadena de experiencias creadoras de empresas en una perenne búsqueda de mejores resultados. De manera fácil desvela la amplia variedad de luces y sombras del recorrido, que articulan una lección de valor inestimable.

SUMMARY:
The author tries to undertake the latent reality in which a young enterpriser acts. It offers all the evolutive existential process of the interviewed, thus, it goes from his infancy to the moment in which he begins his challenge of business starter. It presents the links of a long chain of creative experiences enterprises in an everlating search of better results. In an easy way, it reveals a wide variety of lights and shadows of the journey, that articulate a considerable value lesson.

PALABRAS CLAVE: emprendedor, experiencias emprendedoras.

KEY WORDS: enterpriser, enterpriser experiences.

I. PLANTEAMIENTO.

En un reciente trabajo[1] hemos destacado la gran importancia que para la economía ibérica tiene la creación de empresas y el surgimiento de nuevos emprendedores. Son numerosos los líderes de los ámbitos político y económico que incardinan en sus discursos constantes referencias a estos temas. Pero, ¿ cuál es la realidad que está latente dentro de ese mundo del emprendimiento ?

En las páginas que siguen intentaremos responder al interrogante precedente, en la confianza de que será de utilidad para todos cuantos se interesen por el tema. El método que hemos utilizado es la entrevista en profundidad, a partir de la elección de un cierto tipo de emprendedor, en lucha por lograr su consolidación definitiva como empresario. De entre numerosos candidatos posibles decidimos seleccionar a uno que, aparte de haberse ocupado de él revistas de la importancia de "Ideas&Negocios", "Emprendedores" y numerosos periódicos[2], resultara accesible a nuestra entrevista y nos ofreciera garantías de sinceridad en las respuestas. La figura elegida es **Jesús Ortigueira**, el actual líder gerencial de la firma "Coynet Systems".

II. LOS ORÍGENES.

Nos reunimos con Jesús Ortigueira en su despacho de Coynet Systems, en un moderno edificio situado en la Plaza del Ayuntamiento de Dos Hermanas[3]. Nuestro interlocutor es un joven de 31 años, alto y atlético. Su discurso, con un marcado acento andaluz, resulta elocuente. Posee una simpatía natural que refuerza su atractivo y acoplamiento relacional. A ratos, se advierte en él una cierta timidez. No parece que le guste el protagonismo. Su sentido del ridículo es sobresaliente. Mezcla la "chispa" de un niño con ángel con las dotes de un psicólogo natural. Su personalidad no pasa desapercibida. Atrae.

Comenzamos hablando de su Málaga natal y de su precocidad. A los once meses ya caminaba e iba con su cartera al colegio (guardería). Los veranos los pasaba en Galicia con los abuelos. Luego vino la época de La Rábida (Palos, Huelva), en donde fue enormemente feliz: jugaba, se peleaba, exploraba y , con sólo tres años, trepaba cinco metros de cuerda. Se acuerda de la corbata que llevaba en el colegio, y de Cipriano, su profesor particular de origen africano.

A los siete años ya estaba en Sevilla, en el colegio de los Agustinos (Santa Clara). Allí lo pasó de maravilla. Se peleaba diariamente, nadaba como los peces y aprobaba todos los cursos. Asistió a un campamento de la OJE y le dieron una medalla por buen comportamiento. Le encantaba que su abuela le hablara de su tema favorito: las finanzas y, sobre todo, los bancos y sus operaciones. Un día le atacó un perro y se enfrentó con él a patinetazos. Le cosieron las heridas y aguantó el dolor sin lágrimas y sin gemidos.

Cuando llegó a Dos Hermanas tenía diez años. En el Colegio Alminar, para él un poco "cursi", continuó siendo un buen estudiante y, además, se hizo karateka y guitarrista. En los veranos iba a Francia o Bélgica con alguna organización juvenil. Cuando llegó al Instituto para hacer el COU y la Selectividad[4] lo pasó bien (era "el guapo"), pero tuvo que esforzarse un poco más. El balance fue exitoso y comenzó los estudios de economía y administración de empresas.

III. LA UNIVERSIDAD.

- ¿ Qué significó para Vd. la Universidad ?

Yo diría que tres cosas esenciales: la libertad, la Tuna[5] y un título superior, por este orden.

- ¿Tan importante fue la Tuna para Vd.?

Fue el primer gran acierto de mi vida, con el apoyo de mi madre. Tal vez el mejor. Cuando cantaba y tocaba la guitarra era plenamente feliz. Como también lo era cuando viajaba. La Tuna me permitió, sin costarme una sola peseta, conocer toda Europa y buena parte de América. Tuvimos infinidad de contratos importantes en universidades, embajadas, cadenas de televisión, teatros, cadenas hoteleras, certámenes musicales nacionales e internacionales y acontecimientos múltiples. Los éxitos en competiciones y fuera de ellas fueron numerosísimos. También actuamos gratuitamente en hospitales, residencias de ancianos y otras entidades. Podría escribir un libro con todas estas experiencias. Y grabamos un long-play sensacional con un amplio abanico de canciones. Mi padre, en un viaje que hizo por Galicia, se pasó todo el tiempo escuchando el casete en el coche.

- ¿Qué aportó la Tuna a sus estudios de economía y administración?

Sobre todo conocimiento basado en experiencias directas, obtenidas de realidades económicas, políticas, sociales y culturales muy distintas, que van de España a Noruega, pasando por Francia, Alemania o Dinamarca, etc., y que van de EE.UU. a Colombia, pasando por México, la República Dominicana, o la Isla Margarita. Esas experiencias exprimidas de la propia realidad no tienen precio. No se pueden sacar de los libros.

También habría que destacar las habilidades relacionales, comunicativas, motivadoras, negociadoras, fundamentales para entenderse con la gente y caminar por el mundo. Y no hablemos de las experiencias organizacionales. La Tuna es una entidad humana, de carácter no profesional, en donde resaltan las personalidades libres y un tanto anárquicas. Gobernar un equipo tan numeroso, coordinarlo y conseguir que funcione con la precisión y exactitud de un cronómetro, generando unas actuaciones brillantes, exige desarrollar unas capacidades especiales. Durante varios años tuve la responsabilidad, primero política y más tarde musical, de la Tuna de la Facultad de Económicas y Empresariales. Esa fue para mí una prueba de fuego de un enorme valor.

Para resumir yo diría que de toda la carga de vivencias que he tenido con la Tuna, lo que mejor aprendí fue el relativismo que subyace en todas las cosas. Así, por ejemplo, un problema se percibe grande en un universo pequeño, y pequeño en un universo grande. La consciencia de este relativismo es fundamental para quien diariamente vive, de lleno, en la vorágine de cualquier organización.

- Es sorprendente lo que acaba de decir, pero ¿qué le aportaron los estudios de Administración ?

Muchas cosas, principalmente conocimientos de organización y de marketing que, de inmediato, aplicaba a la Tuna y a mi caminar por el mundo. Las finanzas y la gestión estratégica fueron también esenciales para mi formación profesional y para enfrentarme a las batallas que habían de venir.

IV. LAS FUERZAS ARMADAS.

- ¿Cómo valora su paso por el ejército ?

Pude haber optado por hacer la prestación social sustitutoria, que entonces estaba de moda entre los jóvenes, pero preferí hacer el servicio militar tradicional. Me tocó en el arma de infantería. El mayor tiempo lo pasé con los tanques de Cerro Muriano (Córdoba) y, al final, estuve en la Capitanía General, en Sevilla, realizando principalmente tareas de gestión de stocks.

Del ejército extraje diversos aprendizajes. Adquirí conocimientos de armamento y de acción militar. También aprendí el funcionamiento de una estructura burocrática maquinal con numerosos niveles. Lo mejor fue que conseguí desarrollar bastante mi capacidad de resistencia física y psíquica, y, sobre todo, aprendí a manejar o gestionar el silencio; es decir, a callarme en el momento oportuno. Cuando me licencié me entregaron dos certificados de conducta ejemplar.

V. LA EMPRESA.

- ¿ Cómo fue su primer contacto con la empresa ?

Siendo estudiante fundé con otros universitarios una microempresa (Ortisan). El objeto social era dar servicios de información sobre sistemas de gestión a entidades diversas. Recuerdo peticiones sobre planes de desarrollo de islas, sistemas de costes, sistemas presupuestarios, expertos en variadas materias, etc. Nos fue bien, considerando el tiempo que dedicábamos al negocio; pero, pasados unos años, vendí mi participación. Me llamó mi profesor de Estrategia en la Universidad, que hoy es un grande y ético líder político, y me informó sobre un puesto en una empresa líder del sector informático local. Buscaban una persona con experiencias informáticas, contables y presupuestarias locales. Yo no tenía ese perfil, pero el profesor confiaba en que sería capaz de conseguirlo. Y, por suerte, así sucedió. Superé la entrevista con la empresa y, al poco tiempo, ya estaba al corriente de todo. Me sobraron cinco de los seis meses del plazo concedido.

- ¿Qué le aporto este trabajo ?

Esencialmente conocimientos y habilidades técnicas en materia de hardware, software, contabilidad, presupuestos, legislación local y ofimática. Y muchas cosas más. Por ejemplo, a relacionarme con multitud de clientes de elevada cualificación profesional en toda la amplia geografía española. También, a conocer la organización y el funcionamiento de una empresa, la cultura imperante y las relaciones internas de trabajo, mayoritariamente positivas. No podría olvidarme de las grandes satisfacciones que uno tiene cuando ha conseguido aportar ayudas a muchas personas y entidades. El trabajo efectivo, bien hecho, es muy realizante. El dinero no lo es todo.

- ¿Cuánto tiempo estuvo en esta empresa ?

Fueron dos años muy intensos de trabajo, de viajes continuos. Siempre de un lado para otro, de una ciudad a otra, resolviendo problemas a ayuntamientos andaluces, manchegos, leoneses, castellanos, extremeños, madrileños, etc. Me relacionaba bien con las personas. Hice buenos amigos. Pero, de los dos años de permanencia en la empresa, me sobró uno. Todos los aprendizajes, habilidades y experiencias alcanzaron su zenit el primer año. El segundo año no me aportó ningún tipo de enriquecimiento, de modo que me fui. Dejé cordialmente la empresa e inicié mi carrera de emprendedor.

VI. LA RUTA DEL EMPRENDIMIENTO.

- ¿Por qué volvió a este camino?

Intenté buscarme la vida. Tenía ilusión por algo realmente muy difícil que ya había experimentado un poco: crear negocios y ganar dinero. Esto me atraía con fuerza y cada día me motivaba más. Era una atracción que venía de lejos.

6.1. EL VENDING

- ¿Cuál fue el primer negocio que emprendió en esta segunda etapa ?

Antes de decidirme por una idea concreta me dediqué a hablar con muchísima gente. Me decían muchas cosas y yo reflexionaba sobre todas ellas. Me di cuenta de que había cierto tipo de actividades que no me gustaban mucho, no eran compatibles con mi forma de ser, de manera que las descartaba. A mi me gusta inventar, pero el proceso resulta muy duro y difícil. Tras un largo período de maduración, y considerando mis recursos y posibilidades, me decidí por crear, con otro socio, una empresa de vending (Selectra).

- ¿Cómo le fue con el negocio de vending?

Con independencia de las limitaciones de dinero, lo primero que advertí al trabajar por cuenta propia, fue lo poco que sabía. Era fundamental tener más conocimiento y conseguir más dinero. De modo que tuve que estudiar y, también, dar entrada a un socio al 50%. El negocio, sin duda, era bueno, bastante rentable, pero exigía rebasar un determinado nivel de masa crítica.

En este negocio había, con un mismo nivel del 50%, dos "empresarios-riesgo"[6], pero no sucedía lo mismo con los niveles de los dos "empresarios-control"[7]. Había una significativa "brecha" en la formación económico-financiera del órgano bicéfalo de gobierno. Esta situación produjo discordancias a la hora de determinar los criterios orientadores de la actuación inversora de la empresa. Para evitar la confrontación tuve que transigir, hasta que la fuerza de los resultados hizo reconocer a la otra parte que se había equivocado. Por fortuna conseguimos vender el negocio, recuperar la inversión y obtener un cierto beneficio. Debo decir que la problemática que acabo de apuntar está presente en la mayor parte de los negocios. La condición de propietario no confiere a nadie el conocimiento y la capacidad para un buen gobierno.

Quiero anticipar, desde ya, que en mi etapa emprendedora aprendí algo importantísimo: saber escuchar.

- Ahondando más en los desniveles gerenciales, ¿cómo se puede paliar o resolver el problema ?

Los costes son muy altos. Es preciso gastar mucho tiempo y esfuerzo en conseguir que alguien perciba la concepción del problema planteado por uno, así como la estrategia propuesta para resolverlo.

- ¿ Podría ser un poco más explícito en este punto?

Los problemas surgen cuando queremos pasar de una situación presente que no nos gusta a otra situación deseada y alcanzable. Pues bien, las discrepancias pueden surgir en tres puntos: en la percepción de la situación actual; en el establecimiento de la situación deseada; en la elección del camino que lleva de una situación a la otra, es decir, en el orden estratégico: "qué hacer", "cómo hacerlo" y "cuándo hacerlo".

El socio A puede que conciba una "situación" formada por 9 elementos y 7 relaciones, en tanto que el socio B la percibe con 14 relaciones. Y otro socio C, la puede interpretar con 16 elementos y 22 relaciones. Todo esto se complica mucho más cuando las personas tienen valores diferentes, carecen de una buena formación empresarial, juegan a ser líderes, quieren ganar lo mismo a cambio de aportaciones de esfuerzo, tiempo y conocimiento distinto, etc., etc.

6.2. LA EXPORTACIÓN-IMPORTACIÓN.

- ¿ Que hizo tras dejar el negocio de vending ?

Continué con un negocio que había creado casi al mismo tiempo que el de vending. La idea básica era intermediar en todo tipo de productos. Compartí la titularidad de la firma "Kolor Intersev", con un socio austríaco de una muy cualificada formación gerencial. La compenetración entre ambos fue excelente. Antes de abordar el negocio hice un "master" en comercio exterior de más de trescientas horas.

Ganamos bastante dinero exportando hortalizas a Austria. Y, también probamos con otros productos. Al final lo dejamos porque no encontramos la seriedad necesaria en las empresas con las que operábamos. Por ejemplo, cuando reunimos en un hotel de Viena a 50 empresarios para ofrecerles un determinado producto, el fabricante

español envió únicamente 25 muestras, y con un nivel de presentación tercermundista. Esta fue la gota que colmó el vaso.

6.3. LA CONSULTORÍA GERIÁTRICA.

- ¿ A que se dedicó tras dejar las exportaciones ?

Fundé con otros socios la firma "3SR:Consultores Geriátricos". La idea era ofrecer servicios de estudio y consultoría a residencias de tercera edad. Hacíamos auditorías (legalidad, organización, gestión, etc.), estudios de viabilidad de nuevas residencias, estudios de explotación residencial, etc.

En este negocio trabajamos con ahínco y gran dedicación. Conseguimos ganar dinero, pero tras un año de actividad decidimos dejarlo.

- ¿Cual fue la razón del abandono ?

El hecho de que en nuestra área de mercado más inmediata, Sevilla, las residencias son de una extrema debilidad económica. Conseguimos, eso sí, dar con la clave para ganar dinero en este sector: construir y explotar residencias para jubilados de países europeos con elevadas pensiones. Lamentablemente, a pesar de haber establecido diversos contactos, no encontramos el capital, el sempiterno factor crítico.

La idea de mayor interés que saqué de esta experiencia es la de convertir a Andalucía en la Florida de Europa. Esto se podría lograr creando ciudades para la tercera edad. Esta orientación inversora tendría un efecto muy importante en el crecimiento de la economía andaluza y española.

6.4. INTERNET

- ¿ Qué hizo Vd. tras la liquidación de la consultora 3SR ?

Presenté varios proyectos al concurso internacional de ideas de negocio convocado por 50K[8]. En una primera fase me seleccionaron cinco proyectos y en la segunda me seleccionan tres. Como no era factible abordar los tres, opté por el que parecía más prometedor. La idea básica de esta alternativa es la fabricación de máquinas y de software para el acceso público a **Internet**, utilizando monedas, junto con la venta de publicidad. La clave fundamental del negocio está en alcanzar una determinada masa crítica.

En lugar de haber presentado el plan de negocio seleccionado a una ronda de entidades financiadoras asociadas al 50K, fundé con varios socios la firma "Coynet Systems, S.L." (www.coynet.es). Y comenzamos, a producir, a vender y a llevar a cabo infinidad de actividades, tales como la asistencia a exposiciones y otros eventos difusores de la imagen de nuestra empresa.

- ¿Cómo es la trama que conecta cualquier idea con la acción ?

Ciertamente ideas hay muchas, buenas y malas. La mayoría de la gente cree que su idea es excepcional.

A partir de una idea se abren dos caminos. El primero es echarse para adelante y crear el negocio, con o sin recursos suficientes. El segundo es estudiar la viabilidad de la idea, lo cual puede conducir a otros dos caminos: uno, se "malestudia" la viabilidad porque el dinero disponible es limitado, lo que ralentiza el proceso de creación del negocio; otro, se cuenta con dinero suficiente, se gasta y luego se fracasa. Lo mejor, y es lo que yo he hecho en este caso, es hacer un Plan de Negocio, sobre todo el estudio del mercado. Ahora bien, el método más apropiado es apoyarse en la simulación, es decir, actuar como si ya tuviéramos el producto. A través de Internet es posible conocer cuántas personas de una población determinada, están dispuestas a adquirir el producto o servicio. Como es fácil suponer la elaboración de un Plan de Negocio, asociado a un proceso simulado, reclama tiempo y dinero. Además, esta vía tiene el peligro de que al finalizar el estudio la oportunidad ya haya pasado.

- El dinero es, a todas luces un factor crítico, ¿ cuáles son las vías para obtenerlo ?

Quisiera resaltar, en primer lugar, que el tiempo es el recurso (dinero) que el emprendedor aporta al negocio. Dicho esto, paso a responder a la pregunta.

Una forma de obtener dinero es acudir a las sociedades de capital-riesgo. Ahora bien, es necesario saber que lo primero que estas entidades exigen es un estudio de mercado. Y, desde luego, conviene saber que sólo le dan dinero a quien ya tiene dinero. Si no se tiene dinero es inútil pedírselo.

Se puede acudir, también, a las ayudas del Plan Nacional NEOTEC y a algunas agencias autonómicas[9]; pero, para conseguir su participación, la "idea" tiene que tratarse de "una máquina que convierta el agua del mar en petróleo", es decir, una idea de riesgo nulo o muy bajo. Ellos sólo financian las genialidades. Naturalmente estas rigideces pueden flexibilizarse, pero será en razón a influencias políticas o de algún otro tipo. La imagen que tengo de las subvenciones es que son un engañabobos y la accesibilidad a las mismas un desbarajuste.

Lo más aconsejable, cuando no hay dinero, es crear empresas de servicios, y tratar de avanzar practicando la autofinanciación. Si se tuviese dinero se contrataría a los mejores empleados, pero cuando no se tiene hay que meter socios en la empresa para que trabajen gratis. Aunque luego aparece la Tesorería de la Seguridad Social y se lleva un montón de dinero cada mes, porque "presume" que los socios tienen unos ingresos, cuando, a lo mejor, no los tienen. Y la fuerza probatoria de los libros de comercio, que demuestra que en el negocio no hay ingresos, no sirve para nada, se va al garete. Al final, el poco capital con que cuenta el negocio para tratar de "arrancar" se lo lleva, mes tras mes, la Seguridad Social. Claro que siempre queda la alternativa de entrar en la economía sumergida, y emerger más tarde cuando se ha llegado a una cierta masa crítica; pero, esta "solución" no es muy viable, porque actualmente a las computadoras de Hacienda ya no se les escapa ni el propio viento. En fin, que para salir adelante por cualquiera de estas vías se necesita tener una tremenda SUERTE. Esta SUERTE representa, cuando menos, el 50% en el éxito del negocio.

- Al escucharle da la impresión de que el emprendimiento es una ardua tarea.

Así es. Y todavía hay otros numerosos obstáculos. Por ejemplo, en España todo está descentralizado, la Seguridad Social, la Hacienda del Estado, la Hacienda Autonómica, la Hacienda Local, etc., etc., y cuando se pretende dar nacimiento a un nuevo negocio uno se enfrenta con un verdadero maratón de ventanillas. Es para volverse loco. Hay que dar infinidad de pasos y cumplimentar montañas de impresos, muchas veces ininteligibles incluso para los propios funcionarios. La propia redacción de estos formularios podría cuestionarse[10]. Es muy apremiante que de una vez por todas se ponga a punto del cacareado sistema de ventanilla única.

Y todavía hay más dificultades. Tendría que hacer referencia a los malos proveedores que le engañan a uno y no cumplen los compromisos. De igual modo, a los clientes morosos e impagados. En suma, a los efectos perjudiciales que derivan de la falta de seriedad y de ética en la gente, todo lo cual convierte la circulación y avance de una empresa ex-novo en una AVENTURA con mayúsculas. No es extraña la alta mortalidad de las empresas de reciente creación.

Yo percibo el contexto en el cual los nuevos emprendedores tratan de abrirse camino es como una gran losa aplastante. Conseguir romper esa losa y salir adelante es, para mi, una verdadera PROEZA.

- Ante este panorama, ¿ no le asustan los riesgos?

En lo que se refiere a los riesgos económicos y financieros he aprendido a estimarlos en términos técnicos. Por esta razón, nunca sobrepaso los niveles de alarma de los escenarios más pesimistas. Ahora bien, además de este riesgo hay que tener en cuenta otro, el psicológico, que puede conducir a unos estados de miedo que frenan las iniciativas. Este riesgo psicológico lo he ido asumiendo poco a poco, a lo largo de ese trotar y trotar por el mundo. Las experiencias en las organizaciones juveniles europeas, en la Tuna, en el ejército, etc., han tenido el valor de un entrenamiento que, de algún modo, ha reforzado mi inclinación emprendedora. Esa especie de "habilidad" que, cada día más, me permite abordar sin demasiado temor, los problemas, la situaciones y las decisiones. Pero, por sensatez, continúo adiestrándome cada día: el mundo cambia vertiginosamente y no se pueden "colgar los guantes".

- ¿Qué aconsejaría al poder político para mejorar la situación ?

El poder político tiene la posibilidad de cambiar o modificar las características y condiciones de ese contexto, de ese entorno, de esa losa aplastante. Si verdaderamente quiere promover el nacimiento de emprendedores y de empresas, es urgente que lo haga. Pero deberá suprimir, modificar y promulgar numerosas disposiciones, amén de otras medidas modernizadoras y reformadoras. Estoy seguro de que el país lo agradecería. Hace falta, para ello, una visión holística, global, y no la de un jumento con orejeras.

- Volviendo a su actual negocio, ¿cómo ve el proceso de Internet en España?

En España hubo algunos líderes (bancos,..) que tomaron conciencia de que Internet era un negocio muy prometedor y apostaron por él. Y se cumplió la teoría de J. A. Schumpeter[11]: todos les imitaron, todos siguieron el mismo camino. Pero, pasado algún tiempo, advirtieron que se trataba de un "negocio" a mayor plazo. Un negocio en el que había que invertir mucho más dinero. Entonces muchos se echaron atrás y ralentizaron su intervención.

- ¿Qué es para Vd. Internet?

Aparte de otras cosas, yo veo la Red como una vía más de compra. La gente no se habitúa a comprar por esta vía de la noche a la mañana. Se siente insegura, con miedo. Creo que tardará tiempo en alterarse esta situación. No obstante, Internet irá a más. Llegará a ser como el teléfono: permitirá el acceso a mucha información de una manera rápida, fácil y barata. El problema es que la gente necesita estar más informada. Con la llegada de nuevas generaciones educadas en un contexto más internáutico, el problema se paliará progresivamente. De cualquier manera conviene tener presente que en la actualidad todas las empresas están conectadas a Internet. Y es lógico, Internet es un escaparate para las empresas. Un escaparate muy accesible. Los beneficios de esta accesibilidad son evidentes e innegables. Incluso al nivel de las relaciones personales de tipo amoroso. Hoy en día la gente encuentra "partenaires" , pareja, chateando a través de La Red.

- En este ambiente, ¿cual es el rol de la empresa que Vd. lidera?

Esencialmente viabilizar el acceso a Internet. Un acceso que genera gran cantidad de **beneficios** y **reduce costes**. Los beneficios los obtienen todos cuantos clientes adquieren nuestras máquinas de acceso a Internet mediante monedas, y las ponen al servicio de los usuarios en estaciones de servicio, hoteles, apartamentos, universidades, y multitud de espacios públicos. La reducción de costes se produce en numerosas empresas cuando consiguen desplazar a Internet las operaciones realizadas a través de sus ventanillas. En el momento en que los clientes de un banco efectúen muchas de sus operaciones a través de Internet, sus costes se reducirán de manera sensible. Esta es la razón de que los bancos estén muy dispuestos a asumir la formación internáutica de sus clientes. Una formación, por otra parte, extremadamente simple, rápida y poco onerosa.

- ¿Cómo ve el futuro de Coynet Systems y su futuro como emprendedor?

En este momento estamos avanzando en el mercado. Estamos produciendo en dos naves comerciales que ganamos en un concurso convocado por el Ayuntamiento de Dos Hermanas, un próspero municipio que cuenta con una Universidad excelente, el mejor hipódromo que existe de Madrid para abajo, y una población receptiva, pacífica y dispuesta para el trabajo. Sólo nos hace falta que la suerte nos acompañe un poco.

En cuanto a mi persona le diré que tengo la cabeza en un continuo borboteo de nuevas ideas de negocio. Esto de los negocios me encanta, me realiza, me hace sentir feliz a pesar de ser una compleja y dinámica vorágine. No hay nada que me atraiga más que este tipo de actividad. Los negocios me apasionan de verdad. Tal vez sea una facultad heredada de mi abuelo materno que fue un excelente y grande empresario andaluz.

VII. PUNTO FINAL.

El tiempo al lado de Jesús Ortigueira ha transcurrido como si volara. Durante la entrevista ha tenido que bloquear los teléfonos porque no cesaban de sonar. Respondió con facilidad a nuestras preguntas y advertimos en él un claro dominio de los temas abordados. Sin duda, detrás de sus respuestas están sus dos licenciaturas, la de Ciencias Empresariales y la de Mundología y Negocios. También, los aportes de los numerosos cursos realizados (50K, comercio exterior, finanzas, marketing, etc., etc.) y sus numerosas lecturas, principalmente de "best Seller" de líderes empresariales. Nos llamó mucho la atención ver a un lado de su mesa de trabajo la prensa económica del día, las revistas de negocios más selectas y, ¡ sorpresa ! , tres tesis doctorales del año 2002 con numerosas señalizaciones (post-it).

Confiamos en que esta radiografía, sintética por necesidad, pueda ser de utilidad para muchos. Sobre todo para quienes tienen el hábito de utilizar reiteradamente en sus discursos el comodín de los emprendedores como solución mágica para la economía. Si no se formulan, implantan y coordinan las políticas apropiadas para

encauzar la fuerza de los muy buenos y buenos emprendedores, difícilmente el país podrá aprovecharlos. Se han vertido críticas muy duras, y en nuestra opinión injustas, sobre las fábricas universitarias de administradores, diciendo que de allí no salen empresarios, sino contables. Nuestro entrevistado de hoy es el arquetipo de uno de esos administradores. Tiene juventud, conocimiento e ideas, pero como la gran mayoría de los universitarios, pertenece a esa gran masa que son las clases media y obrera. Y es bien sabido que a estas clases no se le puede pedir que tengan el capital que exige emprender un negocio en condiciones. Ya hemos podido apreciar en la entrevista que la escasez de dinero es la pieza que más penurias provoca en el despegue de un joven con alma y espíritu de empresario.

Se han escrito muchas historias sobre emprendedores que han culminado exitosamente su carrera. Lamentablemente, nadie se ha ocupado de los que no lo han conseguido y, muy poco, y superficialmente, de los que están en camino. Nuestro objetivo ha sido paliar un poco esta laguna, arrojando luz sobre lo que ocurre en el mundo emprenditorial.

No quisiéramos dejar de decir que las políticas públicas de ayuda a los proyectos de negocio, están articuladas, en buena medida, por una tecnoestructura de honorables burócratas que son, precisamente, la antítesis de los emprendedores. Por esta razón, no faltan espíritus que desconfían de la idoneidad de estos responsables para este tipo de tareas. Desde la atalaya del riesgo nulo, o mínimo, pocos emprendimientos de valor podrán salir adelante. Lo más fácil parece ser conceder el dinero a las empresas que ya lo tienen, es decir, subvencionar a los fuertes. Es más cómodo y, probablemente, más seguro que apoyar a los jóvenes valores. Pero claroestá hay que seguir manteniendo la imagen, la apariencia de que para ellos existen apoyos. Luego la realidad revela que estos apoyos, a veces, solo contemplan el dinero que se llevará la Seguridad Social.

---

0) Coynet Systems, S.L. : www.coynet.es ; telf: 34 -902-170 471

[1]) L.C. O. Sánchez & M.O. Bouzada (2003);"Reconversión universitaria y emprendedores", XIII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, Lugo, 12-14 febrero, 10 págs.

[2] Victoria, José (2002);"Los reyes de Internet", Ideas &Negocios, Madrid, nº 84, febrero, págs. 78-82.
Anónimo (2002);"Emprendedores con Ingenio: máquinas para Internet", Emprendedores, Madrid, nº 56, mayo, pág.98
Anónimo (2001);"Una empresa sevillana hace cabinas de Internet", El Correo, Sevilla, 24/9, pág. 7.

[3] Ciudad de 100.000 habitantes colindante con Sevilla.

[4] Curso de Orientación Universitaria y Examen de Selectividad para entrar en la Universidad.

[5] Organización musical universitaria. Cada centro universitario suele tener una Tuna (Medicina, Derecho, Farmacia, Ciencias de la Educación, Ciencias Económicas y Empresariales, etc.). Cada Tuna está compuesta por numerosos tunos (músicos): hay tunas grandes, de 70 u 80 miembros, tunas medianas de 40 ó 50 miembros y tunas pequeñas de 20 o 30 miembros.

[6] Según la teoría del "empresario-riesgo", es empresario quien asume el riesgo de perder el capital aportado.

[7] Según la teoría del "empresario-control", es empresario quien dirige, gobierna, administra, gestiona o controla la actividad de la empresa.

[8] 50K es el anagrama de una "Competición de Planes de Negocio" organizada por CREARA el "Centro de Innovación y Creación de Empresas" de la "Fundación San Telmo" de Sevilla: www.creara.org

[9] SPRI en Euskadi, IFR en Asturias, IMPIVA en Valencia, IMADE en Madrid, CIDEM en Catalunya, IFRM en Murcia, SFIE en Extremadura, IFA en Andalucía, IAF en Aragón e IGAPE en Galicia (Programa Lanza).

[10] Tal vez en lugar de que la denominación de un impreso de la Hacienda estatal sea "Declaración-Resumen anual", se debería utilizar la denominación "Declaración Resumida Anual", o bien , la denominación "Declaración Anual Resumida". El castellano es una lengua que tiende a la circunlocución o perífrasis. Da la impresión de que el título del impreso sigue la tendencia a la síntesis que es muy propia del inglés.

[11] Teoría del empresario innovador