

**Emprender en Latinoamérica****EmprendedoresS****EmprendedoresS**

Publicado por:

Posted on : 2006/1/22 21:26:00

Mauro D. Ríos

En la inmensa mayoría de los países de la región las nuevas empresas consideradas dinámicas (con más de 3 pero menos de 10 años de antigüedad que aumentaron su fuerza laboral entre 15 y 300 trabajadores) han sido creadas por emprendedores.

Argentina y Brasil son dos países donde esto es más notorio. En ambos, de cada 10 empresas, 9 han sido fruto de emprendedores. En Costa Rica son 8 de cada 10, en Costa Rica, 6 de cada 10, en Perú y 4 de cada 10 en México por ejemplo.

**Noticias.com**

En Latinoamérica el poner en marcha una empresa es comparativamente más extenso (demora) que en el resto de las regiones, si comparáramos con Asia por ejemplo, es de un 80% más. Es indistinto el rubro de actividad del emprendimiento y consideramos el tiempo desde el momento que se tiene la idea y la motivación.

El cuello de botella en Latinoamérica está dado en la fase desde que el emprendedor se siente motivado a poner en marcha un negocio hasta el momento en el que la idea es concretada a ciencia cierta en algo tangible. Este proceso se puede deber a muchos factores, uno de esos factores es el temor a no ser exitoso o a descubrir una idea que finalmente otro lleve adelante.

La CEPAL da cuenta de la importancia del sector PYME durante los años 90's, década que sentaría las bases para que este sector empresarial soportara o no las crisis por venir en el 2000.

Los países han ensayado diferentes propuestas para apoyar a las PYME, muchas de ellas han sido desmanteladas luego de las crisis en Sudamérica. En su mayoría se centraron en darle sustento a las PYME maduras, lo cual si bien les permitió afianzar su posición en los mercados, dejaron a un lado las iniciativas nuevas, es decir los nuevos emprendimientos.

Este vacío fue cubierto por las incubadoras en muchos casos, las cuales fueron puestas en tela de juicio por los mismos emprendedores debido a los altos porcentajes del negocio con el cual se quedaban, por supuesto la mayoría de las incubadoras, en algunos casos apoyadas por los gobiernos, fueron efectivas, así también encontramos organizaciones que han vertido inteligentes programas de apoyo a los emprendedores.

En 9 de cada 10 casos, vemos que los empresarios de las PYME en Latinoamérica, provienen de la clase media, y que la mitad tuvo padres que trabajaban de forma independiente. En su mayoría los emprendedores provienen de empresas de un rubro de actividad igual o similar (relacionado) al

rubro del propio emprendimiento. Excepciones a esta regla son Brasil y Costa Rica, donde la mayoría de los nuevos empresarios provienen de haber sido empleados en grandes empresas.

Los ahorros personales siguen siendo una fuente de financiamiento clave, más del 65% de las empresas en Latinoamérica han utilizado esta fuente y otras, para su creación. En las empresas dinámicas, durante los tres primeros años de vida, más del 75% de estas empresas identifican claramente como problemas serios: a) conseguir clientes, b) contratar RR.HH. calificados y c) equilibrar el flujo de caja.

Podemos determinar que la creación de nuevas empresas y la desaparición de aquéllas que no han logrado ser productivas, son factores clave en las economías de la región. Los nuevos emprendimientos son capaces de atraer inversión, recursos y movilidad a las economías de los países, en especial en Latinoamérica, donde estas economías son susceptibles a crisis externas, las PYME emergentes suelen ser un amortiguador de subsistencia. Su adaptabilidad y diversidad han sido vitales para que este sector empresarial siga siendo dual en su realidad, por un lado es el más afectado por los vaivenes e inseguridades normativas y por otro actúa como un grupo empresario salvavidas de los países.

Si de estos emprendedores debiéramos establecer parámetros comunes y características que pudieran dar un rumbo certero para las nuevas ideas de nuevos emprendedores o empresarios PYME ya establecidos, nos veríamos en serias dificultades.

Basta con tomar como ejemplo el ranking de la revista América Economía de octubre de 2005, donde se mencionan las 100 PYME más exitosas de Latinoamérica para ver que la tarea no es fácil. En principio por que mucha de la información no es de fácil acceso (financiera, estratégica, etc), otra, por que no es sencillo comparar el éxito de una empresa en Argentina con lo que podemos considerar una empresa exitosa en Costa Rica.

No obstante podemos extraer elementos que dejan planteado un escenario empresarial que las PYME deberían tender a construir para alcanzar el éxito. En primer lugar la planificación, sin un Plan de Negocios y una estrategia de comercialización, no existe negocio que sea próspero y aunque parezca increíble, las PYME suelen considerarse fuera de esta necesidad excusándose por su pequeño tamaño.

Por otro lado, es fácil advertir que los RR.HH. de las PYME exitosas son plantillas activas, en la mayoría de los casos ausentes de burocracia y multitarea, condición no recomendable una vez alcanzado cierto éxito, la realidad misma obligará a la empresa a precisar funciones entre sus personal.

Referido también a los RR.HH., un síntoma claro de crecimiento es el ritmo mantenido de incorporación y crecimiento de la plantilla de personal, la cual se rige por necesidades identificadas y no supuestos sobre qué se requiere, en otras palabras, la incorporación de personal obedece a un estudio previo de las nuevas necesidades de la empresa y no a una motivación supuesta de un mando medio o gerencial, mucho menos por motivos personales.

Si debemos elegir una característica clave en el éxito de los emprendedores, identificamos la condición de una relación correcta con sus clientes y proveedores, surgida de un acuerdo tácito de que los negocios son los negocios y el vínculo personal fortalece el primero y no al contrario. Ninguna PYME exitosa ha permitido desvirtuar la relación con sus clientes a lo largo de los años al

momento de realizar negocios, esto mantiene un formalismo necesario en el vertiginoso mundo actual de las transacciones veloces. Inevitablemente este formalismo se verá fortalecido de confianzas personales, pero en este orden, es sano evitar que los negocios sean fruto de amistades y si de acuerdos de mutuo beneficio en cada operación comercial.

Por último, los indicadores financieros para las PYME, suelen ser los que determinan el éxito, competitividad o fracaso de estas empresas (y de todas en general) en manos de los estudios más tradicionales. Sin embargo los factores económicos ya no resultan decisivos. Otros factores como la descentralización de la producción, la disminución de los costos de transacción gracias a las TIC, las propias TIC que están más al alcance de las PYME, así como un mayor acceso al conocimientos y por ende al desarrollo de las capacidades comerciales y de negocios en general, junto con la característica de adaptabilidad de las mismas PYME, todo ello ha contribuido a considerar al sector como parte real y necesaria de la dinámica competitiva y ver el éxito desde otra óptica y fruto de otros parámetros.

En definitiva, ha surgido un nuevo pensamiento centrado en que las relaciones entre los factores y no el tamaño de la empresa, son el fundamento que caracteriza la naturaleza de las mismas. En otras palabras, las empresas deben ser competitivas sin importar el tamaño y son capaces de alcanzar el éxito por sobre su dimensión.

La determinación de la competitividad a través de un diagnóstico económico y financiero presenta una radiografía clásica de la PYME, con las consabidas ventajas, pero conlleva inconvenientes que otrora se han preferido no ver vinculados con la competitividad.

Los resultados económicos y financieros de una PYME (y por que no de las empresas en general), no miden aspectos críticos que hacen a la competitividad de un emprendimiento, como por ejemplo la suma de capacidades de los RR.HH., la imagen y fortaleza de marca de la empresa, la percepción de la empresa en la mente del consumidor, es decir, no miden el factor "mercado". En definitiva la visión puramente económica aporta muy poca información sobre los factores cualitativos, esto hace que poco pueda develar una visión económica sobre los factores que en definitiva son los principales hacedores del éxito de la PYME. Estos factores, de darse y ser aplicados correctamente, terminarán por reflejarse en los indicadores financieros de la empresa.

Sin dejar de reconocer que la visión económica de una PYME presenta una excelente base metodológica, objetiva, que posibilita el análisis comparativo y permite establecer la evolución. El plano cualitativo posibilita el estudio de la eficiencia de la empresa.

El saberse exitoso, como vemos, no es tan simple como seguir un lista de reglas, sino que se trata de develar una compleja realidad que envuelve a las PYME, sector de por si complejo.

NOTA: algunas fuentes consultadas son el Banco Interamericano de Desarrollo, el Development Bank of Japan, la Universidad Nacional de General Sarmiento Argentina, CEPAL y la revista América Aconomía.