

Las Pymes exitosas: una respuesta de emprendimiento

Por:

Beatriz Elena Ángel Álvarez

Resumen

El artículo presenta un recorrido por los principales autores en el tema de emprendimiento buscando explicar cómo se ha entendido el concepto de empresarismo y emprendimiento, y la forma como se han expuesto las características del emprendedor; además de esta conceptualización, se presenta la contrastación empírica a través del análisis de las entrevistas aplicadas en las Pymes del Valle del Aburrá.

Palabras clave: Emprendimiento, empresario, emprendedor

Abstract

This paper presents a tour of the main authors in the field of enterprise seeking to explain how they understood the concept of entrepreneurship and venture, and how they have exposed the characteristics of the entrepreneur, in addition to this conceptualization, we present the empirical through analysis of the interviews applied in Pymes of Valle del Aburrá

Keywords: entrepreneurship, businessman, entrepreneur

1. Introducción

Este artículo es el resultado de una prueba piloto que se realizó en diez Pymes del Sur del Valle de Aburrá, con el fin de evidenciar las características de los emprendedores que han sido capaces de llevar a sus Pymes, durante cinco años o más, al cumplimiento de resultados exitosos, a través de analizar las estrategias más significativas, indagar sobre los procesos que han posibilitado el alcance de los resultados y describir la forma como impacta la actitud emprendedora en la empresa.

Con el fin de lograr este propósito, se revisó la literatura más difundida en el tema y sus principales exponentes y se contrastó la información por medio de entrevistas a través del análisis de los emprendedores de dichas Pymes, acercándose a una caracterización de los factores de éxito de las empresas y sus emprendedores.

La investigación teórica y los antecedentes en empresarismo y emprendimiento, permitió evidenciar la existencia de los diferentes tipos de información que componen el área de estudio, analizando la documentación y procedimientos escritos existentes por medio de bases de datos especializadas, libros referentes al emprendimiento y a través de documentación proporcionada por las empresas indagadas, las cuales permitieron realizar la contrastación empírica.

2. Antecedentes

A pesar de que el emprendimiento puede considerarse que se ha llevado a cabo desde siempre, a través del deseo de superación y la búsqueda de una mejor calidad de vida, se considera que el primero que concibió el concepto formal fue el economista francés Richard Chantillón (1801) bajo el término entrepreneur, definiéndolo como "el agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto". Definía también, que el emprendedor a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro por ser quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado. Adicionalmente Chantillón explica el rol que juega el emprendimiento en la economía.

Al respecto se encuentran otras definiciones como la expuesta por Say (1804), economista también, quién define al "entrepreneur" como "un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad"; Say resaltó cómo el éxito del emprendedor no es sólo importante para el individuo, sino para toda la sociedad.

Por su parte, Mill (1873), autor de origen británico, enfatizó más la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico. Él expresó que el desarrollo del "entrepreneurship" requiere de habilidades no comunes. A su vez, Alfred Marshall (1880) consideró que los emprendedores son líderes por naturaleza, dispuestos a actuar bajo las

condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa y poseedores de numerosas habilidades especiales, y planteó que un emprendedor tiene un amplio conocimiento de la industria donde se mueve y le gusta tomar decisiones arriesgadas.

Posteriormente Say es retomado por Joseph Schumpeter ⁽²⁾ en 1911, en su libro "La Teoría de la dinámica económica", evaluando la importancia del emprendedor pero desde el planteamiento de la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador.

En la teoría del empresario innovador introducida por Schumpeter dentro del marco de la teoría económica, consideraba al empresario como un agente activo y creador, que hace que la economía no permanezca en equilibrio, ya que no se adapta a las circunstancias del mundo exterior sino que las cambia. Ve al empresario como un ente independiente que lleva a cabo nuevas combinaciones pero que no asume el riesgo, porque los riesgos los asume el dueño de los medios de producción.

Knight quien plantea su concepto a finales del siglo XIX, a diferencia de Schumpeter se centró en el estudio de las capacidades que tienen los emprendedores para los negocios y en los factores que determinaban un tipo de beneficio que hasta el momento había sido deficientemente estudiado. Además, consideraba que el emprendedor es un agente dinámico e innovador en el desarrollo de sus actividades, y afirmaba que los beneficios de una empresa corresponden en parte a la habilidad del emprendedor para conseguirlos. Dentro de las principales características destacó: la capacidad de asumir riesgos e incertidumbre; energía

indomable, gran optimismo y autoconfianza; creatividad e imaginación; tenacidad y persistencia, además definió al emprendedor como una persona que ofrece cambios e innovación, estableciendo que el éxito del emprendedor depende de tres elementos principalmente capacidad, esfuerzo y suerte.

Dentro de los aportes más recientes, se encuentra Peter Drucker (1985), quien precisa al entrepreneur como aquel empresario que es innovador, y explica que aunque el que inicia un pequeño negocio corre riesgos, eso no lo hace innovador y por lo tanto no representa un emprendimiento.

Finalmente, en la amplia literatura sobre el tema, se destaca que los emprendedores tienen la cualidad de ser observadores lo que les permite identificar en el mercado las oportunidades a partir de las necesidades nuevas o coyunturales que se van presentando.

3. Emprendedor, empresario y empresa

Aunque los términos emprendedor y empresario en sus primeras definiciones se utilizaron para describir lo mismo, en la actualidad se entienden como dos roles diferentes que cumplen funciones distintas tanto para la empresa como para el entorno sobre el cual se desarrolla.

Stevenson (2000) hace una diferencia al respecto, al exponer que un emprendedor además de ser creador de una empresa, busca continuamente la oportunidad y la creación de nueva riqueza, además, que los emprendedores exitosos tienen una cultura emprendedora

mientras que los empresarios exitosos tienen una cultura administrativa, la primera entendida como una cultura dinámica y la segunda, como una cultura más estática.

Freire (2005) al respecto dice "Un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para encararla", "El proceso emprendedor comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y crear organizaciones para concretarlas".

4. La cultura del emprendimiento

El espíritu emprendedor es necesario para la creación de nuevas empresas y para la sostenibilidad de las existentes, pues el desafío del mundo globalizado requiere empresas que permanentemente hagan investigación de mercados e innovaciones para satisfacer la cambiante demanda de los clientes. Además, es un rasgo que algunas personas u organizaciones poseen de una manera completa y del cual otras están totalmente desprovistas. Esta función no consiste esencialmente en inventar algo o en crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar lo innovador, sino en conseguir que las cosas se hagan, se lleven a cabo.

La formación en una cultura del emprendimiento no debe ser visto únicamente como un proyecto de soluciones económicas exclusivamente para los que participan de estos proyectos, por el contrario, la formación de una cultura del emprendimiento le apunta al desarrollo de soluciones

diversas y productivas (en un concepto amplio) a problemáticas concretas en múltiples campos de la vida de las personas que los ayuden a desarrollarse integralmente.

La cultura del emprendimiento necesita entonces tanto de las personas y su actitud positiva y abierta para la generación de nuevas ideas, pero también de las empresas para generar ambientes apropiados para el desarrollo de dichas ideas, pero además de la formación permanente de las cualidades creativas de las personas las cuales pueden darse de manera natural y espontánea o pueden ser fomentadas de acuerdo con las condiciones de un entorno adecuado y una serie de prácticas y conocimientos.

5. El apoyo de la ley

Además de una cultura emprendedora, los países que mas éxito han tenido en el desarrollo de nuevas empresas y que han mostrado una actitud emprendedora en su gente, manifestada a través del desarrollo económico, son aquellos que desde las políticas de estado han logrado establecer una dinámica que incentive la creación y el desarrollo de nuevas empresas.

Al respecto, la ley 1014 de 2006 da un giro en el tema del emprendimiento al buscar que en el sistema educativo formal y no formal en Colombia se establezca la formación en valores que caracterizan la figura del emprendedor, el fomento de una mayor conciencia empresarial en la sociedad y en los programas de enseñanza del país, mediante la

creación de un conjunto de principios normativos que sientan las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas; para establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y emprendedora.

6. Las características del éxito de las empresas y sus emprendedores

Con el fin de obtener la información que se buscaba desde los emprendedores con respecto a los factores de éxito de las Pymes, la exploración de las entrevistas se realizó a través del análisis cualitativo. Allí se determinaron algunos elementos de éxito de la empresa, pero también de lo que es propio del emprendedor y que se traduce en éxito empresarial.

Uno de los principales elementos que los emprendedores consideran como factores de éxito de toda empresa es el equipo de trabajo, personas "con ganas", confiables, comprometidas con las metas de la empresa y los conocimientos que se requieren, sin embargo, claramente se destaca que aunque los conocimientos pueden ser importantes éstos se aprenden en el momento de necesitarse, pero que lo fundamental es la actitud de los diferentes colaboradores. Así mismo, la formación profesional va ligada al desempeño de la empresa, los emprendedores consideran que la profesión y los estudios son un componente en el desempeño exitoso de la empresa.

Por otra parte, se hace necesaria la planeación y el cumplimiento de los objetivos, ya que los emprendedores consideran que cuando se pierde el norte, se olvidan las metas y proyecciones, esto conduce al fracaso.

No se puede olvidar a los competidores, la evaluación permanente es necesaria para reconocer que no se está solo y, en muchos casos compararse con los mejores permite aprender de ellos y de lo exitoso que están haciendo.

Con respecto a los secretos que se deben seguir para permanecer con la participación en las ventas, además de la perseverancia y constancia, es fundamental el conocimiento del mercado, amarrados a propuestas de alta calidad y servicio al cliente, así como la investigación que apoya la innovación y la actualización de información, ya que se entiende como fundamental el correcto estudio de las ideas, pues para los emprendedores, no existen las malas ideas sino aquellas que no se desarrollan correctamente. Tanto la innovación como estar a la vanguardia en tecnología son factores claves, los cuales se facilitan con el conocimiento de otras culturas, permitiéndole a la empresa abrir nuevos mercados, y salir del mercado local.

La rentabilidad en una empresa es importante, pero la rentabilidad va ligada a la *estrategia empresarial* y a la *eficiencia operativa*, lo cual se logra con productos de alta calidad y la satisfacción de las necesidades de la demanda.

Con relación a las características que son propias del emprendedor, se logró evidenciar que además de querer cumplir los *sueños*, es necesario saber comprender el mercado al que se dirige la empresa y las necesidades que la empresa está en capacidad de satisfacer, buscando especialmente suplir los "huecos" o vacíos que dejan las grandes empresas.

De acuerdo al *acompañamiento*, los emprendedores reconocen muchas posibilidades en el medio de entidades como la cámara de comercio, las universidades e inclusive amigos o especialistas, pero en este aspecto, lo importante es lograr reconocer lo que otros pueden aportarle, acompañado de los instintos propios para reconocer lo que la empresa necesita y quién puede ser la persona indicada para ayudar a encontrar las soluciones. Uno de los factores para el emprendedor es la elección de los socios, que generen apoyo no solo económico, sino también de conocimiento.

Acerca del *tiempo* que se requiere para estudiar las opciones que puede presentar una nueva empresa, se considera que son pocos los meses al momento de concretarla, sin embargo, los emprendedores reconocen que antes de esto, el tiempo requerido es mucho mientras la idea se ha pensado y depurado. Por su parte, el tiempo que ellos consideran necesario para que una empresa se establezca, es difícil establecerlo, ya que para algunos el primer año da la pauta de estabilidad mientras para otros solo hasta el quinto año es cuando se ha generado una curva de aprendizaje.

Aunque el *conocimiento* previo del negocio por parte del emprendedor se considera el factor de éxito más importante, por los secretos propios de cada sector, conceptos como el capital inicial son vitales, ya que la deuda al iniciar las empresas dificulta su administración, y se cree que lo ideal es contar con capital propio.

Por último, frente al comparativo entre *ser empleador* y *ser empresario*, para los emprendedores es cuestión de perfiles y competencias personales, ya que para algunas personas la seguridad aparente que proporciona un empleo no les permite generar nuevas oportunidades, sin embargo para los emprendedores crear su propia empresa se convierte en un proyecto de vida.

7. Conclusiones

Descubrimos entonces con la información de esta prueba piloto, que las características claves de éxito, antes mencionadas, para sobrevivir por más de cinco años en un mercado no son tan complejas, pero sí deben estar bien estructuradas y lo más importante, tener una visión bien definida, basada en la planeación.

Al desarrollar una idea de negocio se debe tener en cuenta el análisis de debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de la empresa frente al sector, esto le permite identificar todas las variables que están involucradas en su quehacer y documentar una visión real de ésta, entendiendo cómo funciona el mercado. Así podrá encontrar o descubrir

nuevas informaciones para acceder a nuevos mercados, técnicas o bienes, que permitan acertar en nuevas oportunidades.

Tener una buena base financiera en los primeros años de funcionamiento de la empresa es muy importante para las Pymes, ya que esto ayuda a afianzarla en el mercado, y a trabajar por las metas propuestas, soportando las épocas difíciles mientras la empresa logra estabilizarse.

Dentro de la información encontrada se pudo determinar que las pequeñas y medianas empresas creadas por los emprendedores, no sobreviven en su mayoría durante sus primeros cinco años de vida porque:

- Existe una competencia en el mercado más fuerte de lo que se esperaba.
- El número de clientes potenciales en el mercado fue sobre estimado.
- Los esfuerzos de venta, promoción y distribución, estaban mal direccionados.
- El precio del servicio o del producto ofrecido fue superior al que pagaría el cliente.
- El producto era igual al de la competencia.
- Faltó capital de trabajo para la venta del producto o servicio.

Por otra parte se observó que las Pymes muestran algunas ventajas frente a las empresas más grandes; por ejemplo, a mayor intensidad en el trabajo, mejor aprovechamiento de los talentos y de la energía

individual. Adicionalmente pueden explotar diferentes mercados que no son atractivos para las grandes empresas.

Aunque los empresarios conocen los grupos de apoyo, asesoría y financiación para su proyecto o negocio, la mayoría han preferido utilizar otros recursos o asesorías más personales que el recurso que prestan estas entidades, como el apoyo de familiares o amigos cercanos con experiencia en este campo, o apoyo económico con créditos a título personal.

La consolidación de la Pymes en el mercado depende de tener clara la idea de negocio y un plan de trabajo estructurado, con unos objetivos y una metas tanto a corto, mediano y largo plazo, definiendo su mercado y su alcance, ofreciendo un servicio diferenciado, independiente si el producto o servicio ya existe.

Por esto, el emprendimiento es algo más que crear una empresa o negocio, es el surgimiento personal para dar respuesta a una necesidad que se presenta en el momento, que contribuye al beneficio tanto personal como colectivo. Es la capacidad que tienen muchos individuos para crear empresas ya sean con fines sociales, políticos, o económicos. Por medio del emprendimiento se fortalecen las capacidades de cada persona para poder ayudar en la creación de diferentes tipos de entidades ayudando en el desarrollo del país, esta relación entre emprendimiento y competencias básicas ciudadanas son primordiales para fortalecer las nuevas expectativas de vida, por medio de la visión

que tiene un emprendedor y su gran perseverancia hacen que se cumplan los objetivos que se propone.

Se debe entender entonces que la calidad del emprendedor exige un compromiso personal y disciplinado para hacer realidad los proyectos, logrando ejecutarlos totalmente.

El emprendedor y el empresario tienen un punto en común, su razón de ser es la empresa, la cual se entiende como el conjunto de capital, administración y trabajos dedicados a satisfacer una necesidad en el mercado.

El éxito de las empresas redunda en los buenos resultados económicos y de gestión, y en una probada capacidad para impactar positivamente en el entorno, lo que finalmente se traduce en una admiración de los consumidores por la empresa, donde los consumidores se logran fijar una identidad hacia la empresa basada en la calidad y el reconocimiento de los productos. De acuerdo con el manejo administrativo y la capacidad de adaptación al cambio, las empresas logran construir una imagen corporativa que involucra el poder de recordación y afecto.

Finalmente, estos objetivos requieren personas talentosas en sus grupos de trabajo con el fin de soportar el compromiso de la empresa con la comunidad, los altos estándares de calidad, servicio, innovación, sobre la base de un buen direccionamiento estratégico.

Notas:

(2) Schumpeter, en su libro Capitalismo, socialismo y democracia (1942) expresa que: La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.

Lista de referencias

Altamirano, C. (2008). Historia de los intelectuales en América. Katz Editores.

Anzola M., &Thoumi, F. (2009). El espectador. Disponible en www.elespectador.com: [<http://www.elespectador.com/impreso/politica/articuloimpreso141128-empresarios-o-negociantes>]. Consultado agosto de 2010.

Crespo, R. (2007). Materiabiz. Disponible en www.materiabiz.com: [<http://www.materiabiz.com/mbz/gurues.vsp?nid=30797>]. Consultado septiembre de 2010.

Freire, A. (2005). Pasión por emprender. Bogotá. Editorial Norma.

Marin Villada. A. Definamos el emprendimiento. Colombia. Disponible en: [http://www.emprendedorlider.com/definicion.htm]. Consultado octubre 2010.

Morales, E. (1996). Disponible en www.eltiempo.com: [http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-529314]. Consultado septiembre de 2010.

Parody. G. (2007). Ley de emprendimiento. Colombia. Disponible en: [http://www.ginaparody.com/leyes/ley-emprendimiento]. Consultado octubre 2010.

RodriguezRamirez. A. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Colombia. Disponible en: [http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&hid=119&sid=cfd8eace-87fe-43d0-af40-de7a560576f6%40sessionmgr114]. Consultado septiembre 2010.

Terapuez, E., Zapata, J. A., & Agreda, E. (2008). Estudios Gerenciales. Disponible en www.scielo.unal.edu.co: [http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232008000100005&lng=pt&nrm=iso]. Consultado octubre 2010.

Urrutia, A. (s.f.). El Nuevo Diario. Disponible en www.elnuevodiario.com.ni: [http://impreso.elnuevodiario.com.ni/2006/09/20/emprendedores/55502]. Consultado agosto de 2010.

Beatriz Elena Ángel Álvarez

- Candidata a Doctor en Administración de Empresas, Universidad San Pablo CEU (España)
- Especialista en Docencia Universitaria, Universidad San Buenaventura
- Especialista en Gerencia en Finanzas, Universidad Autónoma de Manizales
- Ingeniera Industrial, Universidad Nacional
- Docente tiempo completo, CEIPA Business School.
- beatriz.angel@ceipa.edu.co