

Emprendedores Costarricenses Revelando Algunos de sus Secretos

Grettel Brenes Leiva
gbrenes@itcr.ac.cr

*Bs. University of South Alabama. USA.
MAE. Administración de Empresas.
Instituto Tecnológico de Costa Rica.
Diplomado Creación de Empresas.
Universidad de Valencia, España.
Doctorando de la Universidad de
Valencia, España. Ha sido profesora
universitaria por más de 10 años.*

INTRODUCCIÓN

El tejido empresarial costarricense se ha caracterizado por estar compuesto en más de un 95% por micro, pequeñas y medianas empresas (Castillo, 2001), conocidas como pymes, las cuales a su vez se han caracterizado por ser “empresas de propiedad y manejo independientes que no dominan el mercado” (Griffin y Eber, 2005, 64). De aquí surge el interés por conocer más sobre la vida de los emprendedores, puesto que conforman un grupo de individuos importante en cualquier país, debido a que “son agentes de cambio y crecimiento en una economía de mercado, y ellos pueden actuar para acelerar la generación,

diseminación y aplicación de ideas innovadoras” (OECD, 1998, 18).

Fomentar la cultura emprendedora en Costa Rica es urgente y, tal vez, puede ser el salto que necesitamos para avanzar más rápido hacia un nivel de desarrollo económico superior. Por tanto, se torna vital crear las condiciones para que el emprendedurismo pueda darse, es decir, “cualquier intento de crear un nuevo negocio, incluyendo el autoempleo, una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente, proceso que puede ser puesto en marcha por una o varias personas, de forma independiente o dentro de una empresa en funcionamiento” (Reynolds et al, 1999, 4). Para que esta labor tenga suficiente impacto en la sociedad, debe estar sustentada en tres pilares: el sector educativo (procesos formativos y de capacitación), el gobierno y el sector privado (Varela, 2001).

Como parte del proceso formativo que realiza el Instituto Tecnológico de Costa Rica en el campo del emprendedurismo, se vio la necesidad de recopilar parte de

la experiencia, los conocimientos y los consejos que cincuenta emprendedores costarricenses han adquirido, con el propósito de transmitir esta información a los jóvenes y adultos que, en algún momento, han manifestado el interés de emprender la aventura de dirigir un negocio propio, o bien, retroalimentar aquellos ya inmersos en esta labor.

Para alcanzar dicho objetivo, en los años 2005 y 2006, se procedió a entrevistar a cincuenta emprendedores costarricenses, propietarios de pyme, principalmente del Gran Área Metropolitana. Valga aclarar que no hubo una selección específica de los emprendedores, sino que estos fueron entrevistados al azar, como parte de un estudio explorativo. Por consiguiente, el grupo en estudio comprendió a emprendedores de diversa índole: hombres y mujeres con negocios en distintas actividades económicas, con diferente número de empleados y años de permanencia en el mercado. En razón de lo anterior, se presentaron negocios que tenían desde dos años de creados hasta

Una deficiente administración es la principal causa de fracaso de las micro, pequeñas y medianas empresas.

sesenta y dos; de igual modo, el número de empleados contratados oscilaba entre dos y ochenta personas; además, algunos negocios tenían como práctica la subcontratación de personal.

RAZONES PARA CREAR EL NEGOCIO

Una de las primeras interrogantes exploradas se relaciona con las razones para el lanzamiento de un negocio propio, es decir, con la identificación de los posibles detonantes que los llevan a asumir esa aventura que, por lo general, viene acompañada de ciertas dosis de riesgo. Las respuestas obtenidas se disparan en varios sentidos; sin embargo, destaca la referida a la capacidad de observar el mercado y comprender que existía una demanda por determinados bienes o servicios que no se suplían, o bien, la oferta era insuficiente y no satisfacía las demandas de los clientes y, en otros casos, apenas la industria se estaba desarrollando. Esto es lo que llama López (1997) la capacidad de observar y aprovechar las señales del mercado.

Otras razones mencionadas, según orden de importancia, fueron: aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas, potenciar la experiencia acumulada en trabajos anteriores, llegar a tener un ingreso y una calidad de vida mejores, aprovechar el pago de prestaciones en el trabajo anterior, evitar el maltrato e inconformidad en la empresa donde laboraba previamente, hacer valer el beneficio económico que puede resultar de un hobby o del traspaso de una herencia. Es interesante anotar que las razones expuestas por estos emprendedores no distan mucho de las manifestadas por emprendedores de otros países estudiados por autores como McClelland (1961), Bateman y Crant (1993), Arzeni (1998), Guzmán y Santos (1999, 2001).

PRINCIPALES OBSTÁCULOS

Iniciar un negocio no es fácil, se presentan situaciones difíciles de manejar, así lo manifestaron los entrevistados. Siguiendo el orden de mayor dificultad, señalaron las siguientes:

- ▶ La competencia desleal (ilegalidad, contrabando, corrupción, etc.).
- ▶ El capital reducido y la falta de liquidez para efectuar pagos, principalmente al inicio y los primeros años.
- ▶ Los inconvenientes a la hora de realizar trámites (bancos y entidades de gobierno).
- ▶ El desconocimiento del mercado meta y la dificultad para hacer clientes, para introducir productos nuevos, y para mantener la lealtad y confianza de los clientes actuales, entre otros aspectos relacionados con la labor de mercadeo.
- ▶ La fuerte competencia de productos o servicios similares.
- ▶ La falta de capacitación y/o de honestidad de los trabajadores.
- ▶ La falta de conocimiento y habilidades administrativas.
- ▶ La difícil situación económica nacional.
- ▶ La falta de apoyo gubernamental.

Vale la pena resaltar que la segunda dificultad señalada por los entrevistados es la falta de dinero; sin embargo, según Varela (2001, 68), “esta es la disculpa más frecuente de quienes no son empresarios para explicar la falta de creatividad, decisión e iniciativa”.

Por consiguiente, afirmar que no se inicia un negocio porque >>



Afirmar que no se inicia un negocio porque requiere mucho dinero, podría ser solo un mito, debido a que el 100% de los emprendedores entrevistados afirmaron haber iniciado su negocio con poco dinero.

requiere mucho dinero, podría ser solo un mito, debido a que el 100% de los emprendedores entrevistados afirmaron haber iniciado su negocio con poco dinero. Generalmente empezaron gracias a sus ahorros personales y con alguna ayuda económica de la familia o de amistades, constituyéndose ésta casi en el único apoyo obtenido al momento de empezar el negocio. En consecuencia, la falta de dinero no constituyó una barrera.

Asimismo, el 25% de los entrevistados indicó que, una vez consolidados sus negocios, las puertas de los bancos y otras dependencias similares se abrieron, lo que les permitió ampliar sus operaciones y seguir creciendo.

SATISFACCIONES

El camino recorrido por los emprendedores no solamente está lleno de tristezas y dificultades; los emprendedores encuestados también destacaron grandes satisfacciones. Estas son numerosas y, para efecto de una presentación simplificada, se ubican en tres grupos según el grado de importancia.

En el primer grupo, se presentan las tres mayores satisfacciones. La más importante fue haber sido capaces de mantener su negocio en el mercado y verlo crecer y consolidarse, lo cual está estrechamente enlazado con la segunda satisfacción: ofrecer a los clientes productos y servicios de calidad. Finalmente, la tercera gran satisfacción consistió en alcanzar una estabilidad económica que les ha permitido vivir cómodamente.

Por otra parte, el segundo grupo de satisfacciones se vincula con dos variables, a saber la autonomía y la realización tanto personal como profesional. La autonomía se manifiesta en comentarios acerca de manejar un negocio propio, ser el propio jefe y tomar decisiones. La realización personal y profesional se refleja en hacer lo que les gusta, lograr las metas impuestas, realizar innovaciones y aplicar sus conocimientos y habilidades.

Finalmente, en el tercer grupo de satisfacciones, se ubican aquellas menos mencionadas, entre ellas la generación de empleo, ayudar a la comunidad y el ambiente y la oportunidad de vencer los

temores e incertidumbre experimentados al iniciar el negocio.. Véase el gráfico 1 con el detalle de esta información.

FACTORES ASOCIADOS AL FRACASO

Cuando se habló de posibles factores para explicar el fracaso de los negocios, estos emprendedores mencionaron aspectos que deberían tomar en cuenta quienes desean iniciar un negocio nuevo, o bien, ya están a cargo de uno.

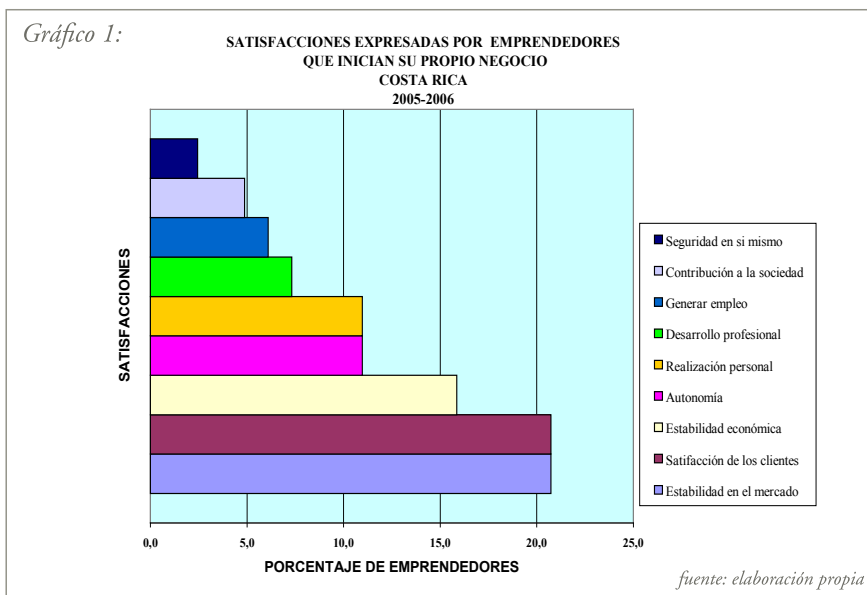
El grupo señaló una deficiente administración como la principal causa de fracaso; seguida por otra estrechamente relacionada con la anterior: la carencia de procesos de planificación. Como tercer factor mencionado, pero no menos importante, indicó la creación de falsas expectativas para los clientes con respecto al producto o servicio ofrecido; ellos comentaron que esto puede causar insatisfacción y consecuentemente la pérdida de los clientes.

Otros factores señalados en menor grado fueron la deficiencia en los controles, el querer obtener ganancias o resultados positivos en el corto plazo; así como aquellos relacionados con la actitud de la persona al frente del negocio, por ejemplo: la pérdida de interés o falta de dedicación, la poca creatividad, experiencia y confianza en sí mismo, entre otros.

RECOMENDACIONES PARA TENER ÉXITO

Finalmente, a la pregunta sobre qué debe hacerse para lograr el éxito en los negocios, respondieron que es necesario mucho esfuerzo, trabajo arduo, dedicación y sentir pasión por lo que se hace. Igualmente, la perseverancia, el compromiso, el no ser conformista y el actuar de manera positiva son ingredientes que tampoco deben faltar.

Añadieron que gozar de apoyos es de gran ayuda, principalmente al inicio,



Para el éxito de la empresas es necesario mucho esfuerzo, trabajo arduo, dedicación y sentir pasión por lo que se hace.

por lo que mantener un buen equipo de trabajo e integrarse a una red de contactos comerciales es fundamental.

Para concluir, resulta importante subrayar que la experiencia aquí recopilada acerca de estos cincuenta emprendedores entrevistados es exploratoria, no concluyente, para la población emprendedora costarricense. Además, como ya se mencionó los resultados presentan grandes similitudes con los obtenidos por investigadores que han realizado estudios aplicando rigurosas metodologías, como por ejemplo McClelland (1961), Zafirovski (1999), Shaver y Scout (1991), Bateman y Crant (1993), Guzmán y Santos (1999, 2001) y Rosa y Scout (1999). ■

Bibliografía

Arzeni, Sergio. (1998). Entrepreneurship and Job Creation. The OECD Observer, 209, December 1997/January 1998, 18-20.

Bateman, T.S.; Crant, J.M. (1993). The

proactive component of organizational behavior: a measure and correlates. Journal of Organizational Behavior, 14/2, 103-118.

Castillo, G. (2001). Características, problemática e importancia de la microempresa y la pequeña empresa en el sector informal de la economía. San José. Costa Rica: Organismo Internacional del Trabajo.

Griffin, Ricky & Ebert, Ronald. (2005). Negocios (7º ed.) México: Pearson Prentice Hall.

Guzmán, J. & Santos, F.J. (1999). Hacia un modelo explicativo del empresario de calidad. Economía Industrial, 325, 133-150.

Guzmán, J.; Santos, F.J. (2001). The booster function and the entrepreneurial quality: an application to the province of Seville. Entrepreneurship and Regional Development, 13/3, 211-228.

López Vidal María de Pilar. (1997). Creación de Empresas. La necesidad del

proyecto de empresa. España: Monografías da Universidade de Vigo. Sección de Publicaciones. .

McClelland D.C. (1961). The achieving society. Princeton, NJ: Van Nostrand.

Rosa, P.& Scott, M. (1999). The prevalence of multiple owners and directors in the SME sector: implications for our understanding of start-up and growth. Entrepreneurship and Regional Development, 11/1, 21-37.

Shaver, K.G.; Scott, L.R.(1991). Person, process, choice: the psychology of new venture creation. Entrepreneurship Theory and Practice, 16/2, 23-45.

Varela, Rodrigo. (2001). Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas (2º ed.) Colombia: Pearson Educación.

Zafirovski, M. (1999). Probing into the social layers of entrepreneurship: outlines of the sociology of enterprise. Entrepreneurship and Regional Development, 11/4, 351-371.

RESUMEN:

Como parte de la labor académica que se realiza en el Instituto Tecnológico de Costa Rica y conscientes de la importancia que tiene la creación de empresas y el rol que juegan los emprendedores en la economía costarricense, surge la necesidad de conocer cuáles han sido algunas de las experiencias y conocimientos que han generado dichos emprendedores. Para tal efecto, se entrevistó a cincuenta emprendedores costarricenses sobre las razones que los impulsaron a crear su negocio, los mayores obstáculos contra los que se han enfrentado, las satisfacciones que han vivido y, además, se les pidió brindar algunas recomendaciones para tener éxito en los negocios.

Palabras claves: espíritu emprendedor, factores de éxito empresarial, obstáculos para las empresas, satisfacciones del emprendedor, nuevas empresas.

SUMMARY:

As part of the academic work done in the Instituto Tecnológico de Costa Rica and aware of the importance of business creation and the role of entrepreneurs in the Costa Rican economy, the need arose to know about the experience and knowledge that those entrepreneurs have generated. To that end, fifty Costa Rican entrepreneurs were interviewed about the reasons that lead to the creation of their own businesses, biggest obstacles faced, satisfactions gained and also request from them some tips for success.

Keywords: entrepreneurial spirit, entrepreneurial success factors, obstacles to businesses, entrepreneurial satisfaction, new businesses.