

Perú: Optimismo para crear y emprender



Carlos Escaffi

Docente de la Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Gerente general del Grupo ILUSUR en Perú. Socio director de GeneracionX.

Innovación, emprendimiento, star-up, terminología novedosa, entretenida y dinámica que se escucha y se repite con mayor intensidad en las aulas de nuestras universidades e instituciones de educación superior desde hace más de una década.

Pretender definir esta terminología, podría llevarnos páginas de páginas, por ello, me he permitido resumirla en la siguiente frase “crear en los sueños de nuestra gente”, sí, crear. Difícil tarea cuando la confianza es percibida como un valor en extinción, pero en contraposición, destaco a las naciones que han construido sobre los pilares de la confianza y optimismo, y al presentárseles el dilema ¿crear o no crear?, propongo que lo analicemos desde la óptica de la innovación, ¿hacer o no hacer?, apuesten por hacer, aunque suene romántico el hacerlo.

¿Dónde se gesta el emprendimiento?,
¿Dónde nace la Innovación?

Generalmente producto de una necesidad, también como consecuencia del incentivo, del amigo que te dice vamos, tú puedes, y del docente convencido, que exorciza los temores de sus alumnos y los invita a la aventura de la Innovación, en donde evidencia que el error se

traduce en un intento por hacer y que haciendo se aprende.

Puede ser que el término innovación, sea percibido como reticente y/o alejado de nuestra realidad, pero la verdad que el innovador puede estar a la “vuelta de la esquina”, simplemente “que no se cree el cuento”, y necesita a alguien (amigo, docente, agencia gubernamental, etc.), que le demuestre que cualquiera puede presentar algún proyecto de interés, siempre y cuando dicha iniciativa genere algún impacto en el ecosistema de emprendedores – innovadores, y ¿qué tipo de impacto debe dejar?, simple: experticia, el ¿cómo lo hiciste?, errores frecuentes, transferencia de conocimientos, que se traduzcan en una estimulación espontánea de una nueva corriente de emprendedores – innovadores.

¿Cómo creernos el cuento?

El espíritu del emprendimiento está presente transversalmente en la sociedad peruana, se evidencia en la fuerza y aspiraciones de su gente por continuar “haciendo”; ello, a pesar de los innumerables procedimientos administrativos y regulaciones, que en algunos casos, parecieran estar destinados a desincentivar que facilitar el camino a la concreción del proyecto de emprendimiento.

Los que conocimos el Perú de los ochenta, noventa y el actual, podemos afirmar el cambio diametral en relación a la percepción de la evolución de la sociedad, en todos sus aspectos, desempeño económico, orden interno, acceso a servicios, etc. Hoy el grueso de la sociedad, desde el pujante comerciante del emporio de Gamarra, el profesional que recurre a su auto para hacer taxi y así incrementar sus ingresos, así como también, el industrial, coinciden en que gran parte es la efervescencia optimista lo que alguna vez los motivó a emprender, innovar y/o simplemente hacer.

Dicha efervescencia se ha traspasado a todo nivel, desde los principales grupos económicos, hasta la PYME que recién inicia operaciones. Y es que no les faltan razones para incrementar dicho optimismo, el peruano de a pie, como el ejecutivo, se sienten orgullosos del revuelo y posicionamiento que ha causado la gastronomía peruana en el exterior, así como sus atractivos turísticos nacionales, productos bandera (lúcuma, pisco, algodón, maca, alpaca, café, etc.) y por cierto, el notable desempeño de la economía peruana y cómo ésta se ha convertido en un atractivo destino de atracción de inversión extranjera.

“El espíritu del emprendimiento está presente transversalmente en la sociedad peruana, se evidencia en la fuerza y aspiraciones de su gente por continuar “haciendo””

Del ingenio a la Innovación

Durante el año 2000 conocí a don Abraham, un obstinado multi-oficios, muy eficaz en las tareas encomendadas, en cierta ocasión, le pregunté si podía componer una aspiradora, la respuesta de este personaje fue que no, pero que no me preocupara porque él podía “hacerme una”, siempre y cuando no estuviera dispuesto a comprar una nueva, sorprendido e incrédulo ante tal aseveración, le expresé mi conformidad, que más que serlo, era un reto implícito; le pregunté ¿cómo?, y don Abraham

con una seguridad avasalladora, espetó: “mire, voy a Paruro en Lima, compro un tubo de un modelo antiguo de una aspiradora Electrolux, luego rebobino el motorcito y listo, ¡le queda bien bacán!”

“Nuestros emprendedores en la región y por cierto nuestras administraciones, deben apostar por el desarrollo y promoción del sector terciario de la economía”

Esta anécdota, así como los mecánicos que adaptan motores japoneses petroleros en vehículos americanos gasolineros de ocho cilindros de los años sesenta – setenta, que cruzan raudos la Vía Expresa uniendo el centro de Lima con Chorrillos; la conversión de motos lineales en populares mototaxis, o, el caso inédito, conocido a través de diversos medios, en donde un neurocirujano de Huancayo, ante la carencia de instrumental adecuado, recurría al ingenio y utilizaba herramientas de ferretería para continuar atendiendo a sus pacientes, reflejan una casta de ingeniosos hombres con tremendo potencial, que con conocimientos profesionales o empíricos, desarrollaron la capacidad de adaptarse a las circunstancias, de encontrar soluciones inmediatas ante necesidades imperiosas, evidenciando un ingenio reactivo y no proactivo, que aflora cuando se le invoca.

Verdades ocultas sobre el emprendimiento

Como lo afirmábamos en el primer párrafo, durante la última década se ha hablado mucho de emprendimiento, se han dado mil y un recetas, desde las que recomiendan el uso de técnicas para no recurrir al conocimiento empírico (sobre todo cuando en Perú, el grueso de emprendimientos es reactivo y no proactivo), hasta aquellas bastante vanguardistas para nuestra idiosincrasia, que sugieren una apuesta por el desarrollo de plataformas virtuales de comercialización de servicios, tipo market place.

Y es que no solo se trata de hablar de emprendimiento en conferencias, si es que antes no se educa en ello, si es que no formamos una generación de potenciales emprendedores. No solo se trata de sumar números y preocuparnos por haber descendido 4 puestos, situándonos en el noveno lugar de países con mayor emprendimiento en el mundo, según el último informe de Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Se trata de analizar las razones del descenso en cuestión, las cuales obedecen a la limitada rentabilidad del negocio, consecuencia de razones que van más allá de la contracción de la demanda

“La internacionalización de los servicios ha logrado posicionarse como una de las principales mega-tendencias, desarrollando crecimientos sin precedentes”

interna y PBI.

La verdad de las cosas es que se olvidaron de hablar de lo básico, de la formación, esencia, tenacidad, del orden que debería tener el emprendedor peruano, como por ejemplo, ¿cómo educar al maestro fundidor Willy, que se gasta el IGV de sus ventas que debe pagar a SUNAT?; o la impuntualidad del ingeniero Juan, que pareciera ser que para él, los horarios son parte de la teoría de la relatividad de A. Einstein; o, ¿cómo paliar ese agotamiento que invade a Omar y Alberto, que han empezado con su empresa muy ordenada hace un año, sin ningún descanso, con ventas limitadas, compitiendo en un sector altamente informal?.

La respuesta: perseverancia pura y aspiración alta, cumpliendo plazos, respetando acuerdos, rechazando la coima (así signifique perder el negocio), auto motivándote (el jefe eres tú), innovando y desarrollando una importante red de contactos (principal activo de una empresa) y sobre todo, creyendo el cuento que inventaste: tu proyecto.

Servicios de exportación, nuevo eje de crecimiento de la economía peruana

Durante mis 17 años de experiencia en internacionalización de la oferta exportable de bienes y principalmente de servicios, cada vez me convencí que nuestros emprendedores en la región y por cierto nuestras administraciones, deben apostar por el desarrollo y promoción del sector terciario de la economía, es decir la industria de servicios.

La internacionalización de los servicios ha logrado posicionarse como una de las principales mega-tendencias, desarrollando crecimientos sin precedentes, el momento perfecto es este, las barreras en el sector servicios siguen cayendo, la globalización económica sigue subiendo y los emprendedores reactivos y proactivos continúan apostando a vender e internacionalizar lo que más saben hacer, vender sus servicios. Según la Organización Mundial de Comercio - OMC, las exportaciones mundiales de servicios pasaron desde los US\$1,500 miles de millones en el año 2000 a los US\$ 4.645 miles de millones en el año 2013. Esta cifra equivale a más del 25% de las exportaciones mundiales de mercancías. Perú no es la excepción, al cierre del 2015, las exportaciones de servicios registraron un crecimiento del orden del 6%, facturando US\$ 6,226 millones, representando así el 13% de las exportaciones totales del país.

“Para lograr ser innovador, no basta con sólo ser emprendedor”

Ya demostraron, países considerados pequeños en cuanto a extensión territorial y población, apostaron decididamente por la internacionalización de sus servicios y hoy este particular sector se traduce en un poderoso motor de sus economías.

Entonces, basta ya de pretender vendernos entre nosotros, salgamos con marcas sectoriales a terceros mercados, apostemos por modelos de asociatividad comercial, utilicemos la inmejorable plataforma de la Alianza del

Pacífico, a través de una estrategia de promoción conjunta de servicios con potencial exportador, por ejemplo entre Perú y Chile, hace más de 10 años, un porcentaje relevante del intercambio comercial entre estas naciones es servicios, Entonces, ¿por qué no empezar a crear una oferta conjunta binacional de emprendedores?.

La tarea...

Así las cosas, la labor a desarrollar para promover el emprendimiento, es lograr que la casta de mentes ingeniosas, “se la crean”, que se convenzan que pueden crear, una vez motivados estarán a un paso de convertirse en emprendedores y potenciales innovadores.

Pero no podemos olvidar, que para lograr ser innovador, no basta con sólo ser emprendedor, en esta fase se requiere un soporte, un marco institucional que contribuya a generar un cambio cultural, en donde los emprendedores perciban y se convenzan que el Estado cree en ellos, y ¿cómo el Estado logrará eso?. A través de un programa nacional potente, que exude optimismo, que convoque, incluya, motive y por cierto, invierta los recursos necesarios, los que redituarán en la generación de competitividad, crecimiento económico y, ¿por qué no?, inserción internacional. Demás está mencionar el apoyo e involucramiento de las instituciones de educación básica y superior, sector privado y sociedad civil.

Finalmente, sueñe con optimismo, hágalo, equívóquese, vuelva a hacerlo... ¡ah!, y sea obstinado en ello.