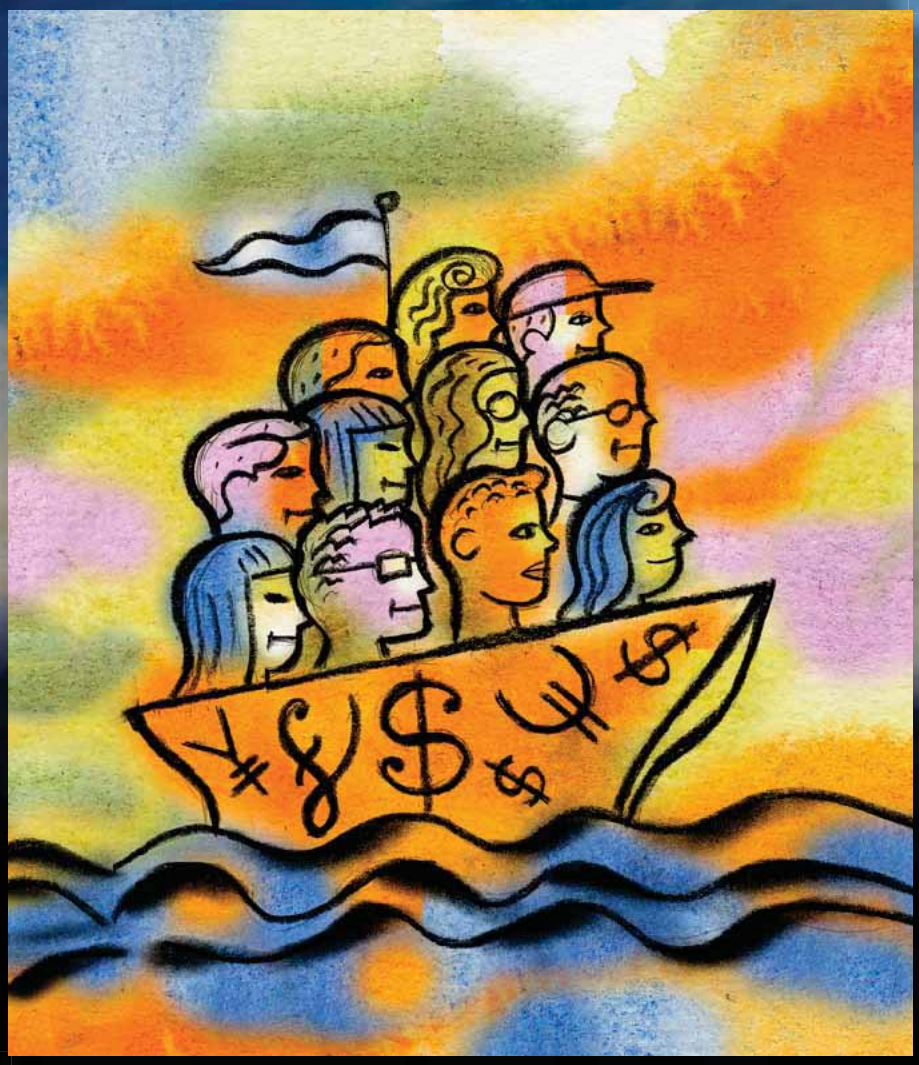
EMPRESARIOS



La Próxima Generación

DEPARTAMENTO DE ESTADO DE ESTADOS UNIDOS
OFICINA DE PROGRAMAS DE INFORMACIÓN INTERNACIONAL

DEPARTAMENTO DE ESTADO DE ESTADOS UNIDOS
VOLUMEN 16 / NÚMERO 1

Publicado en Julio de 2011

Programas de Información Internacional:

Coordinadora	Dawn L. McCall
Editor ejecutivo	Nicholas Namba
Director creativo	Michael Jay Friedman
Editora principal	Mary T. Chunko
Editor gerente	Andrzej Zwaniecki
Editor asociado	Phillip Kurata
Gerente de producción	Janine Perry
Diseño gráfico	Sylvia Scott
Editora de fotografía	Ann Monroe Jacobs
Diseño de portada	David Hamill
Las ilustraciones (páginas 10-11)	Chris Piers

Portada: © Stock Illustration
fuente: Leon Zernitsky

La Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estado de Estados Unidos publica un periódico electrónico mensual bajo el logotipo *eJournal USA*. Estos periódicos examinan cuestiones de importancia que afectan a Estados Unidos y a la comunidad internacional, así como a la sociedad, los valores, el pensamiento y las instituciones estadounidenses.

Cada nuevo periódico se publica mensualmente en inglés, y lo siguen versiones en español, francés, portugués, y ruso. Algunas ediciones selectas aparecen también en árabe, chino y persa. Cada uno está catalogado por volumen y número.

Las opiniones expresadas en los periódicos no reflejan necesariamente el punto de vista ni la política del gobierno de Estados Unidos. El Departamento de Estado no asume responsabilidad por el contenido y acceso constante a los sitios en Internet relacionados con los periódicos electrónicos; tal responsabilidad recae exclusivamente en quienes publican esos sitios. Los artículos, fotografías e imágenes del periódico electrónico pueden reproducirse y traducirse fuera de Estados Unidos, a menos que incluyan restricciones específicas de derechos de autor, en cuyo caso debe solicitarse autorización a los propietarios de los derechos de autor mencionados en el periódico.

La Oficina de Programas de Información Internacional mantiene números actuales y anteriores en varios formatos electrónicos en: *http://www.america.gov/publications/ejournals.html*. Se agradece cualquier comentario en la embajada local de Estados Unidos o en las oficinas editoriales:

Editor, *eJournal USA*
IIP/PUBJ
SA-5, 1st Floor
U.S. Department of State
2200 C Street, NW
Washington, DC 20522-0501
United States of America
E-mail: eJournalUSA@state.gov

Acerca de este número

© AP Images

Estudiantes del sexto grado de una escuela de Houston bailan para promocionar la venta de sus artefactos fabricados a mano.

Los jóvenes de hoy están más conectados unos con otros y con el mundo amplio como nunca antes lo estuvo otra generación. Muchos rechazan el statu-quo porque pueden ver alternativas, saben que una mejor vida está al alcance de la mano, y están dispuestos a buscar eso. Es así como la secretaria de Estado de Estados Unidos, Hillary Clinton, describió a la juventud del Medio Oriente y del norte de Africa en declaraciones que hizo el 12 de abril de 2011.

Muchos jóvenes del mundo comparten la creencia de que convertirse en empresario es la manera más efectiva y divertida de convertir en realidad sus sueños y sus ideas. El empresariado le concede a la juventud la oportunidad de mejorar sus propias vidas y las de de sus familiares. Y como el fundador de una organización de jóvenes empresarios lo dice en este número, también les concede a los jóvenes la libertad para transformar sus comunidades y cambiar el mundo para bien.

Por supuesto que los empresarios, sean jóvenes o adultos, enfrentan obstáculos temibles, particularmente en países con sistemas financieros mal desarrollados, con burocracias excesivas e infraestructura inadecuada. Sin embargo, hoy es el mejor momento, más que en ningún otro, para establecer un negocio. El Internet ofrece acceso a una variedad de recursos a los potenciales dueños de negocios, y muchos gobiernos están facilitando los negocios para crear puestos de trabajo e impulsar el crecimiento económico.

Esta publicación está dedicada a ver las muchas oportunidades, y muchos desafíos, que involucra ser un empresario en la actualidad. También se refiere, para desmontarlos, a los mitos que persisten en torno al empresariado.

Si usted es una persona joven, interesada en explorar la senda del empresariado, podrá leer como sus contemporáneos han comenzado sus emprendimientos y como, al hacerlo, han abierto una nueva senda en su vida.

© AP Images

Una estudiante japonesa, de intercambio, vende refrescos como parte de su clase de empresariado, en una escuela secundaria en Hopkinsville, Kentucky.

Cortesía Photo

En 2007 Marcello Orizi renunció a un trabajo en Suiza para abrir, en sociedad con su amiga Daniele Idni, una empresa de alta tecnología, llamada Prossima Isola, en su nativa Cerdeña, en Italia.

DEPARTAMENTO DE ESTADO DE ESTADOS UNIDOS/ VOLUMEN/ 16 / NÚMERO 1

Empresarios: *La próxima generación*

5 Los jóvenes empresarios rehacen el mundo
ANKUR JAIN, FUNDADOR Y PRESIDENTE DE LA SOCIEDAD KAIROS
Este es el momento perfecto para que los jóvenes puedan experimentar con iniciativas empresariales.

8 Kngine compite con Google en Egipto
Los hermanos El Fadeel quieren que su máquina buscadora para la Web sea mejor que la Biblioteca de Alejandría.

Comic Strip
11 Google: Una empresa inicial que Rugió!
CHRIS PIERS
Un inversionista giró un frondoso cheque en favor de una empresa que ni siquiera tenía una cuenta bancaria propia.

13 ¿Qué se precisa para ser empresario?
JEANNE HOLDEN
Creatividad, flexibilidad y dedicación son apenas algunos de los rasgos en la personalidad de los empresarios exitosos.

14 Los empresarios siguen adelante, a pesar de las trabas
Los propietarios de las empresas pequeñas, en los mercados en desarrollo, necesitan más determinación y firmeza para superar los obstáculos.

17 En Somalia la telecomunicación es vital para la paz y el desarrollo
Nasra Malin y sus asociados en Somalia saben que tanto los malos como los buenos necesitan teléfono.

19 Desmistificar los prejuicios
Puede que no sea cierto lo que uno supone sobre los empresarios.

21 Una lámpara solar de $25 dólares para millones de personas en la India
Amit Chugh y Matt Scott se pretenden "devolverle a la sociedad" y hacer comercialmente viable a su empresa en la India.

24 Neocha conjuga el arte con el dinero en China
Sean Leow y Adam Schokora impulsan a los jóvenes artistas chinos, y en el proceso se divierten.

26 Bailar en el mercado electrónico
Las ideas bullen en la cabeza del brasileño Roberto Fermino.

28 Joven palestina es galardonada por su visión empresarials
La palestina Waed al Tawell no sabía lo que era una empresa, hasta que abrió su propia compañía.

30 Un empresario que insertó a su país en la revolución tecnológica
Fatih Isbecer ha hecho del teléfono móvil algo más que un adorno.

33 ¿Por qué se hizo usted empresario?
Las diferentes razones de diez personas que establecieron empresas.

38 Recursos adicionales

Cortesía de Solé Bicycles

Jonathan Shriftman y Jake Medwell junto a una Bicicleta Solé.

Los jóvenes empresarios rehacen el mundo

Ankur Jain

Cortesía Photo

Ankur Jain, de la Sociedad Kairos

Ankur Jain es el fundador y presidente de la junta directiva de Kairos Society, una organización que ayuda a empresarios jóvenes de todo el mundo a establecer compañías de alto impacto y alto rendimiento. Jain se graduó en la Escuela de Negocios Wharton, en la Universidad de Pensilvania en mayo de 2011 y subsecuentemente inició una nueva operación para ayudar a las compañías principiantes a expandir sus negocios en mercados extranjeros.

La actividad empresarial puede lanzarlo a uno en un camino para cambiar el mundo. Pero más cerca de casa, la actividad empresarial puede darle a uno la libertad de transformar la vida de su familia y la de la gente de su comunidad. ¿Qué razones mejores existen para iniciar un negocio propio, excepto, quizás, la satisfacción de ser el jefe de uno mismo?

Sé lo que usted está pensando: la actividad empresarial no es fácil. Hace falta una educación sólida, montón de dinero y montón de conexiones de alto nivel. Pero en mi experiencia, al lanzar la Kairos Society, una fundación que brinda apoyo a estudiantes empresariales, he visto que cada día, en todo el mundo, jóvenes sin ninguna de las ventajas consideradas cruciales para el éxito están iniciando compañías grandes y pequeñas. Lo que tienen es la pasión y la determinación de concretar sus sueños de negocios y de cambiar el mundo, no importa cuantos obstáculos encuentren y con cuanta frecuencia les digan que "¡Eso es imposible!".

Hemant Sahal, estudiante de 22 años en el Instituto de Tecnología Vellore, en Vellore, India, está aplicando una idea de negocios que se le ocurrió mientras andaba en bicicleta a través de aldeas pobres cerca de su casa. Sahal percibió que los aldeanos sufrían de envenenamiento por metal que lleva el agua potable contaminada. La mayor parte de los filtros de agua existentes no eliminaban esos metales y los que lo hacían eran demasiado caros para la gente local. Sahal está desarrollando tratamientos baratos para eliminar los químicos tóxicos del suministro de agua, por medio de su nueva compañía CALLMAT.

El momento es ahora

De muchas maneras, este es el momento perfecto para que personas jóvenes como Sahal experimenten con operaciones empresariales. Los gobiernos de las economías emergentes están descubriendo el valor de ayudar a los ciudadanos a concretar con éxito sus sueños de negocios. Más eficientemente que los gobiernos, los empresarios crean empleos y aumentan la prosperidad cuando tienen la libertad para hacerlo. Internet ha colapsado las barreras del tiempo y de la distancia. Y los jóvenes en todas partes, no importa donde se encuentren en la escala social o de la educación, pueden asumir su parte en la revolución de la actividad empresarial.

La idea de hacerse empresario puede ser intimidante. No les voy a mentir: es el trabajo más duro que jamás hice, pero también el más estimulante. No hay nada como trabajar para uno mismo, ser responsable del destino propio y hacer la vida mejor para uno y para la gente que nos rodea. De muchas maneras, la actividad empresarial es una de las cosas menos arriesgadas que uno puede acometer... porque el control está en nuestras manos.

Si a usted le entusiasma la idea de ser empresario – quizás ya tenga una idea para un negocio – no se sienta desalentado por los obstáculos que crea que tiene por

© AP Images

Las ideas empresariales pueden servir para generar agua potable para los pobres.

delante. Por ejemplo, su edad. Usted o quienes lo rodean podrían pensar que es demasiado joven para ser tomado seriamente en los negocios. Pero esa actitud devalúa lo que los jóvenes pueden aportar al mundo de los negocios, es decir, ideas frescas y puntos de vista amplios.

En 2010, la X Prize Foundation, que premia a personas que conciben ideas ingeniosas para resolver problemas técnicos y científicos difíciles, organizó una competición para fabricar vehículos, listos para su uso, que tuvieran un rendimiento de más de 42 kilómetros por litro de gasolina. En el grupo de finalistas se contó un equipo de una escuela secundaria de Pensilvania, cuyos alumnos presentaron un vehículo híbrido propulsado por gasolina-electricidad con baterías de litio-ionizado instaladas en un Ford Focus modificado. Estos adolescentes no necesitaron años de capacitación en la mecánica de automóviles: sentían pasión por el proyecto y tenían el deseo de hacerlo realidad.

La actividad empresarial es una de las actividades menos arriesgadas que uno puede acometer... porque el control está en nuestras manos.

Resolver un problema

La falta de dinero puede ser un obstáculo imaginario para iniciar un negocio. Aunque el capital inicial es algo bueno si se puede conseguir, muchos negocios comienzan sin tenerlo. Por ejemplo, los negocios con base solamente en Internet no necesitan espacio de oficinas, cadenas de suministro u otras cosas que generalmente requieren capital inicial.

Si necesita capital inicial puede haber recursos financieros del gobierno local o nacional que uno no conozca, de manera que es inteligente averiguar. Uno de esos recursos es Start-Up Chile. Financia y apoya a empresarios de todo el mundo que van a Chile a lanzar sus compañías. A medida que los gobiernos ven cuán importante es la actividad empresarial para el éxito de sus compañías locales van creando programas para guiar e incluso financiar a las nuevas empresas.

Uno podría creer que no puede iniciar un negocio porque no tiene socios o mentores. Gracias a Internet ya no hace falta preocuparse por encontrar gente local para que se asocie o den consejos. Hay un tesoro de asesoramiento, apoyo y socios potenciales al alcance de la mano. Se puede armar un equipo, encontrar abastecedores y fabricantes y hacer otras cosas en línea. De manera que no importa si el talento o el socio apropiado están cerca.

En cuanto a lo que hace falta para iniciar un negocio, vea la actividad empresarial de esta manera: no se trata de lanzar una compañía sino de resolver problemas. Hace un par de años dos amigos que asistían a la Universidad de Southern California vieron que otros estudiantes compraban bicicletas de piñón fijo, que eran muy caras: típicamente 1.000 dólares. Los dos amigos, Jonathan Shriftman y Jake Medwell, estaban convencidos de que las bicicletas podían fabricarse más baratas, pero no tenían experiencia de manufactura. En realidad, no tenían experiencia de cómo manejar un negocio, crear un plan de negocios o cualquiera de los otros elementos que uno cree que son necesarios para iniciar una compañía.

No obstante, buscaron en Internet y enviaron mensajes de correo electrónico a compañías de todo el mundo, preguntándoles si podían fabricar bicicletas similares a menos costo. Descubrieron que podían conseguir las bicicletas por 310 dólares, y así nació un negocio. Las encargaron y comenzaron a vender bicicletas de su nueva compañía, Solé Bicycles. En marzo de 2011 la revista Inc. incluyó a Jonathan y Jake en su lista de los "emprendedores universitarios de más excelencia en Estados Unidos". Realmente asombroso para dos muchachos de poco más de 20 años.

No acepte que le digan "No"

Jonathan y Jake hicieron montones de preguntas antes de encontrar a los socios apropiados para el negocio. Hace falta meterse en el mismo marco mental para ser empresario. No hay que tener miedo a pedirle a la gente – a muchas personas – información o conexiones. Algunas veces tememos pedir favores pero, créanme, el mundo de la actividad empresarial se construye con personas que se ayudan entre ellas.

> Nunca deje que oír "no" le impida soñar grande y fijar sus metas bien altas.

También tiene que creer en su idea y perder el temor de que le digan "no", porque usted va a oír "no" un montón de veces. Está bien, es parte del proceso de iniciar un negocio. Puede esperar que oirá "no" alrededor de un centenar de veces antes de que alguien diga "sí". Encuentre a unas pocas personas que piensen como usted y manténgalas cerca, pues ellas pueden apoyarlo cuando usted ha oído nada más que una lluvia de "no".

Lo que es más importante, nunca deje que escuchar una negativa no le impida soñar grande y fijar sus metas bien altas. Cuando iniciamos la Kairos Society éramos un grupo pequeño de estudiantes, de 18 años de edad, en la Universidad de Pensilvania con el deseo de crear una nueva cultura de actividad empresarial. Teníamos la visión de ser el grupo empresarial más influyente de Estados Unidos. Todos nos decían que estábamos perdiendo el tiempo. Pero seis meses después tuvimos 500 estudiantes empresariales a bordo del histórico portaaviones USS Intrepid escuchando y hablando con el entonces presidente Bill Clinton y con Bill Gates Sr. Persistimos uno y otro día y esta ejecución incansable de nuestros planes le ha permitido ahora a Kairos expandirse a todo el mundo. En griego, la palabra kairos significa el "momento oportuno", y para cada uno de ustedes no podría haber mejor momento para ser empresarios. ■

© AP Images

Un grupo de alumnos de una escuela secundaria de Filadelfia convierte un Ford Focus en un vehículo eléctrico híbrido.

Kngine compite con Google en Egipto

© AP Images

La red Internet puede propiciar la transformación de empresas en Egipto

"La tecnología forma parte de mi ADN, mi título es técnico para la optimización de páginas en la Web, y mi especialidad es la investigación y la innovación". Así es cómo Haytham ElFadeel se pre-senta en la red social de Facebook. Y dice la verdad. Con solo diez años de edad, este futuro empre-sario ya ha devorado montones de revistas de informática y él mismo se ha enseñado a programar computadoras.

"Sencillamente, me enamoré de estas máquinas", confiesa.

La educación empieza en casa

Mientras el joven Haytham estudiaba economía en el Instituto Superior de Administración Bancaria y Comercio Exterior en Damietta, aprendía por su cuenta y desde su casa sobre ciencias de la compu-tación. Al graduarse, se colocó como ingeniero de programación en una importante empresa de Egipto y, más tarde, en una empresa multinacional.

Haytham concluía sus labores con tanta rapidez en su primer puesto de trabajo que le sobraba mucho tiempo para dedicarse a lo que realmente le interesaba, la red semántica, una "red de estructuras de conocimientos" en la web que representa conceptos y las relaciones entre ellos, y que al ser procesa-dos por las computadoras hacen que las búsquedas produzcan resultados más precisos y relevantes.

"Tomaba prestado equipo de mi oficina y me dedicaba a trabajar más en las búsquedas semánticas en casa", dice Haytham. "Era algo tan ajeno a la labor que realizaba en la empresa que a nadie le import-aba lo que hacía".

En 2008 Haytham comenzó a trabajar en un motor de búsqueda semántica que recoge datos de difer-entes fuentes y proporciona respuestas a preguntas e indagaciones directas. Por ejemplo, este motor de búsqueda puede vincular diferentes tipos de información, ya sea de bitácoras, fotografías, entrevis-tas radiales y otras fuentes sobre algún acontecimiento histórico o estrella de cine, y presentarlo de una manera sencilla para el usuario.

© AP Images

¿Podrá ser Kngine el nuevo Google?

Cortesía de Kngine

Ashraf ElFadeel, izquierda, y Haytham ElFadeel, derecha, se reúnen con su principal inversionista con capital de riesgo, Ahmed Alfi, en Giza.

Hace dos años, cuando su labor comenzaba a rendir frutos, Haytham decidió invitar a su hermano Ashraf a colaborar con él en su trabajo. Ashraf tiene experiencia en desarrollo de programas para computadoras e infraestructura de redes. La empresa establecida por ambos hermanos se llama Kngine ("máquina del conocimiento"), algo así como "motor de búsqueda de conocimientos", con oficinas en Giza, sede también de las pirámides.

Una nueva biblioteca de Alejandría

Una popular bitácora estadounidense de asuntos tecnológicos, llamada TechCrunch, considera que Kngine es "un ataque directo contra Google". Sin embargo, los hermanos ElFadeel, que no esconden sus aspiraciones, prefieren ubicarse dentro del marco de Egipto y de su historia. En la página que su empresa tiene en la web declaran que Kngine es como "una nueva biblioteca de Alejandría". La bib-lioteca de Alejandría era una vasta colección de volúmenes y libros que, según los historiadores, fue la mayor y más importante biblioteca de la Antigüedad.

"Si tenemos éxito, nuestro motor de búsqueda será mejor y más útil que la biblioteca de Alejandría porque los usuarios de Kngine obtendrán los resultados de forma rápida, y no tendrán que hojear mu-chos volúmenes o estudiar minuciosamente muchas páginas", dice Haytham.

Según Haytham, su hermano Ashraf y él trabajan en algo que les interesa a ellos en particular y tam-bién a toda la humanidad.

"Nos parece que somos parte de algo más importante que nosotros mismos, estamos dispuestos a pon-er todas nuestras fuerzas para lograrlo y nada puede interponerse en nuestro camino", escribieron en su bitácora.

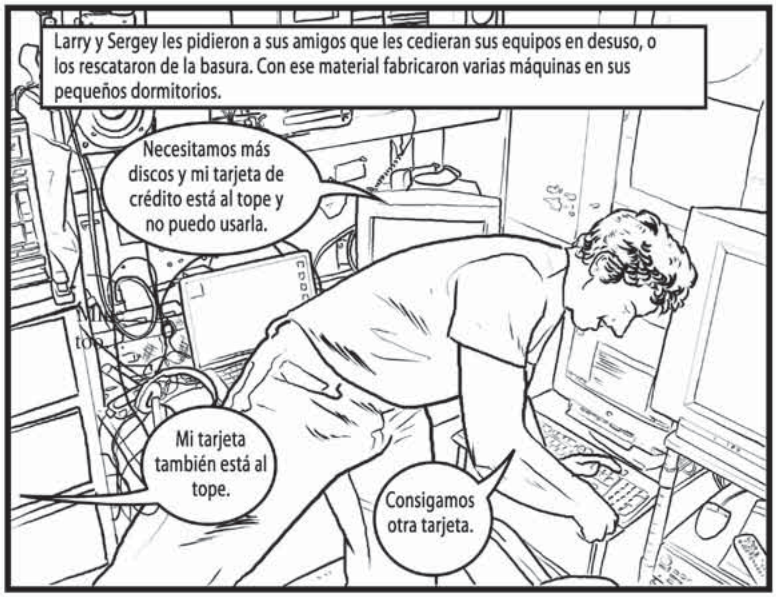
Y son muchos los esfuerzos que han realizado, trabajando jornadas de doce horas diarias y con pocos recursos financieros. El río Nilo no es el valle del Silicio, o por ahora no lo es, y el capital de riesgo es escaso. Les tomó un año obtener el capital necesario de un inversionista privado y, hace poco, re-cibieron un premio en efectivo al resultar ganador su plan empresarial en una competición auspiciada por el Departamento de Estado de Estados Unidos.

Haytham dice que Ashraf y él son parte de una nueva generación de empresarios de la tecnología que ha surgido en Egipto en años recientes. Les gustaría que Kngine se convirtiera en "una plataforma para la innovación pues serviría de inspiración a muchas otras personas". Se convierta o no su deseo en realidad, Haytham piensa que "seguiré enamorado de estas máquinas". ■

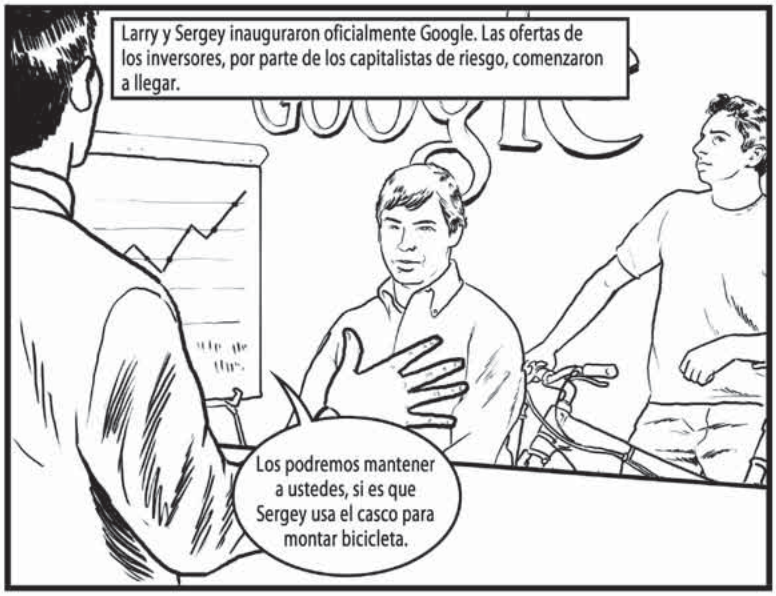
— Andrzej Zwaniecki

Google

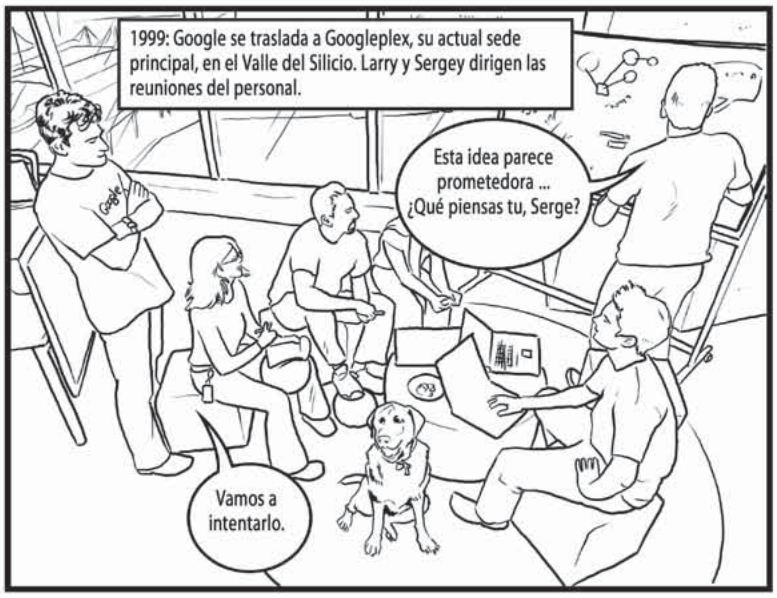
1996: Larry Page y Sergey Brin, estudiantes de computación en la Universidad de Stanford, hacen un proyecto sobre una biblioteca digital. Su trabajo conduce a una tecnología para la búsqueda de información en el Internet.
Oye Sergio, la podemos llamar Backrub?
No sé, en todo caso le podremos cambiar de nombre.
¿Y qué tal PageRank?
¿Qué te parece Google?

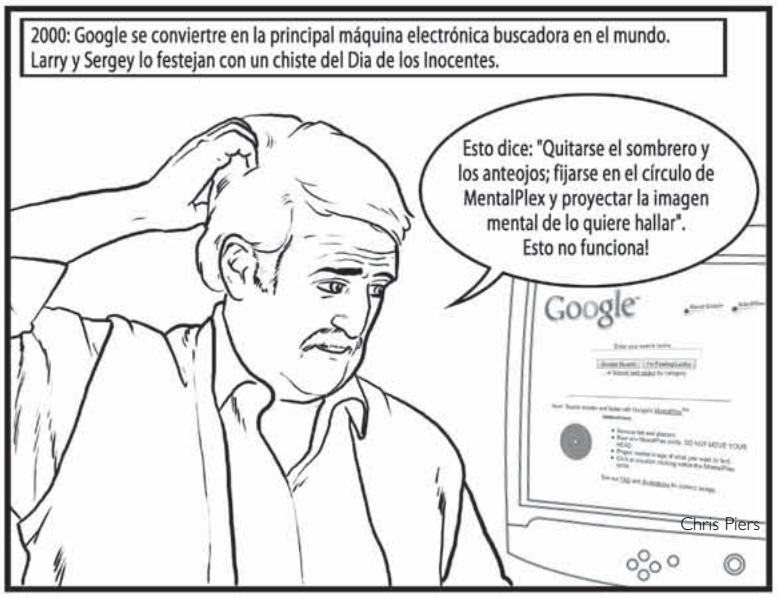

Larry y Sergey les pidieron a sus amigos que les cedieran sus equipos en desuso, o los rescataron de la basura. Con ese material fabricaron varias máquinas en sus pequeños dormitorios.
Necesitamos más discos y mi tarjeta de crédito está al tope y no puedo usarla.
Mi tarjeta también está al tope.
Consigamos otra tarjeta.

El co-fundador de Sun Microsystems, Andy Bechtolsheim, les da a Larry y Sergey un cheque por 100.000 dólares.
¿Hizo el cheque para Google? Hombre, la empresa todavía no es oficial.
SUN
PAY TO GOOGLE


Larry y Sergey inauguraron oficialmente Google. Las ofertas de los inversores, por parte de los capitalistas de riesgo, comenzaron a llegar.
Los podremos mantener a ustedes, si es que Sergey usa el casco para montar bicicleta.

Una empresa inicial que Rugió !



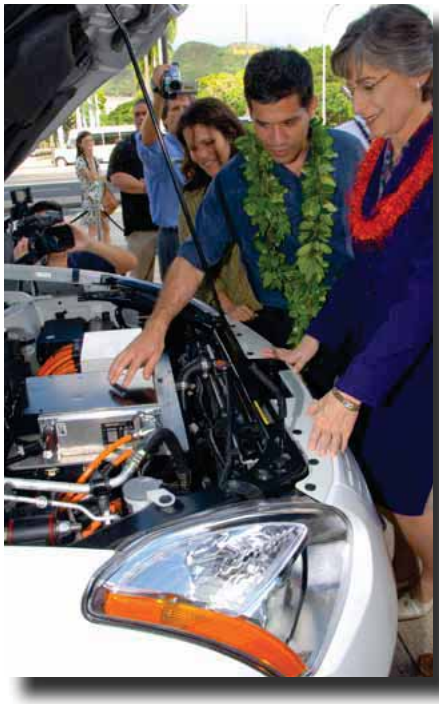


© AP Images

El entusiasmo, la honestidad y la firmeza le permitieron a Mohamed "Mo" Ibrahim hacer de Celtel, su empresa de telecomunicaciones, un gran éxito en Africa.

© AP Images

Steve Jobs se caracteriza por su pensamiento positivo, su pasión y su carisma. Es muy difícil imaginar al mundo sin sus creaciones.



© AP Images

Sus atributos personales le permitieron a Shai Agassi (centro) interesar a la gobernadora de Hawaii, Linda Lingle (derecha) en su plan para el uso de vehículos eléctricos.

© AP Images

Richard Branson es un hombre de acción, no es un soñador diurno. Se hizo multimillonario con el negocio que estableció.

¿Qué se precisa para ser empresario?

Por Jeanne Holden

© AP Images

El educador estadounidense, Ed Sobey, centro, en el centro de innovación en Bangalore, India. Su deseo es convertir a estos jóvenes en empresarios

Jeanne Holden es una escritora independiente especializada en asuntos económicos.

El mundo empresarial está compuesto de muchos tipos de personas. Los empresarios que triunfan pueden ser de cualquier edad, nivel económico, género o raza. Pueden tener difer-entes grados de educación y de experiencia, y provenir de diferentes culturas y países. Sin embargo, la investigación realizada demuestra que los empresarios que mayor éxito alcan-zan son aquellos que tienen en común personalidades con características como inventiva, dedicación, determinación, flexibilidad, liderazgo, pasión, confianza en sí mismos y la mente en forma.

• La INVENTIVA es lo que impulsa al empresario a desarrollar nuevos productos o servicios. Le inclina a superarse constantemente. Supone aprender, hacer preguntas y generar ideas novedosas.

• La DEDICACIÓN hace que el empresario trabaje doce o más horas al día, a menudo los siete días de la semana y, sobre todo, en los inicios de su proyecto. Si se quiere alcanzar el éxito, el trabajo arduo debe ser la base sobre la que apoyen la planificación eficaz y las bu-enas ideas.

• La DETERMINACIÓN implica un verdadero deseo de triunfar. Es no darse por vencido si algo va mal. La determinación convence al empresario de que insista otra vez por teléfono o llame a otra puerta, Para el verdadero empresario, el dinero es la recompensa, pero con-statar que sus productos o servicios se ponen en uso es lo que más le apasiona..

• La FLEXIBILIDAD es la capacidad de acomodarse rápidamente cuando los cambios así lo disponen. Un empresario deberá estar dispuesto a modificar su propuesta original si los cli-entes insisten en otra cosa.

• El LIDERAZGO es la capacidad de establecer normas y fijar objetivos. Los líderes eficaces terminan todo lo que empiezan y se aseguran de que todos cumplan las reglas estable-cidas.

• La PASIÓN es lo que infunde de energía a los empresarios. El empresario entusiasta es capaz de hacer que otros confíen en sus propuestas. La pasión es lo que le ayuda a man-tenerse orientado y hace que otros tomen en serio los proyectos que plantea.

• La CONFIANZA EN SÍ MISMO es el producto de la planificación, de la experiencia y de los conocimientos que se poseen. Los empresarios saben escuchar a otros sin que ello su-ponga ceder en sus convicciones.

• Un BUEN INGENIO se refiere a la habilidad para aplicar el sentido común y la inteligencia. El sentido común aporta la intuición y la inteligencia convierte convierte a la persona en ex-perto. Muchas personas tienen buen cacumen, pero no siempre están conscientes de ello. Por ejemplo, una persona que sabe llevar bien el presupuesto familiar tiene habilidad para organizar las finanzas. El trabajo, la educación y las experiencias que se acumulan en vida contribuyen a tener un buen ingenio.

Cada empresario tiene varias de estas cualidades. Si no las tiene, pueden contratar a al-guien que las tenga. Lo importante es saber cuáles son sus puntos fuertes para utilizarlos como fundamento principal. ■

Los empresarios siguen adelante, a pesar de las trabas

© AP Images

¿Obtendrán permisos del gobierno de Kalkota? Sólo si se esfuerzan lo suficiente.

Cuando Mathew Kiilu, de 24 años, inició su negocio de extracción de aceite de girasol en 2007, tuvo que superar obstáculos inesperados. Para evitar los altos alquileres en Nairobi, donde residía, instaló su planta en una aldea lejana. Pero la compañía de electricidad tardó 10 meses en suministrarle servicio a su negocio y la violencia que siguió a las elecciones lo separó de sus proveedores de semilla. Sobrevivió encontrando un generador de energía para obtener la electricidad que necesitaba y otras fuentes proveedoras de semillas de gira-sol.

Las dificultades enfrentadas por Kiilu son familiares para los empresarios en los países en desarrollo.

¿Darse de cabeza contra la pared?

Las reglas generales para que las pequeñas empresas tengan éxito en el mundo en de-sarrollo no son tan diferentes de las del mundo desarrollado. Lo que es diferente es el nivel de energía y de perseverancia mucho más alto que se requiere de los empresarios en los mercados en desarrollo, en los cuales los obstáculos institucionales y de infraestructura son con frecuencia desalentadores y persistentes. Estos obstáculos van desde complicadas re-glamentaciones gubernamentales hasta infraestructura mala y débil cumplimiento de la ley.

"Hace falta una gran fuerza de voluntad para hacer negocios en mi país", dice Kneeyee Alex, fundador de ESTREET, una fundación que promueve la actividad empresarial en Ni-geria.

Muchos responsables de formular política y expertos de desarrollo en países ricos ven la actividad empresarial como una manera de proveer autoempleo y de crear empleos en mercados que ofrecen oportunidades limitadas de trabajo asalariado, según Wim Naudé, de la Universidad de las Naciones Unidas en Helsinki, Finlandia. Naudé dice que la actividad empresarial también aumenta la movilidad social y habilita a grupos marginados como las mujeres o los inmigrantes. El autoempleo es con frecuencia la única opción de los jóvenes que carecen de la experiencia y de las conexiones necesarias para conseguir un empleo.

Pero en países con desfavorable ambiente de negocios, mostrar persistencia y obtener ex-periencia empresarial cuenta más que en ninguna otra parte, dice Naudé.

© AP Images

Alfareros en la aldea de Bat Trang cerca de Hanoi venden su producto bajo reglamentaciones menos estrictas del gobierno.

"Para tener éxito, los empresarios incipientes deben tratar y volver a tratar después de fra-casar y en efecto tornarse en empresarios en serie", dice.

Búsqueda de un mentor

Naudé dice que la falta de experiencia hace particularmente difícil para los jóvenes ver y aprovechar oportunidades de negocios. En Estados Unidos o en el Reino Unido los em-prendedores con aspiraciones pueden beneficiarse con programas y cursos de actividad empresarial que raramente existen en los países en desarrollo. Además, los jóvenes por lo general carecen de las garantías necesarias para obtener un préstamo bancario y son más susceptibles de ser desviados, por ejemplo, a actividades ilegales, dice Naudé.

Con frecuencia ayuda tener un mentor con alguna experiencia o conocimiento de negocios. Kiilu contó con el asesoramiento útil de su padre, que también tiene un negocio.

Alex recomienda que los empresarios novicios se relacionen y compartan sus historias en-tre ellos. "Por lo general habrá alguno que brinde una solución", dice.

Otra ventaja de relacionarse es que otros empresarios o expertos de negocios, ya sean lo-cales o internacionales, pueden ofrecer contactos vitales u otras formas de apoyo. Esos mentores pueden eventualmente llegar a ser inversionistas o clientes, dice Ayman El Ta-rabishy, de la Universidad George Washington en la ciudad de Washington.

Internet iguala las posibilidades de éxito de los empresarios en el mundo en desarrollo que entienden bien la tecnología. Los emprendedores jóvenes con pequeños negocios con fre-cuencia sobreviven gracias al ingenio callejero, como lo ilustra el caso de Kiilu, quien aprendió a reparar su equipo cuando no pudo encontrar a nadie que lo hiciera por él. Los propietarios de pequeños negocios también recurren a encontrar "protectores" del sector público o crean sus negocios "marginales" sin registro del gobierno. Un protector del sector público podría ser un funcionario del gobierno que le hace favores a un empresario joven.

> "Mantenerse firmes en cuestiones éticas, irradirlas en el entorno y simplemente ser persistentes".

Contra la corrupción

Sin embargo, la carencia de aprobación oficial, de un título de propiedad o de contratos ejecutables limita la capacidad de crecer de un pequeño negocio. Los negocios informales tienen costos de capital y de transporte más altos, más problemas de almacenaje, más difi-cultades para contratar empleados competentes y menos capacidad para hacer cumplir los contratos, según Julio De Castro, del Colegio Babson en Wellesley, Massachusetts.

Por estas razones, los empresarios más ambiciosos con frecuencia se esfuerzan por regis-trar sus firmas y obtener los permisos necesarios.

Hagan lo que hagan, deben resistir la corrupción y establecer una reputación de ética alta, dicen los expertos. "Mantenerse firmes en cuestiones éticas, irradiarlas en derredor y sim-plemente ser persistentes", dice Shaffi Mather, un empresario social de Kerala, India.

Los gobiernos van reduciendo lentamente las reglamentaciones y ejecutan programas de apoyo a los empresarios a medida que reconocen la importancia de la actividad empresarial para el desarrollo y el crecimiento económicos, dice Kenneth Morse, empresario y profesor visitante de la Escuela Superior de Administración de Empresas (ESADE) en Barcelona, España. Percibió cambios positivos en las actitudes hacia la actividad empresarial en Jor-dania, el Líbano, los Emiratos Árabes Unidos y Pakistán. Un informe del Banco Mundial in-dica que en 2010 Kazajstán, Rwanda, Perú, Vietnam, Cabo Verde, Tayikistán y Zambia se contaron entre las economías que mejoraron más en la facilitación para hacer negocios.

En cuanto al negocio de Kiilu, está encontrando nuevas dificultades a medida que crece. Pero el empresario keniata es optimista acerca del futuro. Le dijo al sitio web de información regional East Africa in Focus que ya está planeando su próxima acción: molienda de harina. ■

— A.Z. y Katherine Lewis, contribuyente

En Somalia la telecomunicación es vital para la paz y el desarrollo

© AP Images

Tantos clientes potenciales, tanta inestabilidad.

La guerra civil en Somalia ha causado que el país carezca de muchos servicios. Sin em-bargo, las conexiones telefónicas funcionan bien gracias a empresarias como Nasra Malin.

Señal ocupada

En 1997, Nasra Malin formó parte del grupo de seis socios fundadores de la empresa Na-tionLink, operador de telecomunicaciones en Mogadiscio, la ciudad capital y foco de la vio-lencia que asolaba al país. Malin y sus socios tuvieron la idea de introducirse en este mer-cado a pesar de los obstáculos en su contra, como era la competencia de otras tres empre-sas ya establecidas y los riesgos de seguridad. Pero acertaron con su idea.

NationLink se ha convertido en un operador de telecomunicaciones de éxito. En su oferta de servicios figuran los servicios inalámbricos o de línea fija a 300.000 clientes y emplean a más de 1.500 personas.

Cortesía Photo

Nasra Malin

Sin embargo, Malin y sus socios no pueden hacerse la idea de que el lugar que ocupa su empresa en el mercado es permanente, pues la industria de telecomunicaciones crece de forma acelerada y hay mucha competición. Somalia no tiene un gobierno bien consolidado, de modo que Nation Link debe realizar esfuerzos tremendos para proteger su empresa. Al-rededor del 40 por ciento de sus empleados realizan labores de seguridad en la empresa. Si nos intentan sobornar, "usualmente pagamos, porque si los confrontamos, alguien puede ser asesinado", explica Malin.

© AP Images

Gracias a los operadores de servicios telefónicos, un médico voluntario recibió una llamada de urgencia.

La compañía crece a pesar de la violencia y a la falta de seguridad. Malin dice que su es-peranza y la de sus empleados es "llevar la paz y el desarrollo a nuestro país". En 2000, NationLink estableció una alianza con otras dos empresas para poner en marcha la Com-pañía Somalí de Internet para la provisión de acceso a este servicio en Somalia y en otros países africanos.

Una llamada a la vez

En Atlanta, Georgia, alguien que se solidariza con Malin y entiende bien los objetivos que ella se ha fijado es Jennifer Bunting-Graden. Bunting-Graden, abogada de profesión, ha intentado establecer una nueva empresa en su país natal de Sierra Leona. Sierra Leona también atravesó por un período de guerra civil. Según ella, NationLink contribuye a la paz y al desarrollo al crear puestos de trabajo, proveer acceso a la información y mejorar la calidad de vida.

Para Malin, NationLink también está vinculada a la confianza en sí misma y a su condición de mujer. Su familia ha producido empresarios por muchas generaciones y, antes de la guerrra civil, eran propietarios de empresas valoradas en millones de dólares. Malin estudió en Somalia y en Estados Unidos, donde obtuvo un título en gestión comercial y finanzas. La labor que realizó junto a su padre y a sus tíos fue igualmente significativa para ella. La enseñaron a "pensar y actuar con criterio independiente", afirmó ella

> Alrededor del 40 por ciento de los empleados se dedican a labores de seguridad en la empresa.

En Nation Link, Malin se dedicó a demostrar su valor como empresaria para lo que intentó siempre alcanzar resultados que superaran los de sus compañeros del sexo opuesto. Hoy es directora de finanzas y la única mujer en la directiva, mientras que en casa es esposa de un médico y madre de cuatro niñas. Así que ella sabe muy bien lo que es tener una familia y dirigir una empresa. Malin opina que muchas otras mujeres son capaces de ocupar puestos directivos en su empresa y les da su apoyo. Estas mujeres atienden a sus familias, pero también buscan oportunidades como empresarias. ■

— A.Z.

Desmistificar los prejuicios

Los empresarios nacen, no se hacen

No es cierto. Se puede generar una mentalidad empresarial en ambientes orientados hacia los negocios, en los que se premian los riesgos y las destrezas empresariales se pueden enseñar. Una persona difícilmente puede llegar a ser un empresario si no tiene una idea pa-ra un producto o servicio nuevo, o si carece de la iniciativa para actuar por su cuenta. Pero si posee ambas, puede adquirir las destrezas necesarias. Simplemente actúa, comienza una compañía, fracasa y aprende de sus errores. Bueno, ese es el camino difícil. Se puede seguir un camino más fácil tomando cursos empresariales que ofrecen un número creciente de universidades y algunas escuelas secundarias en algunos países. También se puede buscar asesoramiento experto de organizaciones empresariales locales y nacionales sobre la manera de establecer y poner en práctica ideas para hacer negocios. Finalmente, se pu-ede buscar el apoyo de un empresario experimentado, o entrar en una red de mentores empresariales en la Web, para discutir el proyecto de inicio del negocio.

Los empresarios son individualistas

Algunos lo son. Pero con frecuencia los empresarios potenciales dependen de uno o varios socios para iniciar o hacer crecer una compañía. En el Reino Unido, por ejemplo, el 40 por ciento de los negocios nuevos tienen más de un fundador y las sociedades tienen una tasa de ganancia el 15 por ciento más alta que los negocios individuales. Incluso Steve Jobs tra-bajó con Steve Wozniak y Ronald Wayne antes de lanzarse por su cuenta. Un socio – un miembro de la familia o un amigo – puede aportar destrezas o experiencia que la persona no tiene y brindar apoyo moral durante un momento difícil. Crear la compañía es más una actividad social pues involucra contratar empleados, buscar inversionistas y persuadir a los clientes para que le compren a ella. Una persona puede hacer todas estas cosas por su cuenta en la medida en que no duerma, no coma y no se bañe. Pero uno no quiere espan-tar a gente clave con su aspecto miserable y mal olor. De manera que es mejor tomar un socio y dividir las responsabilidades entre los dos.

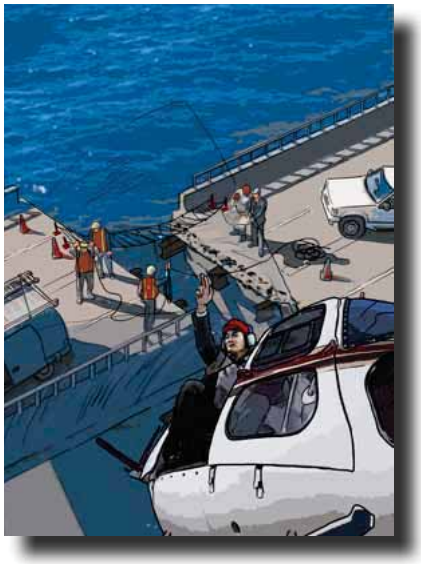
Se trata solamente de hacer dinero

¡No, realmente! La meta última podría ser una ganancia financiera, pero realmente no es la única. Algunos empresarios son impulsados por su pasión para concretar sus sueños o ideas, o por la oportunidad de aprovechar una oportunidad del mercado. La mayor parte de los propietarios de pequeñas empresas en Estados Unidos dicen que lo que los impulsó a iniciar una compañía propia fue su deseo de independencia, para hacer lo que les gusta de la manera en que les gusta. En otras partes la gente recurre a la actividad empresarial por-que sus opciones son limitadas. Donde escasean los empleadores y los empleos, una persona se torna en su propio empleador y contribuye indirectamente a la sociedad al ofre-cer a los consumidores más selección, creando empleos o haciendo del mundo un lugar mejor de otras maneras. Los empresarios con conciencia social buscan metas sociales al tiempo que se mantienen atentos al balance básico de la compañía. Su prioridad es aumen-tar el impacto social de sus empresas más que las ganancias.

Los empresarios necesitan un montón de dinero para abrir un negocio

¡Absurdo! En Estados Unidos una persona puede iniciar un negocio básico, por ejemplo un servicio de limpieza o un puesto de venta de frutas, con un par de cientos de dólares. En países menos desarrollados los costos iniciales pueden ser mucho más bajos. La crea-tividad puede ayudar a reducir ese costo. Por ejemplo, se puede apelar a la "comerciali-zación de guerrilla" empleando métodos imaginativos y poco convencionales en vez de de-pender de avisos publicitarios costosos para llegar a los clientes potenciales. Los recursos iniciales gratuitos o baratos en la Web ofrecen otra oportunidad de gastar menos. En gen-eral, el capital necesario para iniciar y sostener un negocio depende de la clase de actividad que se quiere practicar. Una compañía que funciona desde el hogar sin empleados requer-irá menos capital que un negocio ubicado en una oficina alquilada o espacio de ventas que necesita un equipo de empleados manuales o intelectuales. La tarea de estimar las necesi-dades de capital de iniciación y operaciones es uno de los desafíos más difíciles para el empresario incipiente. De manera que uno no debe culparse demasiado a si mismo al des-cubrir que ha subestimado esos costos. Las compañías multimillonarias que dependen de un ejército de consultores también lo hacen.

El empresario verdadero siempre triunfa



¡Tonterías! Sólo los que nunca corrieron un riesgo no fracasan nunca. En Estados Unidos alrededor de la mitad de las compañías que empiezan terminan en fracaso en los primeros cuatro años. Pero a los empresarios verdaderos les resulta difícil abandonar sus ideas aún después de que sus primeros intentos fracasaron. Muchos reaccionan y vuelven a tratar. Los que aprenden de los errores pasados son los que más probablemente tendrán éxito en el segundo, tercero o más intentos. Las compañías iniciales quiebran debido a un mercado insuficiente o mal definido, falta de planificación, financiamiento inadecuado u otras ra-zones. De manera que si uno fracasa la primera vez, debe mirar qué fue lo que anduvo mal y extraer las conclusiones apropiadas para el futuro. Ese análisis podría impulsarlo a revisar el plan de negocios o la aplicación, a pensar en un negocio completamente diferente o a buscar un empleo regular. Sea lo que sea que haga, hay que despojarse de la "vergüenza" de haber perdido, y hay que seguir adelante. Estará en buena compañía: Henry Ford, Steve Jobs, Bill Gates y Soichiro Honda sufrieron fracasos antes de lograr el éxito. ■

Una lámpara solar de $25 dólares para millones de personas en la India

Cortesía de Yann

Ella podrá dar buen uso a la electricidad.

¿Cuántas personas se necesitan para reemplazar una linterna de queroseno del siglo XIX con una lámpara solar del siglo XXI?

Cosmos Ignite Innovations nos demuestra que para ello se requieren dos personas.

Una de estas dos personas es Matthew Scott, quien estuvo a cargo del diseño y desarrollo de la lámpara solar en 2003, cuando era estudiante de la Facultad de Gestión Empresarial de la Universidad de Stanford. La lámpara utiliza la tecnología de diodos fotoemisores (LED), que consumen menos energía eléctrica que las bombillas incandescentes y los tubos fluorescentes.

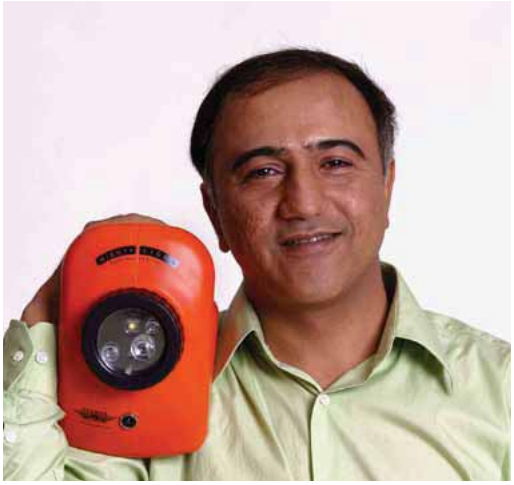
La intención de Scott era, originalmente, que las lámparas se utilizaran en edificios comer-ciales o en aeronaves. Luego, tras leer La Fortuna en la Base de la Pirámide decidió reori-entar su enfoque. El libro, del escritor C.K. Prahalad, habla sobre las oportunidades económicas que proporcionan las 2,5 mil millones de personas que subsisten en el mundo con escasamente $2.50 diarios. Scott deseaba que su lámpara beneficiara a algunas de es-tas personas.

© AP Images

¿De compras bajo la luz de una lámpara de querosén? Vea, pero no inhale.

Cortesía Photo

Matt Scott, junto a su invención, la MightyLight.



Cortesía Photo

Amit Chugh y la lámpara MightyLight.

Fue entonces que entró en escena la segunda persona, su antiguo compañero de Stanford, Amit Chugh. Scott le pidió a Chugh, con experiencia en administración de negocios, que le ayudará a diseñar una lámpara que pudiera ser utilizada por la población pobre de la India, país natal de Chugh, donde millones de personas dependen para alumbrarse de las linter-nas contaminantes y poco seguras de queroseno. Scott y Chugh establecieron una em-presa conjunta, Cosmos Ignite Innovations, con oficinas en el valle de Silicio en California y también en Nueva Delhi. Scott obtuvo apoyo financiero de un veterano de la inversión de capital de riesgo, mientras que Chugh pactó con las organizaciones no gubernamentales (ONG) de la India para poner la lámpara a prueba.

Cuando el fin es el bienestar social, "nunca te harás millonario".

Una lámpara para las masas

"Se estaba tendiendo un puente entre un centro de tecnología avanzada y un mercado de millones de personas que aspiraban a una vida mejor", dijo Chugh.

La lámpara solar de LED, bautizada con el nombre MightyLight, es impermeable, a prueba de choques, de usos múltiples, con una carga de ocho horas y diseñada para durar 100.000 horas. Cosmos Ignite puso la lámpara en venta en 2006 a un costo inicial de $50 por cada unidad.

Chugh confesó que a tanto a él como a Scott les animaba el deseo de "devolver algo a la sociedad y de sentirse satisfechos por ello". Sus lámparas MightyLights se pusieron a la venta a través de las ONG y organismos internacionales, y por medio del gobierno de la In-dia y de distribuidores comerciales. Los empresarios optaron por tomar otro camino y no re-currir a los grupos de asistencia y desarrollo, que suelen depender de entidades benéficas y de fundaciones privadas para obtener recursos financieros que a veces se agotan y, con-secuentemente, podrían dejar a los suministradores de esta tecnología en el limbo. "Estába-mos más interesados en establecer una operación comercial que, con el tiempo, se convir-tiera en una empresa sostenible", agregó Chugh.

Chugh estuvo a cargo de poner en marcha las operaciones de diseño y ensamblaje en Gur-gaon, India, y colaboró con Scott para reducir el precio de la lámpara debido a que muchos habitantes de ese país no pueden darse el lujo de comprarla al precio original de $50. Aho-ra se ha puesto en venta un nuevo modelo de más luminosidad a un precio de $25.

Llevando la luz

Hasta la fecha, Cosmos Ignite ha vendido 150.000 lámparas MightyLights en 18 países. La empresa ha incrementado hasta siete el número de sus productos de iluminación, entre los que se cuentan lámparas de energía solar para residencias y para vías públicas.

"La idea es realizar una obra social más que generar ingresos", aclaró Chugh. "Desde el principio tienes que hacerte a la idea de que no vas a ser un millonario".

Cuando a los pescadores y tejedores les fue posible utilizar las MightyLights para extender su jornada laboral, Chugh y Scott se convencieron de que no habían tomado el camino equivocado. "Y cuando tienes esa certeza, todo reto te causa ilusión", concluyó Chugh. ■

— A.Z.

Cortesía de Soy Blanco

Ilustración por el joven artista chino que se llama a sí mismo "Soy Blanco".

Cortesía de 4wallz

Una muestra de arte callejero en Shangai.

Neocha conjuga el arte con el dinero en China

Cortesía de Mad Science

Adam Schokora, extrema izquierda, y Sean Leow, extrema derecha, con equipo de rodaje y artistas.

No son muchos los empresarios que inician sus negocios con tanto bombo como Sean Leow. En 2007 organizó una fiesta extravagante en Shanghai para fundar Neocha, una comunidad en línea electrónica de artistas y músicos alternativos chinos. El acontecimiento, en el que participaron sesenta y dos grupos de diseñadores y ocho conjuntos, además de DJs independientes, atrajo más de 10.000 personas.

Leow, nacido en California, estudió relaciones internacionales en la Escuela de Estudios Internacionales Avanzados, en la Universidad Johns Hopkins, en Nanjing, China. Durante su estadía en el país de sus abuelos, se sintió fascinado e inspirado por los jóvenes artistas y músicos chinos. Notó que "perseveraban en su pasión con muy pocos recursos y escaso reconocimiento". Leow decidió hacer algo acerca de eso.

Después de la fiesta

El comienzo de Neocha creó un entusiasmo que se sintió más allá de las comunidades creativas en China. Pero, para la sorpresa de Leow, los ingresos derivados por el pago por anuncios y publicidad móvil en que se basaba el plan empresarial nunca se materializaron.

El plan resultó ser "irrelevante", recordó Leow. Redujo el personal de Neocha, trasladó su oficina a un espacio más pequeño, y cambió a un servicio de servidores web menos costoso. "Supe siempre que había valor en el arte y la música chinas alternativas", dijo. Lo difícil fue encontrar el modelo empresarial que ayudaría a los artistas a vender sus obras mientras se creaba ingresos para la compañía.

El cambio se produjo cuando la firma consultora mundial de investigación de mercados, Flamingo International, contactó a Leow para que localizara a artistas jóvenes chinos para una campaña publicitaria de Nike Inc. Utilizando como fuente de información el banco de datos de Neocha, la compañía preparó un informe sobre las tendencias culturales de la juventud en China y produjo materiales fotográficos y de video relacionados. A la firma consultora le impresionó la calidad del trabajo realizado en un período de tiempo relativamente corto.

De admirador a socio

Al atraer Neocha más negocios consultivos, uno de los admiradores de la compañía, Adam Schokora, que tenía antecedentes en mercadotecnia, se integró a la firma y llegó a desempeñar un papel prominente en dirigir los proyectos de consulta. En 2009, inauguró con Leow NeochaEDGE, agencia creativa dedicada a la producción de contenido, investigación de mercado y planificación de eventos que se basa en los talentos de más de 30.000 usuarios de Neocha. NeochaEDGE ha ayudado a organizar eventos en los que figuraron una exhibición de grafiti, arte slipmat (trozo de tela usada por DJs) y música en vivo, y ha llevado a cabo otros proyectos para clientes como PepsiCo y la marca de Vodka Absolut.

"Nos percatamos del tremendo valor que estos artistas pueden aportar a compañías que desean crear contenidos creativos innovadores para sus gestiones de mercadeo", dijo Leow. El nuevo modelo ha demostrado ser lucrativo, dijo.

Dijo Leow que él y Schokora desean "seguir siendo una influencia en la industria creativa". En 2010, iniciaron la Cooperativa Creativa EDGE, como parte de la compañía actual, para representar a los artistas asociados a Neocha en el mundo empresarial. En China, la competencia en este segmento empresarial aún no es fuerte, y son pocos los rivales que han establecido relaciones con artistas hip tal como lo hace NeochaEDGE.

> "Trabajamos con gente súper creativa".

El negocio es serio, dijo Leow, pero tanto para él como para Schokora sigue siendo divertido.

"Trabajamos con gente súper creativa y el tipo de contenido que creamos no es publicidad común y corriente, aburrida", dijo Leow. ¿Alguien interesado en una filmación de modas con un dúo hip de fotografía/peinado? ■

— A.Z.

© AP Images

Jóvenes artistas chinos hasta convierten tatuajes en arte.

Bailar en el mercado electrónico

© AP Images

¿Cómo puedes tener un club de baile cuando hay tanto baile en las calles?

Roberto Fermino empezó como DJ cuando tenía dieciséis años de edad. Recogía su equipo sonoro e iba a los lugares donde se reunía la gente y tocaba para ellos melodías bailables. "Eso fue muy fácil", recordó Fermino. Cinco años más tarde, aceleró el paso y estableció un club de fiestas. Quería popularizar la música bailable electrónica tanto como deseaba para ganar algún dinero.

Sin embargo, le resultó difícil lograr que la gente gustara de sus ofertas musicales. Los residentes de la zona de ingresos bajos en São Paulo, donde vivía, preferían piezas musicales más tradicionales. "Es realmente difícil cambiar la cultura y las preferencias culturales", dijo, con un suspiro. "Por lo tanto no marchó muy bien". Pero Fermino no lamenta haber tenido la experiencia: le enseñó que una empresa comercial no anda bien a menos que tenga clientes que desean sus servicios o productos.

En 2010 se unió a su primo, Jefferson Soares, que tenía una compañía que diseñaba páginas web. El negocio no le iba bien a Soares. Fermino lo ayudó a crear una plataforma web que ayudaba a los clientes de la compañía a construir sus sitios gradualmente y a un menor costo. Cuando el negocio empezó a tomar vuelo, Fermino ya tenía algo nuevo en su mente – un mercado en línea de servicios locales. Negocios pequeños que necesitan emplear fotógrafos, diseñadores, decoradores de vidrieras y otros servicios que los proveedores muchas veces no sabían dónde encontrar.

Crear un mercado en línea

Fermino calculó que una plataforma basada en la web sería una buena manera de ayudar a ambos a conectarse y a facilitar las transacciones entre ellos. Su compañía cobraría tarifas modestas de intermediación. Fermino y sus asociados exploraron la idea durante los meses pasados, hablaron con abogados, empresarios y otros. "Casi todos los días la repasamos, la mejoramos y refinamos planes relacionados", dijo.

El problema más grande es la financiación dado que en Brasil los ángeles inversionistas generalmente respaldan solamente a empresas que conocen, y sólo unos pocos ángeles inversionistas entienden de empresas en línea, especialmente empresas en sus etapas iniciales. Pero Fermino no aceptaba un "no" como respuesta a su búsqueda de capital. Uno de los caminos que exploró fueron los concursos de planes empresariales, que dan a los emprendedores incipientes la oportunidad de obtener no solamente fondos para iniciar sus empresas, sino también publicidad.

Cortesía de Photo

Roberto Fermino

Centro de empresarios

Fermino, que ahora tiene veintiséis años, estudia ingeniería en la Universidad de São Paulo, donde dirige un centro de emprendedores en el campo universitario y en línea. En el centro, los estudiantes emprendedores intercambian ideas y experiencias entre ellos y con dueños de empresas establecidas, que vienen a hablarles. El centro se ha convertido en un lugar popular entre estudiantes que tienen negocios propios o piensan iniciar un negocio. El centro está trabajando también para crear un programa de empresariado que expandirá una de las clases de gestión empresarial básica ofrecida por la universidad. Fermino y sus compañeros se valen de programas similares ofrecidos por universidades estadounidenses y latinoamericanas para determinar las mejores prácticas.

Pero el espíritu emprendedor de Fermino no se detiene nunca. "Las ideas explotan en mi cabeza", dijo. Escoge la más prometedora y se pone a trabajar en ella. Las otras, las comparte con amigos y emprendedores colegas. Si necesitas una idea, basta que le des una llamada. ■

— A.Z.

© AP Images

Un mercado en línea permite a alguien como esta madre brasileña llevar a cabo actividades comerciales desde cualquier lugar.

Joven palestina es galardonada por su visión empresarial

© AP Images

Decoraciones navideñas en Plaza del Pesebre en la ciudad cisjordana de Belén.

Cuando Waed al Taweel inició su negocio, no tenía idea de lo que era tener espíritu empresarial. Pero eso no le impidió a la estudiante de secundaria, de dieciocho años, de participar en un concurso sobre cómo planificar e iniciar un negocio cabal, abierto para los estudiantes en los Territorios Palestinos.

Al Taweel inició una compañía dedicada a planificar y dirigir eventos especiales, que llamó Toque Adolescente. Empleó a veintiocho compañeras de clase para enviar invitaciones, alquilar instalaciones y ordenar los alimentos. Toque Adolescente organizó fiestas de cumpleaños de niños, decoró para la navidad casas privadas y edificios en la ciudad cisjordana de Ramallah y abrió una tienda que vendía regalos para el Día de San Valentín.

"Nos hicimos cargo de todos los arreglos, de A a la Z", dijo Taweel.

El reconocimiento abunda

Toque Adolescente fue premiada como la mejor compañía estudiantil en los Territorios Palestinos. Fue reconocida también en la competencia anual INJAZ Al–Arab de Compañías Regionales como la mejor compañía estudiantil de 2007 en el mundo árabe. En la competencia, Taweel fue elegida la mejor ejecutiva estudiantil de 2007 en el mundo árabe.

Taweel vendió su negocio después de seis meses y, conforme a las reglas de competencia, distribuyó las ganancias entre los inversionistas. Cuando Taweel fue a la Universidad Birzeit, tenía ya otras ideas.

"Empecé a soñar con mi futuro negocio", dijo. "Descubrí que podría ser la principal de una empresa".

En 2010, el presidente Obama invitó a Taweel a la Cumbre Presidencial del Empresariado en Washington. Ella fue la participante más joven y fue oradora en el grupo de expertos sobre el espíritu emprendedor juvenil. Len Schlesinger, presidente del Babson College, quedó tan impresionado con ella que le ofreció una beca para estudiar en el programa de maestría en administración de empresas de su colegio.

Ken White

Waed al Taweel habla en la Cumbre Presidencial 2010 del Empresariado en Washington.

En ese tiempo, al Taweel tuvo la idea de un centro de recreo y esparcimiento para palestinos jóvenes en Cisjordania. "Quiero que sea un lugar especial de reunión, que combine la diversión y el desarrollo personal", dijo al Taweel. Su plan incluye una cancha de bowling, una pista de patinaje, un campo de mini-golf y una biblioteca. "Los jóvenes palestinos necesitan un lugar como éste porque sus vidas son difíciles", dijo. Al Taweel confía también en crear empleos para sus iguales, los que no tienen muchas oportunidades de empleo. En 2010, cerca del cuarenta por ciento de los jóvenes en Cisjordania y en Gaza estaba desempleado, según la Oficina Central de Estadísticas palestina.

LA REALIDAD MUERDE

Al Taweel sabe que le será difícil poner en práctica su idea. Después de hablar con los profesores de Babson, decidió concentrarse primero en sus estudios.

"Me dijeron que estaría mejor preparada para desarrollar la idea sobre el centro después de completar mis estudios universitarios", dijo. La emprendedora de veintiún años estudia arduamente en Birzeit para completar sus estudios allí y estar preparada para matricularse en el programa de licenciatura de Babson. "Lo que ocurrió en los tres últimos años fue abrumador", dijo. "Me ayudó a darme cuenta de lo que quiero hacer en el futuro". Y lo que quiere es ser empresaria. Porque cree que de esta manera podrá alcanzar su potencial máximo.

"Pero estoy todavía en el comienzo de mi camino empresarial", dijo al Taweel. ■

— A.Z.

© AP Images

Una ceremonia de graduación en la Universidad Birzeit.

Un empresario que insertó a su país en la revolución tecnológica

© AP Images

No es un evento promocional. Es el eclipse solar de 2006 sobre la Plaza Sultanahmet en Estambul.

Para el turco Fatih Isbecer, estudiante procedente de Estambul, que recuerda cómo estudiar en una escuela secundaria en Daytona Beach, Florida, a principios de los años noventa, fue una experiencia inolvidable. Fatih dijo que le encantó disfrutar y participar en la revolución tecnológica ocurrida en ese tiempo en Estados Unidos.

La fiebre de la tecnología

"Me sentía lleno de espíritu emprendedor y cargado con diferentes ideas tecnológicas ", recordó. "Pensé que algún día el cambio afectaría a Turquía".

Courtesy Photo

Fatih Isbecer

Durante el tiempo en que Isbecer asistía a la escuela secundaria en Florida, Turquía estaba muy por detrás de Estados Unidos y de otros países desarrollados en cuanto a telecomunicaciones. Eran raros los teléfonos residenciales en las zonas rurales. Para hacer una llamada telefónica una persona generalmente tenía que ir a una oficina de correos local y esperar por una conexión.

Gracias a emprendedores turcos como Isbecer, la situación ha cambiado drásticamente.

A fines de los años noventa, Isbecer y algunos compañeros de clase de la Universidad Técnica de Estambul iniciaron una pequeña empresa que se concentró en

Cortesía de Nevit

Ella trata de asegurar que la próxima generación de teléfonos celulares venga de Turquía.

proyectos relacionados con el Internet. "Fue un tipo de patio de recreo para aficionados a la tecnología", dijo.

En 2000, Isbecer inició un negocio más serio, Pozitron, una firma que concibe programas de empresas, interconexión y seguridad para aplicaciones de telecomunicación. Los retos fueron muchos, incluso el contratar gerentes con experiencia, de los que había muy pocos en Turquía, dijo Isbecer.

Sube el telón

Uno de los primeros éxitos de Pozitron fue una aplicación de teléfono móvil para IDDAA, el único juego oficial de apuestas deportivas del país. Algunos años más tarde hubo un avance importante: Pozitron ingresó en los mercados financieros internacionales con aplicaciones bancarias para teléfonos móviles creadas para el banco privado más importante de Turquía, el Turkiye Is Bankasi AS. Las aplicaciones permiten a los usuarios transferir dinero, comprar y vender acciones, pagar cuentas y verificar saldos en cualquier parte del mundo.

> El se sintió especialmente satisfecho cuando su producto entró en el mercado de Estados Unidos el mismo mes que un producto similar estadounidense.

En 2007, Isbecer fue seleccionado "emprendedor de gran impacto" por Endeavor, organización sin fines de lucro con sede en Estados Unidos que promueve el espíritu emprendedor. Un año más tarde, Pozitron ganó el Concurso Global de Planes de Negocios (Global Business Plan Contest) organizado por la Escuela de Negocios de la Universidad Harvard por un producto integrado para operaciones bancarias móviles.

"El introducir este producto en el mismo mes en que un gran banco multinacional con sede en Estados Unidos introdujo su propia versión me produjo una enorme satisfacción", dijo Isbecer.

Dijo que su ambición es participar en la concepción del futuro de la industria inalámbrica y, junto con sus amigos y rivales turcos, disipar el mito de que en Turquía no existe un sector de alta tecnología.

Elmira Bayrasli, de Endeavor, dijo que el éxito de Pozitron "no obró solamente en crear empleos, sino que también para inspirar a otros turcos a que se vean a sí mismos como innovadores". ■

— A.Z.

Cortesía de Procilas Moscas

El signo de los días que se fueron en Estambul.

¿Por qué se hizo usted empresario?

© AP Images

Craig Newmark

Soy empresario por accidente; comencé Craigslist hace unos 16 años como un pasatiempo. La idea era devolverle algo a la naciente comunidad en línea, puesto que los usuarios de Internet eran muy serviciales incluso en esos días. Sin embargo, en 1999 estaba claro que mi proyecto era muy impor-tante para millones de personas y tuve que hacerme un hombre de negocios en serio para cumplir con mi compromiso hacia mi comunidad.

Craig Newmark es fundador de Craigslist, una red comunitaria concentrada en avisos clasificados gra-tuitos en línea. Desde 1995 ha crecido hasta llegar a ser uno de los sitios web más populares de Estados Unidos.

Rajiv Mehrotra

En la escuela ya me dedicaba a armar radios a transistores y por ello creo que siempre tuve adentro un espíritu empresarial. Luego, siendo ya ingeniero quería participar en todos los aspectos de un negocio, desde la creación del producto a su financiamiento y mercadeo. Ser empresario es una manera de vivir, y a mi eso me encanta!

Rajiv Mehrotra ha fundado varias exitosas empresas de telecomunicaciones en India. La revista Time lo designó como una persona que "cambia las vidas. El Foro Económico Mundial lo considera como un pionero en la tecnología.

Cortesía Photo

Cortesía Photo

Ewa Wojkowska

No creo que una misma realmente planifique ser empresaria. Más bien es el resultado de intentos constantes para hacer mejor las cosas. Pero mirando retrospectivamente, creo que siempre tuve ideas para hacer las cosas de una manera diferente. Kopernik es el resultado de mi convicción de que la ayuda para el desarrollo puede ser mucho más tangible y eficaz.

Ewa Wojkowska es cofundadora de Kopernik, una empresa sin fines de lucro que distribuye tec-nologías simples y baratas en el mundo el desarrollo.

Bilel Bouraoui

Un empresario es alguien que se atreve a soñar, que confía en sí mismo y en su equipo para desarrollar ideas poco convencionales en proyectos extraordinarios. Un empresario cree que el cielo es el límite y ve una oportunidad donde otros ven un problema. Me he sentido muy inspirado por grandes personas que comparten esos valores y durante mucho tiempo he sabido que esa es la clase de persona que me gustaría ser.

Bilel Bouraoui es cofundador y ejecutivo principal de AWS, un negocio de medios sociales en línea en Túnez..

Cortesía Photo

Cortesía Photo

Mike Moradian

Me hice empresario porque creía en mi idea y creía que podía ayudar a crear un cambio. Como empresario uno tiene que tomar su propia visión, sus sueños y sus ambiciones y moldearlos en algo grande. No hay mejor emoción que la de crear algo que funciona, y no hay dólar más satisfactorio que el que dólar se ha ganado uno mismo.

Mike Moradian creó en Los Ángeles la compañía Campus Buddy, que publica información sobre distribución de calificaciones en 250 colegios universitarios públicos de Estados Unidos.

Sandiaga Uno

Me hice empresario por accidente, sin que haya en mi familia un historial de actividad empresarial. Tras la crisis financiera de 1997 quedé sin empleo y no tuve otro recurso que tomar mi futuro en mis propias manos. Ser empresario me da el poder de cambiar la sociedad positivamente por medio del idealismo y de la creatividad..

Sandiaga Uno es cofundador de la compañía de inversiones Saratoga Capital. Desde 1998 ha crecido hasta llegar a ser una de las firmas de inversiones más grandes de Indonesia.

Cortesía Photo

Cortesía Photo

Phil Tepfer (izq.) y Charles Bogoian.

Charles Bogoian

Siempre he sentido que la actividad empresarial brinda una gran oportunidad de tener un impacto tangible y positivo en el mundo. Al enfrentar el desafío de "construir algo de la nada" he aprendido destrezas y lecciones invalorables que normalmente me habrían tomado mucho más tiempo de aprender.

Phil Tepfer

La actividad empresarial es la forma última de auto expresión: es el desafío de crear un producto o servicio que sea únicamente propio y que les guste a otras personas. Ver que la comunidad acepta esa creación es una de las cosas más gratificantes que he hecho jamás. Es un vehículo para cambiar el mundo, afectar incontables vidas y crear una vida sabiendo que uno ha hecho algo... muy difícil de superar en un empleo de 9 a 5.

Phil Tepfer y Charles Bogoian son fundadores de LiveProud, una compañía con sede en Boston que vende chaquetas y camisas hechas con telas de materiales reciclados.

Cortesía Photo

Selima Abbou

¿Sueña usted con crear cosas hermosas? ¿Sueña usted con crear cosas sabrosas? ¿Sueña usted con crear productos que les gustarán a muchos? ¿Sueña usted con crear una marca que reflejará todos los valores que ha imaginado para su negocio?

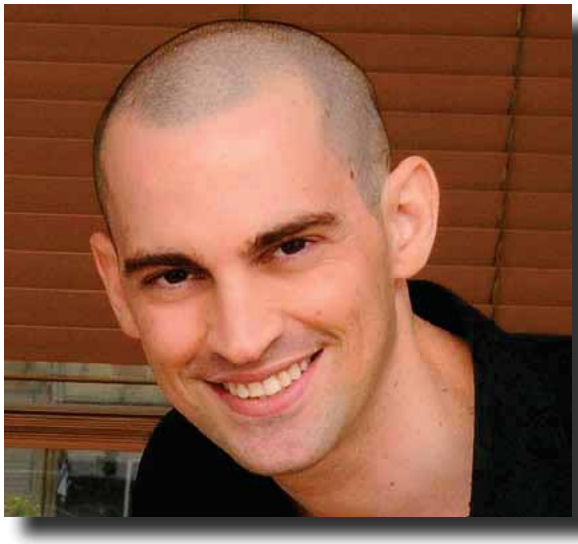
Yo he tenido todos esos sueños y es por eso que he decidido crear TYPIK.

Selima Abbou fundó TYPIK en 2004 para vender productos tunecinos tradicionales tanto en línea como en tiendas.

Tomer Dvir

Me hice empresario porque quería actuar para arreglar las cosas que me molestaban, no simplemente quejarme de ellas. Ser empresario me ha dado el poder de crear cambio; no sólo de mejorar mi propia experiencia con computadoras personales, sino de mejorar la experiencia de millones de usuarios de PCs en todo el mundo.

Tomer Dvir es cofundador y ejecutivo principal de Soluto, una compañía de programas de computadora con base en Israel que hacen funcionar mejor las computadoras personales.



Cortesía Photo

Cortesía de Antonio Bonanno

Marcello Orizi

Cuando yo jugaba al fútbol en la calle siendo niño siempre elegía al equipo supuestamente más debil. ¡Era tan fantástico ganarles el partido a los favoritos! Siempre me han gustado los desafíos. Y siempre quise tener una verdadera influencia sobre mi vida y crear algo que fuese útil a otros. Buscar retos, enfrentarlos y definir el futuro y devolver algo a la sociedad son las razones por las que me hice empresario.

Marcello Orizi es cofundador de Prossima Isola, una compañía de tecnologías de información y comunicaciones y de otras dos empresas nuevas en Cerdeña, Italia.

© AP Images

Tyler Galganski, finalista en la competencia "Mejores Jóvenes Empresarios de Estados Unidos en 2010", organizada por la revista Bloomberg Businessweek, es cofundador de una empresa que vende camisolas con capucha.

Recursos adicionales (en inglés)

Sitios en la Web sobre empresas dirigidas por jóvenes y sobre jóvenes empresarios

GenX Startup and Idea Café, a forum for young people on business ideas and startup advice.
http://www.businessownersideacafe.com/genx/

Global Entrepreneurship Week, an annual event celebrating and promoting entrepreneurship among young people around the world.
http://www.unleashingideas.org/

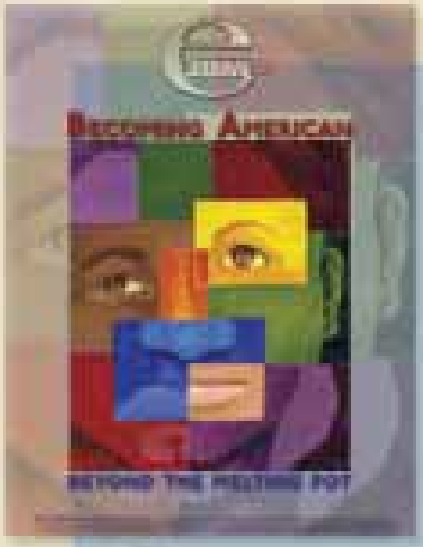
Junior Achievement Worldwide, the world's largest organization dedicated to educating students about workforce readiness, entrepreneurship and financial literacy.
http://www.ja.org/

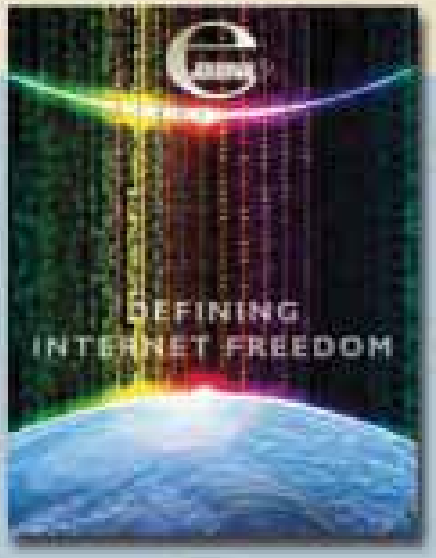
Kairos Society, a student organization that aims to foster the next generation of global leaders through entrepreneurship.
http://kairossociety.com/

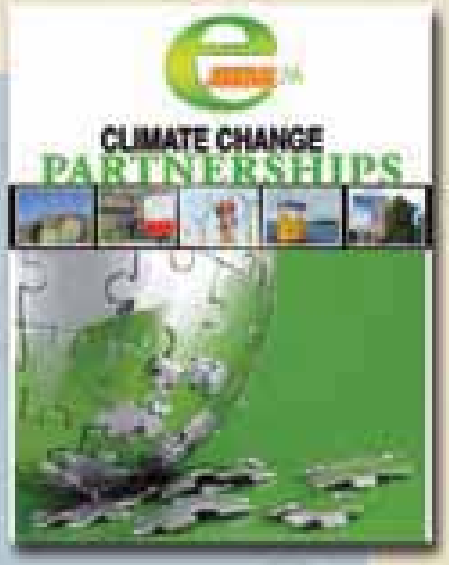
Teen Business Link, the U.S. Small Business Administration's information resource for potential young entrepreneurs.
http://archive.sba.gov/teens/

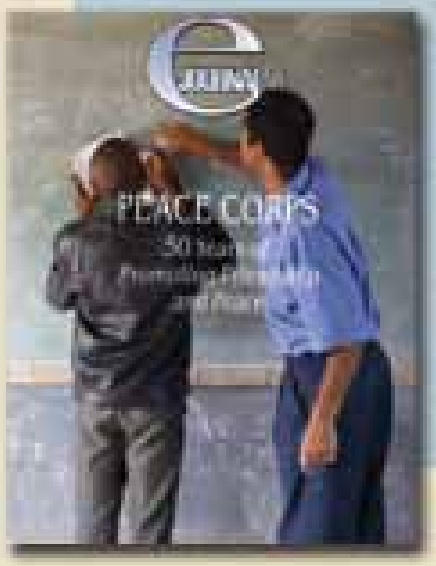
© AP Images

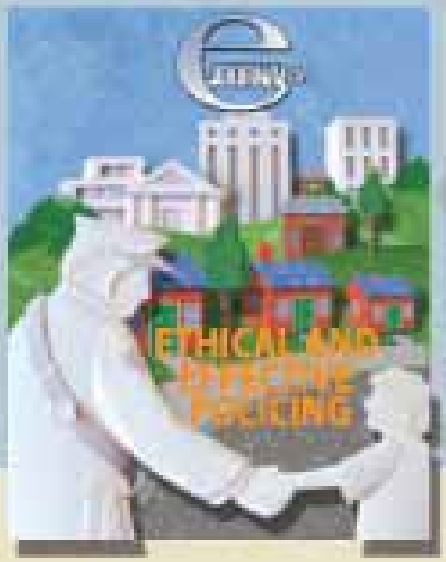
It's never too early to become an entrepreneur. Beck Johnson opened his ice cream stand in Sunapee, New Hampshire, when he was 10 years old.











Монгол English 中文 Français Português 한국어 Українська 日本語
Türkçe Tiếng Việt Pashto Urdo دسراف ییبرع Русский Español

DEPARTAMENTO DE ESTADO DE ESTADOS UNIDOS • OFICINA DE PROGRAMAS DE INFORMACIÓN INTERNACIONAL