

Emprendimiento, el caso de RenovArte Café

Entrepreneurship, the case of RenovArte Café

ORTIZ-AYALA, R.¹

Universidad Autónoma de Querétaro, Facultad de Contaduría y Administración, Cerro de las Campanas s/n Fracc. Las Campanas, C.P. 76116 Querétaro, Qro.,

ID 1° Autor: Ricardo Ortiz-Ayala/ **ORC ID:** 0000-0002-3419-0928, **Researcher ID Thomson:** D-9299-2018, **ArXiv:** ricardoortizayala

R. Ortiz

roa@uaq.mx

D. Arrieta, Y. Alabat (eds.). Estudios del emprendimiento contemporáneo en América Latina. Proceedings-©ECORFAN-Bolivia, 2018.

Introducción

Se dice que en la actualidad es imposible que un empleo sea estable (González, 2014), debido a que la economía tan vertiginosa y las diversas situaciones del mundo de los negocios, impiden que algo sea 100% seguro, asirse de un trabajo en el que se reciba periodo a periodo un sueldo, es completamente válido, aunque desde el punto de vista del crecimiento, las vertientes de esta forma de pensar y de la decisión de aventurarse a emprender, produce diferentes beneficios que se materializan en varios ámbitos.

Emprender es una actividad sumamente dinámica, en la que el pensar se traduce en el hacer, ya que por lo que sabemos, soñar no es realizar, sino un motor y nada más, por ello nos apalancamos de eso y pasamos a la formalización del pensamiento, necesaria para plasmar objetivos o planeación y posteriormente la estrategia para llevar a cabo lo que se requiere. Esta redacción contiene el análisis de la experiencia de un emprendedor y el camino en la implementación de su idea de negocio, ya que el por qué y el cómo están íntimamente relacionados, son el núcleo de las decisiones que observaremos en dicho análisis.

El emprendedor, Phillip Jones, motivado por sus creencias, se instaló en México decidido a ayudar a las personas y formar su vida, tomó las oportunidades que en determinado momento se le presentaron, lo cual involucró un proceso de aprendizaje perpetuado y vigente hasta el día de hoy, sobre todo en el ámbito de los negocios, ya que estableció una cafetería con novedades pensada no como una fuente para subsistir, sino para materializar sus planes en logros que impactaran positivamente no sólo a su vida, sino a la comunidad.

El ser y el hacer ¿cómo forman a un emprendedor?

Emprender es un proceso en el que se convierte una idea en un proyecto que aporte valor para el individuo y la sociedad a través de resultados sostenibles (Fundación Princesa de Girona, 2017). Se refiere también a comenzar una obra, negocio y demás, con una cualidad de dificultad o peligro. El actor principal es quien emprende, es decir, el emprendedor.

Siendo un personaje tan importante, conviene mencionar algunos de los rasgos de personalidad o características de éste individuo:

- a) “Locus” de control, está íntimamente relacionado con el logro y la iniciativa, esto conducirá a una persona a ser persistente o no, a esforzarse al máximo o todo lo contrario (Ruiz, 2014).
- b) Autoeficacia, que se refiere a saber que lo que uno hace produce resultados, ello conducirá a un razonamiento de elecciones que con alta probabilidad producir un logro. Este sería el modelo definido como voluntarista, mismo que destaca la capacidad de la persona como influencia en sus decisiones y control de su vida. Por tal el éxito y crecimiento de la empresa dependerá del crecimiento del empresario, ligado todo como un auto reflejo (Ordás, 1998).

La mención de lo anterior nos lleva a analizar de manera general al emprendedor y el ser. El individuo tiene cierto empoderamiento que lo conduce a la actividad, a producir y moverse hacia su objetivo, como una persona dueña de sí misma en toda extensión de la palabra para lograr lo que se proponga, aunque a ojos de los demás parezca imposible, esto mismo resulta atractivo, un reto.

Al tener este trasfondo, como impulsor, hay un individuo con una gran posibilidad de ser un emprendedor exitoso. No significa que con sólo lo anterior ya uno sea emprendedor, no si no hay acción, es decir si no se mueve hacia el “hacer”, hacia la parte más dinámica que reforzará la personalidad del sujeto y propiamente el empoderamiento que mencionamos anteriormente.

Una vez que se ha generalizado el marco que define o caracteriza al emprendedor, es necesario pasar al punto de las claves estratégicas que son de importancia en el emprendimiento de un negocio o empresa.

Las claves del planteamiento y la estrategia al emprender

Emprender no se trata de llevar a la acción cada idea que viene a la mente, sino de ser discrecional para elegir la que tiene mayor probabilidades de éxito, si bien difícilmente se mide y se tiene la seguridad de algo que apenas se va a realizar, existe un sinnúmero de información que se puede utilizar para el análisis y tener mayores bases para el planteamiento y la estrategia (Mateos, 2017):

1. El mercado y su situación van a definir el éxito del negocio, la estrategia de destacarse agregando un valor que diferencie, es una de las mejores posibilidades para acceder al posicionamiento que se busca.
2. Hay que pensar en grande desde el principio, las fronteras físicas existen, pero en el ambiente virtual no y es una oportunidad de para ser parte de la globalización, que de hecho es inevitable.
3. El financiamiento es una de las mayores preocupaciones para el emprendedor, sin embargo, como parte de las primicias de la economía, se ha planteado el impulso de nuevos negocios, como uno de los objetivos para el crecimiento y desarrollo a nivel país, por lo que las dependencias gubernamentales han creado programas de apoyo, que bien se pueden aprovechar.
4. Es importante considerar si es necesario hacerse de socios para compartir el proyecto y trabajar con las primicias de un equipo, con el convencimiento de que “hay más en el barco”.

Basado en el hecho de que desconocemos el futuro, debe de mantenerse alejada a toda hipótesis de vicios en su formulación, para de esta manera pueda considerarla en la creación de un negocio, asegurando su confiabilidad (Megias, 2012). Algunas de las hipótesis que a las que deben de agregarse más cuidado, identificar y dar seguimiento en toda la existencia de la compañía son:

- Mi cliente tiene X /Y problemas.
- El cliente está dispuesto a pagar por nuestro servicio x cantidad de dinero.
- Nuestra tasa de conversión de clientes será de un x por ciento.
- Capturaremos un x por ciento del mercado
- Conseguiré la mayoría de mis clientes vía X/Y canal

Unas resultan más críticas que otras, por ejemplo la hipótesis del valor agregado en el producto o servicio basada en necesidad que está satisfaciendo, no debe perderse de vista, ya que es clave para estar consciente de la estrategia que ha de formularse, de los cambios que han de generarse conforme se avance en la recta para dar a conocer y hacer sólido su posicionamiento en el mundo de los negocios, propiamente en el mercado. Otra de las hipótesis es la que se refiere al crecimiento, medido en términos de porcentajes, por tanto será ideal emplear las herramientas cuantitativas disponibles para validarlas.

Emprender en México

Las razones por las cuales resulta atractivo para el mexicano el convertirse en atractivo (Meza, 2016), es porque quieren ser su propio jefe (43%), realizarse personalmente (32%), compatibilidad con la familia (30%), obtener un nuevo ingreso (30%) y tener una alternativa para el desempleo (10%) .

México es parte aguas para el desarrollo, ya que las bien destacadas características de ubicación geográfica, recursos naturales, capital intelectual, etc., sugieren lo anterior, prueba de esto son los siguientes hechos, se incluyen desafíos que se tendrán que aprovechar para subsanarlos y convertirlos a algo más beneficioso para motivar al emprendedor (Universia México, 2014):

No es necesario contar con especialización o educación en áreas específicas para poder crear un negocio propio. La edad, el género, la experiencia que dictan como debe de ser un emprendedor, van desapareciendo como paradigmas.

El país promueve la cultura de emprendimiento, las ciudades metropolitanas como Monterrey, Guadalajara y Cd. de México destacan especialmente en este interés. Las universidades, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, entidades de todo tipo también integran a su objetivo crear, buscar y promover los medios para impulsar que haya más emprendedores.

El proceso en la utilización de los fondos para emprendedores es muy tardado, por lo que muchas personas prefieren buscar incluso en otros países, por otro lado, la disponibilidad de créditos por parte de instituciones privadas es buena, fluye un poco más. Algunos de los procesos o procedimientos en el tema de registro para cumplir con los requerimientos legales como el alta ante IMSS resultan un poco complicados, a pesar de la mejora que se ha logrado (TMF GROUP, 2017).

La conexión de servicios como electricidad, agua y drenaje, puede resultar muy tardado, lo que desmotiva a quienes quieren establecer un nuevo negocio y debe de trabajar en la estructura, el mobiliario necesario para funcionar. El registro de una propiedad no es muy ágil, requiere de la inversión de más tiempo, al igual que el pago de impuestos, que demanda de tiempo es de hasta 337hrs por año.

El desafío en realidad está en saber actuar frente a lo positivo y lo negativo para aprovechar cada elemento que se puede tornar en una oportunidad y reforzar estrategias frente a lo que mayormente en apariencia limita el desarrollo de un negocio, es parte del aprendizaje del emprendedor.

La cultura desafío para extranjeros

Parte de los desafíos que los extranjeros deben de atender en México, se derivan de temas culturales y formalidades que es recomendable atender para establecer buenas relaciones, interactuar con un mexicano tiene muchas implicaciones como:

- 1) Normalmente habrá un alto grado de demostraciones afectivas, guiadas por las emociones.
- 2) Hay un alto apego a la familia y a la comunidad.
- 3) Las tradiciones y creencias religiosas son básicas y raíz de la identidad de la mayoría de los mexicanos.

Lo anterior trasladado al área de los negocios nos deja con lo siguiente:

- a) La relación se dará con el tiempo, ya primero debe de conocer a la persona antes de entablar el trato más directo, por lo que es recomendable no perder el contacto con los socios de negocios.
- b) Las jerarquías, títulos profesionales y el estatus, son importantes.
- c) El contacto físico y la cordialidad en los saludos es más abierta y personal que en otros países.
- d) El correo es uno de los medios más utilizados para comunicarse, aunque es difícil que se cierre un negocio por esta vía, buscan el contacto visual al momento de cerrar un contrato. Se aprecia el esfuerzo de los extranjeros por comunicarse también en español. El uso de tarjetas está generalizado y es una práctica muy común (Export Enterprises, 2017).

Una vez que se han descrito los desafíos del ser emprendedor y brindar las generalidades de hacerlo en México, un lugar de oportunidades y de interacciones que se derivan de la cultura, desafíos para un extranjero, vamos a entrar al punto en el que se analizará la experiencia de y el éxito que ha significado para él el crear un negocio propio en un país ajeno.

El éxito en un mundo de oportunidades

Una percepción optimista del mundo en general es que es una tierra fértil, llena de oportunidades esperando para ser tomadas, lo que no es seguro es si conducirá al éxito, ya que éste viene de las consecuencias de la toma de decisiones inherentes al proceso para maximizar los resultados, es toda una travesía. Esta es la experiencia de Phillip Jones, recopilada de la investigación realizada en su negocio y de entrevista abierta en donde compartió lo que lo llevó al posicionamiento que hoy en día ocupa en la comunidad de Querétaro, México:

Originario de Australia en donde estudió comercio, que incluía finanzas, contabilidad, sistemas, economía y administración gerencial, entre otras áreas de estudio. Phillip trabajaba en KPMG, una gran empresa especialista en asesoría y consultoría, en manejo de riesgo y áreas de estrategia, debido al deseo ferviente de tomar un tiempo después de la universidad para viajar a otros lugares, después de conocer a México a través de relatos de nativos del mismo país, nació en él, el deseo de visitarlo en el año 2006, esta primera visita fue por cinco semanas, en las que estuvo interactuando como empleado en una cafetería. En 2008 regresó movido fuertemente por sus creencias con el convencimiento de que tenía un lugar en este país, en 2010 emprendió un negocio de una cafetería, Renovarte Café, buscando que fuera sustentable, que brindara la oportunidad para formar relaciones, ayudar a la comunidad, conectar con las personas y conjugar un plan de negocios sino que comulgara con el tema de las creencias que son las que siempre lo mueven a hacer o no hacer. Bajo este tema humanista y habiendo formado una familia, enfrentó todas las cuestiones a las que se atiene cualquier negocio, desde la infraestructura hasta ir refinando el ofrecimiento de servicio y los productos, reconoce que el fin no es como ser millonario, pero sí tener una empresa en la que se pueda capacitar a jóvenes, no solamente en cosas espirituales sino en cosas prácticas de cómo administrar, tener formalidades y las tareas que se derivan de la actividad diaria.

El crecimiento es un desafío para lograr la diferencia que se ha propuesto, esto se refleja por ejemplo en el tema del salario de los empleados, íntimamente relacionado con la rentabilidad, a su vez ésta está íntimamente ligada a la demanda del café, que es menor cuando la quincena está finalizando, lo cual coloca al producto como un lujo, más que una necesidad.

La manera de atraer clientes además del concepto, es través del trato diferente, para formar relaciones más allá, no sólo como consumidores, sino de amistad, lo cual también lleva a generar mayor fidelidad. Como extranjero, como australiano intenta entrar en la cultura, al contexto que le rodea, para con ello minimizar las diferencias marcadas, siendo un reto para los negocios porque por ejemplo en Australia si va a una reunión y se va a llegar tarde, se debe avisar con tiempo, en México se debe buscar cómo enfatizar la importancia de la puntualidad, pero también ser flexible.

En el negocio también ha tenido que ser específico, en cuanto a las tareas, ya que los empleados no están tan acostumbrados al empowerment, incluso unir informalidad con un poco de formalidad, es un desafío, que para la parte administrativa y de registro, se ha cubierto con un sistema. Por otro lado, la competencia existe y es dura, la diferencia es mantener un precio intermedio, sin comprometer el producto, ya que el enfoque es la calidad. Se intenta ser accesible, aunque otro choque cultural o no, es que en cuanto a las compras han existido experiencias en la que se aprovechan del desconocimiento de algo, siendo objeto de una “jugada”.

En su mayoría la experiencia es grata, ya que el país le ha brindado la oportunidad de materializar un sueño que pueda enteramente comulgar con sus creencias, además de sus objetivos personales, a la comunidad le ha provisto no sólo de empleos sino de una opción para consumir, una novedad cuyo atractivo resulta en gran manera no del hecho de que sea un extranjero quien lo maneja, sino de la visión humanista de un negocio que se toma en serio la importancia del cliente y del equipo que lo hace funcionar.

Conclusiones

El establecimiento de un negocio en el país, resulta a menudo un proceso lleno de inconvenientes, pese a ser el sueño de independencia de los mexicanos, no todos lo llevan a cabo, aun cuando año con año han mejorado las condiciones y herramientas, dejando cada vez menos desafíos para establecer una empresa. Si para un nativo resulta muy difícil, llama la atención cómo puede ser para una persona extranjera, en un lugar que le es desconocido y cuyas cuestiones culturales van por delante en cuanto lo que tiene que enfrentar, empezando por con idioma.

La estrategia en su mayor parte se basó en escoger un lugar donde se pudiera tener contacto con clientes abiertos a mayor interacción, en este caso los jóvenes, además de buscarlo a través de un establecimiento que la facilitara, el empresario decidió hacerlo a través del ofrecimiento de un producto como el café y complementos atractivos para el consumidor, sumando además la contratación de personal joven a quien ofrecerle aprendizaje y flexibilidad para trabajar.

No todo fue sucumbir completamente a la integración cultural, sino dejando fuera aquello que en cierta medida representa un vicio y que no comulga con los valores definidos, como lo es el tema de la puntualidad.

La historia de Renovarte Café es un ejemplo en el que se puede comulgar las creencias intrínsecas (el ser) con el hacer, para formar un negocio sustentable cuya inserción en la comunidad ha sido todo un éxito. Si una persona que llegó de una cultura completamente diferente, a un lugar ajeno y lleno de desafíos, ha logrado éxito, desde luego que lo puede hacer un mexicano, que está con mayores ventajas por encontrarse en su lugar de origen, hablar el mismo idioma y conocer a su comunidad.

Referencias

Export Enterprises (2017). México, práctica de negocios. En línea el 9 de abril de 2017 de <https://es.portal.santandertrade.com/establecerse-extranjero/mexico/practica-de-negocio?>

González, A. Carlos (2014) Emprender un negocio vs el empleo estable. El pensamiento sobre el espíritu de Richard Branson. En línea el 9 de abril 2017 de <http://www.negocios1000.com/2014/10/emprender-un-negocio-vs-el-empleo-estable-richard-branson.html>.

Fundación Princesa de Girona (2017). Iniciativa. En línea el 9 de abril de 2017 de <http://www.emprenderesposable.org/iniciativa>

Mateos, Montse (2017). 20 preguntas para perder el miedo a emprender. En línea el 9 de abril de 2017 de <http://www.expansion.com/emprendedores-empleo/emprendedores/2017/02/14/58a34fbe468aeb06168b461a.html>

Megias, Javier (2012). ¿Sobre qué hipótesis has construido el futuro de tu empresa? En línea el 9 de abril de 2017 de <http://javiermegias.com/blog/2012/01/sobre-que-hipotesis-has-construido-el-futuro-de-tu-empresa-lean-startup/>

Meza, Nayeli (2016). México, el segundo país con mayor actitud para emprender. En línea el 9 de abril de 2017 de <https://www.entrepreneur.com/article/272208>

Ordás, Camilo (1998). Características Psicológicas y Proceso: El papel del comportamiento emprendedor en la pyme española. En línea el 9 de abril de 2017 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/187760.pdf>

Ruiz, Jesús (2014). Las 4 claves de psicología del emprendedor. En línea el 9 de abril de 2017 de <http://www.economia3.com/2014/07/15/28158-las-4-claves-de-la-psicologia-del-emprendedor/>

TMF GROUP (2017). Los 10 principales desafíos de hacer negocios en México. En línea el 9 de abril de 2017 de <https://www.tmf-group.com/es-co/news-insights/business-culture/top-challenges-mexico/>

Universia México (2014). Ventajas y desafíos de emprender en México. En línea el 9 de abril de 2017 de <http://noticias.universia.net.mx/empleo/noticia/2014/08/11/1109477/ventajas-desafios-emprender-mexico.html>