

Emprender. La realidad de un pony en tierra de unicornios

“Emprender es lanzarse de un precipicio y construir un avión en el camino hacia abajo.” Con estas pocas palabras, Red Hoffman, cofundador de LinkedIn, grafica de manera poderosa lo que significa para él emprender. Saras Sarasvathy, profesora de Darden Business School, creadora del modelo Effectuation de emprendimiento agregaría que “lo construyes con lo que tienes a mano”: quién soy, a quiénes conozco, qué recursos tengo... Como sea, quienes eligen este camino suelen requerir valentía, ingenio, creatividad, y por sobre todo determinación y, en su mayoría, son personas apasionadas y con convicción por lo que hacen y perseverantes, con una buena dosis de tozudez.

PROTEUS
Expertos en Familias Empresarias, Gobierno Corporativo e Institucional

*Nos inspira contribuir a que las familias sean más felices,
las organizaciones más efectivas y las instituciones más legítimas*



Pía Bartolomé Valenzuela

**Gerente de Proyectos Proteus
Psicóloga
Máster en Comportamiento Consumidor UAI
Coach Estratégico MIP**

He escuchado de otros “valientes” que emprender es, per se, un acto heroico, y aún más en condiciones adversas, como se percibe actualmente. Según el estudio Radar Emprendedor, la mitad de los encuestados considera que la situación económica del país no es propicia para desarrollar nuevos negocios. Con tantos obstáculos en el camino, no sorprende que la intención de emprender haya caído a su menor nivel en más de una década. De acuerdo con otro reporte, pasó de un 53% en 2023 a apenas un 39% en 2024. No obstante, no son pocos los entusiastas, ya que, según cifras del INE, hay más de 2 millones de emprendedores en Chile, lo que equivale a casi el 25% de los ocupados en el país.

El emprendimiento es una actividad en extremo relevante: impulsa la innovación, genera empleo y fortalece la economía. Además, permite que las personas transformen ideas en soluciones con impacto social y ambiental. Sin olvidar todo el aprendizaje personal que implica emprender: desarrollar la creatividad, la capacidad de adaptación y resiliencia, las habilidades de gestión, de solución de problemas y liderazgo, adquirir conocimiento del mercado y de finanzas... y podría seguir. Lo anterior, sin importar el tamaño que logre escalar como negocio, mientras sea rentable.

De la investigación STEP Project, realizada por Timothy Habbershon y su equipo en Babson, se identificó que el (re)emprendimiento es el factor clave que permite que una familia empresaria trascienda generaciones. Por estas y otras razones promovemos esta práctica en las familias con las que trabajamos.

Con gusto observamos cómo se diseñan políticas de emprendimiento exitosas que lo impulsan, ya sea vinculados directamente al negocio principal o desarrollados de manera independiente. Un caso emblemático es el de la conocida familia francesa Mulliez, que apoya con recursos económicos, en la gestión y en el gobierno a quienes deseen emprender; de hecho, Decathlon surge de la idea de uno de sus miembros que quería democratizar el deporte.

Pero hemos descubierto, en nuestra labor, otra realidad no tan positiva, a la que hemos llamado Pony en tierra de Unicornios. Aprovechando la metáfora de R. Hoffman, sería como la nave Spindrift en Tierra de Gigantes. Vemos progenitores/fundadores que anhelan que sus hijos/as emprendan; especialmente cuando no hay cabida como ejecutivos en el grupo empresarial y requieren adquirir habilidades y competencias necesarias para ser -como mínimo- socios activos responsables.

Sin embargo, al momento de evaluar dicho emprendimiento pony (que les ha costado sangre, sudor y lágrimas) tienen el desatino inconsciente de compararlo con el unicornio en el que se transformó lo que algún día fue un negocio incipiente para él o algún ancestro. Esto que no solo les sucede a los descendientes, sino a los hermanos y cónyuges del grupo familiar, es percibido como un desprecio, que termina siendo un gran desmotivador.

Hemos escuchado decir a cónyuges: “lo que tú facturas en el año es un tercio de lo que yo manejo mensualmente”; a hijos/as: “si tu negocio te permite ese sueldo, mejor dedícate a otra cosa”; a hermanos/as: “nuestro padre tuvo que inyectarle recursos a tu negocio más de una vez”; y a nosotros: “las utilidades que generan son absurdas en comparación con el patrimonio que tenemos”. Todo lo anterior, con cierto desdén y en tono de crítica.

Si bien puede ser cierto que “es poco”, lo es sólo en comparación. Por eso, mejor que descalificar, es reconocer el valor de cada iniciativa: el aprendizaje que genera, las competencias que desarrolla y el impacto positivo que tiene. Emprender no siempre será construir un unicornio, pero siempre será construir y mucho más allá de un negocio

María Pía Bartolomé

Gerente de Proyectos de Proteus