

Los grandes empresarios de la microempresa

Hace unos meses me presentaron a Christian. Llegó a la oficina manejando un auto grande y nuevo; vestía camisa y saco, sin corbata. Al saludarlo, compruebo que su éxito no ha logrado eliminar su timidez. Hubo que convencerlo para que contara su historia a la prensa. Y costó trabajo. Pero supongo que, de alguna manera, sintió que estaba en deuda con Jack Ma pues, según sus propias palabras, Alibaba.com “le cambió la vida”.

Christian, como muchos otros muchachos de su edad (debe tener algo más de 20 años), pasa el día conectado a la computadora. Hace tres años lo hacía desde una cabina pública, a la que iba para jugar juegos de vídeo. Hoy lo hace desde una oficina en la que trabaja exportando artesanías a todas partes del mundo, y por montos bastante interesantes.

Confieso que hasta hace relativamente poco, consideraba que el término “microempresa” era una suerte de eufemismo. “Microempresario” era una forma políticamente correcta de llamar a aquellos desempleados a quienes no les quedaba más remedio que realizar alguna actividad económica y que, en cualquier país desarrollado, simplemente hubieran estado cobrando un seguro de desempleo. En el Perú, sin ruborizarnos, los llamábamos empresarios.

Hace algunas semanas, participé en un seminario en el Cusco. Curiosa, quise aplicar una pequeña encuesta: “Si usted pudiera elegir, ¿cuál de estas opciones tomaría? a) Trabajar para una gran empresa; b) Trabajar para el Estado; c) Tener mi propia empresa”. Para mi sorpresa (yo pensaba que la preferencia por la seguridad de un empleo en una empresa grande sería una oferta tentadora), el resultado fue que solo el 1% quería trabajar para el Estado (supongo que las reducciones de sueldos de Alan García han tenido al menos este efecto positivo que ojalá redunde en un Estado más pequeño y no con los menos empleables). El 4% aspiraba a trabajar para una empresa grande (eso de la estabilidad laboral, AFP, seguridad social y vacaciones parece estar un tanto sobrevaluado) y el 95% aspiraba a tener su propia empresa. ¡Fantástico!

Fantástico porque estoy segura de que, siendo mayoritariamente jóvenes, quienes respondieron a la encuesta no estaban pensando en hacer empresa sobre la base de políticas arancelarias proteccionistas, subsidios del Gobierno o favores políticos. Estaban pensando en creatividad, esfuerzo... y seguramente en internet.

COMEXPERU ha anunciado la suscripción de un acuerdo con el BID y con Alibaba.com para llevar a las PYME a una plataforma de *marketing* electrónico. Hasta ahora, COMEXPERU ha sido identificado con el mundo de la gran empresa. A partir de ahora, esperamos ser identificados también con los grandes empresarios, pero con los grandes empresarios de la micro y pequeña empresa.