

2024-09-23

Emprender a lo grande en México es posible; así lo cuentan grandes emprendedores del país

Autor: Índigo Staff

Género: Nota Informativa

<https://www.reporteindigo.com/indigonomics/emprender-mexico-negocios-grandes-emprendedores/>

Consolidar un negocio a gran escala dentro del país es un desafío que han logrado superar algunos mexicanos, quienes invitan a más personas a empoderarse al aprovechar las oportunidades que se presentan en México de cara al futuro, y lograr lo que ellos pudieron hacer.

El emprendimiento es un motor de la economía nacional, prueba de ello es que entre 2019 y 2023 nacieron 1.7 millones de establecimientos a pesar del Covid-19, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), y algunos han logrado tener un crecimiento exponencial que los ha posicionado como referentes de las industrias a las que pertenecen.

En ese contexto, durante la Feria Internacional de Innovación y Emprendimiento (FIIE) Francisco Cervantes, presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), señaló en entrevista a Reporte Índigo: "Hoy, más que de retos, podemos hablar de oportunidades para emprender en grande, sobre todo por temas como el nearshoring, para que la proveeduría no venga de otro lado. El contenido nacional de México no llega al 28 por ciento, tenemos que elevarlo, ahí está la oportunidad al convertirse en cadenas de suministro".

En el mismo sentido, el presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), José Medina Mora, afirmó a este medio que: "Hay que buscar emprendimiento en grande, recordemos que todas las empresas consolidadas empezaron siendo un pequeño negocio, hay que animarse y poco a poco encontrar los apoyos para crecer y que las personas pasen de ser un emprendedor a ser un empresario, eso es lo que necesita México, por eso la apuesta de Coparmex al emprendimiento e innovación para los próximos años".

Una tarea difícil si se contempla que para poder impulsar una empresa en el país uno de los factores que impacta de manera negativa en su desarrollo es el desconocimiento de asesorías y apoyos financieros, lo que se refleja en que de los emprendimientos que bajan sus cortinas 35 por ciento lo hicieron por falta del conocimiento del mercado, 31.6 por ciento por falta de liquidez, 28 por ciento por problemas con los socios y 27.6 por ciento por una mala administración del negocio, de acuerdo con la "Radiografía del Emprendimiento en México (REM) 2023".

A ello se suma que 63.2 por ciento de las empresas no ha recibido apoyo por parte de ninguna institución, pública o privada, y 56.7 por ciento no conocen de algún programa gubernamental de apoyo empresarial; sin embargo, 16.5 por ciento de las empresas sí han accedido a asesorías, consultorías o mentorías, ámbitos de formación, claves para mejorar la gestión empresarial, se informó en el REM.

No obstante, pese a que ocho de cada 10 empresas suelen fracasar antes de los dos años de operación, existe el otro lado de la moneda, que son los casos de éxito encabezados por emprendedores nacionales.

Emprender a otro nivel dentro del país, desde la perspectiva de quienes lo han logrado

Llevar a cabo emprendimientos y consolidarlos en el mercado nacional es una hazaña que han logrado algunos empresarios, quienes compartieron su experiencia y se pusieron como ejemplo, durante la FIIE, para inspirar y aconsejar a otras personas sobre cómo lograr empoderar sus proyectos.

Uno de casos más destacados es el de Bitso, una plataforma digital de servicios financieros especializada en criptomonedas que, luego de 10 años de experiencia, ha logrado extender sus operaciones por diversos países de la región; cuestión que para consolidarse incluyó al fracaso dentro de su proceso de aprendizaje, destacó Daniel Vogel, CEO y co-fundador de la firma.

"Hicimos un primer emprendimiento, pero tuvimos que cerrar y no pasó nada, hubieron muchísimos aprendizajes de esa experiencia (...) Era demasiado temprano el momento del Bitcoin, nadie lo conocía, cuando buscabas en Internet salían cosas extrañas de ¿por qué funciona?, ¿por qué no?, que si era una estafa, y me di cuenta que para poder convencer a más gente hiciera transacciones teníamos que permitir que se pudiera convertir bitcoins a pesos y viceversa. Aunque fue frustrante empezar este negocio, comencé a echarle muchísimas ganas", relató Vogel.

Además, puntualizó que siempre habrá miedos, porque existen los "fracasos", que al final son parte del proceso, pero que se deben de vencer y ese es el primer paso para emprender en grande; por lo que encontrar algo que realmente apasiona, rodearse de gente que realmente sume a la causa y construir esa perseverancia necesaria para derrotar cualquier obstáculo son aspectos fundamentales a la hora emprender, precisó.

Por su parte, Marlene Garayzar, Co-fundadora de la fintech mexicana Stori, resaltó que la idea de lograr una mayor inclusión financiera en el país con herramientas modernas y a través de tarjetas de crédito accesibles y fáciles de usar mediante dispositivos móviles ha colocado a su emprendimiento en la lista de "unicornios" mejor cotizados en el mercado nacional.

"Decidí salirme de mi zona de confort, básicamente tenía una carrera en una financiera extranjera muy buena con proyección, pero quería una nueva aventura. Todo comenzó en 2020 con una simple observación en el sistema financiero tradicional que desde sus inicios se ha enfocado en servir solo a unos segmentos de la población. Renuncié a mi empleo para crear una fintech y con quién asociarse, vinieron retos como de dónde sacar el dinero, pero hay mucha literatura y videos que ayudan a ello o fondos de inversión, también costó mucho trabajo innovar, pero ello se logra con educación", compartió Garayzar.

También invitó a más mexicanos a atreverse a emprender y pensar en grande, justamente viendo las necesidades de las personas y teniendo una visión de un proyecto que impacte a un público amplio, "lo importante no es la idea, es lo importante es cómo ejecutarla el resolver esa idea o en materializarla (...) cómo quisieran resolver problemas, porque si al final las personas no se piensa en el producto es valioso, entonces no va a funcionar, hay entonces validar con las personas si el producto les aporta valor o no", concluyó.

Síguenos en Google News para estar al día