

ANÁLISIS TEÓRICO DE LOS MITOS FINANCIEROS DEL EMPRENDIMIENTO

**THEORETICAL ANALYSIS OF THE FINANCIAL MYTHS OF
ENTREPRENEURSHIP**

ANÁLISE TEÓRICA DOS MITOS FINANCEIROS DO EMPREENDEDORISMO

SOCORRO MÁRQUEZ_Félix Oscar, SANTA ÁLVAREZ_Gloria Liliana

Doctor en ciencias administrativas. Investigador invitado de la Universidad Complutense de Madrid. Email institucional: fsocorro@ucm.es / Email personal: felix.socorro@gmail.com, España.

Magister en Ciencias Económicas. Docente tiempo completo de la Universidad de La Salle. Email: gsanta@unisalle.edu.co. Colombia.

Recibido: 13 de Junio de 2019

Aprobado: 20 de diciembre de 2019

DOI: <https://doi.org/10.22267/rtend.192002.120>

RESUMEN

Luego de revisar literatura relacionada, fue posible documentar cinco mitos financieros asociados con el emprendimiento, esto se hizo tomando en cuenta la postura de varios autores expertos en estos temas y otras fuentes de información disponibles, lo que permitió, bajo una visión académica y crítica, aportar un contenido de interés para quienes desean hacer uso de esta herramienta y consideran que poseen debilidades conceptuales o carecen de información vital para garantizar la salud financiera de su emprendimiento.

Palabras Clave: emprendimiento, mitos, finanzas, emprendedores, apalancamiento.

JEL: L20, L21, L26, L84, M13

ABSTRACT

After reviewing related literature, it was possible to document five financial myths associated with entrepreneurship, this was done taking into account the position of several expert authors on these issues and other available sources of information, which allowed, under an academic and critical vision, provide content of interest for those who wish to use this tool and also consider that they have conceptual weaknesses or lack vital information to guarantee the financial health of their enterprise.

Keywords: entrepreneurship, myths, finances, entrepreneurs, leverage.

JEL: L20, L21, L26, L84, M13

RESUMO

Depois de revisar a literatura relacionada, foi possível documentar cinco mitos financeiros associados ao empreendedorismo, o que foi feito levando em consideração a posição de vários autores especialistas sobre essas questões e outras fontes de informação disponíveis, o que permitiu, sob uma visão acadêmica e crítica, fornece conteúdo de interesse para aqueles que desejam usar essa ferramenta e considerar que eles têm fraquezas conceituais ou falta de informações vitais para garantir a saúde financeira de sua empresa.

Palavras - Chave: empreendedorismo, mitos, finanças, empresário, alavancar.

JEL: L20, L21, L26, L84, M13

I. INTRODUCCIÓN

Si bien es cierto que emprender, de acuerdo a Jaramillo (s.f.), se entiende como “la aptitud y actitud de la persona que le permite emprender nuevos retos” (p.1), en lo que respecta a la parte financiera y económica existen mitos que toda persona que haya iniciado un emprendimiento, o desee hacerlo, debe conocer, no sólo por la presión estratégica que ellos representan sino por el impacto que ejercen en las expectativas del nuevo empresario y los efectos que pueden tener en el manejo financiero del negocio.

Al revisar literatura relacionada con el emprendimiento es posible encontrar contenidos que muestran resultados ideales en las perspectivas financieras y económicas que, de manera ilusoria, alientan la inversión y la toma de riesgos como partes naturales del negocio, lo que podría estar relacionado con la desaparición de algunos emprendimientos pocos años después de iniciarse.

Afirma Ladagga (2016) que:

Las estadísticas son contundentes y son prácticamente iguales en todo el mundo, aproximadamente el 75% de las Pymes (Pequeñas Empresas) que se emprenden cada año no llegan a los primeros dos años de vida y del 20% restante, solo un pequeño porcentaje llega al quinto año y aún un menor porcentaje llega a los 10 años.

Apoyado en autores reconocidos sobre estos temas y otras fuentes de información disponibles, fue posible identificar y extraer los elementos que facilitaron describir, documentar y analizar cinco de los mitos financieros que se asocian al emprendimiento, aun cuando de manera directa no haya sido el enfoque de sus estudios y propuestas bajo una visión académica y crítica, aportando con ello información de interés para quienes desean hacer uso de esta herramienta.

La idea es generar, con este contenido, reflexiones sobre la visión práctica de la realidad financiera del emprendimiento, en especial en aquellos estudiantes e individuos que, desde su visión de negocios, ven en el emprendimiento una oportunidad para satisfacer sus expectativas de desarrollo y crecimiento económico.

A la luz de lo antes mencionado, surgieron preguntas como ¿cuáles son los mitos financieros del emprendimiento? ¿qué debemos hacer una vez que conocemos los mitos? ¿cuál debe ser nuestra postura frente a ellos?

Esta investigación pretende dar respuesta a esas preguntas, con la finalidad de orientar el emprendimiento de manera objetiva y soportada en el conocimiento práctico y teórico reciente.

El contenido aquí plasmado no persigue anular, corregir, contradecir ni menospreciar la visión de otros autores sobre los conceptos, definiciones o ideas propuestas y desarrolladas en sus obras, ya que se limita a comentar, señalar y argumentar, con base en la experiencia empírica y el contraste documental de esos aspectos que, desde la perspectiva de los autores, representan los mitos financieros encontrados en el emprendimiento.

La metodología utilizada ha sido cualitativa, con énfasis en la investigación documental. Los datos recopilados provienen de libros, artículos, videos, revistas, publicaciones periódicas y otras fuentes que, a juicio del investigador, ofrecen el contenido que se desea contrastar, relacionar o vincular al propósito de la investigación.

Es importante destacar que los mitos que aquí se exponen surgen de los comentarios, consultas, dudas y/o inquietudes presentadas a uno de los investigadores durante su gestión como consultor de emprendimiento, durante su ejercicio profesional independiente y/o como docente, en los últimos 10 años, en más de 30 seminarios y talleres dictados a lo largo de ese tiempo, donde conoció y listó, de parte de los asistentes, la recurrencia de esos mitos durante el desarrollo del emprendimiento que llevaban a cabo, especialmente en el aspecto financiero, ya fuesen comentados, de manera directa o indirecta, por algunos de sus socios o colaboradores, o que ellos mismos los hubiesen pensado y asumido como ciertos.

II. BASES Y CONCEPTOS

EMPRENDIMIENTO

Se considera que el emprendimiento no es un concepto plano ni lineal y, por lo tanto, como una apreciación del investigador, debe ser interpretado, observado y estudiado comprendiendo su significado desde diferentes ángulos, ya sea desde lo laboral, lo cultural, lo académico, lo económico y lo social.

En este sentido, a juicio de los investigadores, el emprendimiento no es otra cosa que el acto de iniciar un negocio o poner en marcha una idea con o sin fines de lucro, con un grado de riesgo bajo, moderado o alto, según sus características y que puede o no estar respaldado por inversionistas.

El emprendimiento es, entonces, una herramienta que permite la creación de una empresa, ya sea de manera unipersonal o en compañía de varios promotores.

MITOS

En este artículo se documentan de cinco mitos relacionados, de manera directa e indirecta, con el área financiera, en lo que respecta a los emprendedores o bien al emprendimiento como actividad comercial, para ello, se definirá, en principio, qué entienden los autores por mito.

La Real Academia Española (RAE), define «mito» como una “historia ficticia o personaje literario o artístico que encarna algún aspecto universal de la condición humana” o bien como una “persona o cosa a la que se atribuyen cualidades o excelencias que no tiene.”¹

Ahora bien, de acuerdo a López Austin 1998, citado por Campos (2004)

El mito es un relato (mito-narración) pero también se le concibe como un complejo de creencias (mitocreencia), como una forma de captar y expresar un tipo específico de realidad, como un sistema lógico o como una forma de discurso. Cuando se refiere al mito como relato, su forma predominante es la del texto oral y anónimo (Campos, 2004, p.5).

Por su parte Mundaca (s.f) explica que “el mito no es concebido como una entidad que sirve para explicar el contexto social en que están inmersos; sirve para identificar de alguna manera cómo piensan las sociedades que elaboran los mitos” (p.34).

Por lo tanto, con base en lo anterior, puede decirse que el mito no es más que una creencia, relato o narración que representa una realidad con atribuciones o cualidades que no posee, que ayuda a entender la manera en que las personas interactúan en la sociedad, o bien, piensan, por lo que,

¹ Véase <https://dle.rae.es/?id=PQM1Wus|PQMf1C3>

haciendo un análisis lineal, puede pensarse que dichos mitos afectan la manera en que se toman las decisiones, de acuerdo al contexto social.

ASPECTOS FINANCIEROS

En lo que a materia de aspectos financieros se refiere, Ulloa (2015), explica que todo emprendedor debe conocer las razones de liquidez, actividad, endeudamiento y rentabilidad, todo lo anterior con la finalidad de “hacer proyecciones del flujo de caja que tendrá la empresa para estar preparado y ver si habrá o no problemas de liquidez” (p.5).

Adicionalmente a ello, Huerta (2015) señala que:

El emprendedor está obligado a hacer un análisis de la idea. Después estudiará y analizará (...) los riesgos y la financiación, entre otros, para concluir con una decisión: afrontar la empresa y asumir los riesgos que comporta o, por el contrario, olvidarse del proyecto. (Huerta, 2015, p.6).

Escribano, citado por Huerta (2015) afirma, con relación al análisis y conocimiento de la realidad financiera de la empresa; que hay “dos aspectos fundamentales: por una parte, muestra la posición económica y financiera y, por otra, la base o materia prima útil para tomar decisiones” (p.17).

Por lo que puede decirse que un emprendedor no debe estar ajeno a los aspectos financieros que rodean y hacen posible su negocio, así como de las normativas, leyes y otros elementos asociados que, de manera directa o indirecta, pueden afectarlo, ya sea de manera negativa o positiva.

Por lo tanto, a la luz de estos tres elementos, es posible entonces hacer un análisis teórico de los mitos financieros asociados al emprendimiento.

III. MITOS FINANCIEROS Y ECONÓMICOS DEL EMPRENDIMIENTO

EL MITO DEL ACCESO AL APALANCAMIENTO CON EL SECTOR BANCARIO

Al hablar de emprendimiento, en el caso colombiano, es común destacar las opciones de financiamiento que poseen tales iniciativas, desde concursos como los de INNPulsa Colombia² y MinCIT³, o bien las propuestas de bancos como Mundo Mujer⁴ y Bancolombia⁵.

No obstante, en un artículo publicado por el diario El Espectador (2018) se afirmó que: “según una reciente investigación del Instituto Global McKinsey, en el mundo hay 200 millones de pequeñas y medianas empresas que no tienen acceso a servicios de crédito” (p.1), constituyéndose este aspecto en una de las causas de mortalidad de estos emprendimientos.

En el caso de Colombia, podría pensarse que una de las razones que justifican la falta de acceso a los servicios de créditos, en el caso de los emprendedores, es que no cumplen con los requerimientos formales necesarios para que se les otorgue créditos por parte de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC). Lo anterior se sustenta en los casos atendidos por los autores al respecto, lo que podría ser, entonces, similar en otros países.

Al respecto Chamorro y Madroñero (2010), comentan:

(...) los requisitos más comunes que una institución financiera solicita para otorgar un microcrédito son: (claro está, los requisitos pueden variar de una institución a otra, dependiendo del grado de riesgo y nivel de confianza de los clientes).

- Factura de compra del mes anterior.
- Estados financieros soportados.
- Certificado de Cámara de Comercio actualizado.
- Certificado de libertad y tradición (si es por primera vez un codeudor).
- Copia de cédula de ciudadanía (buen data crédito) y, si acude por primera vez a una entidad, para acceder a un microcrédito, el tiempo de demora en lo referente a la

² Véase <https://www.innpulsacolombia.com/>

³ Véase http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones/17112/eventos_y_concursos

⁴ Véase: <https://www.bmm.com.co/credito-peque%C3%B1a-empresa.html>

⁵ Véase: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/necesidades/empiece-un-negocio/emprendedores-micropyme>

respuesta de solicitud del crédito se puede tardar en promedio (dependiendo del cliente) hasta siete (7) días. (Chamorro y Madroñero, 2010, p.62).

En lo expuesto por Chamorro y Madroñero (2010), puede observarse un primer punto de inflexión, pues, al tratarse de emprendedores, contar con estados financieros, sin haber iniciado el negocio, es completamente imposible y, en buena parte de los casos, los emprendedores requieren de capital para comenzar la operación.

En este caso, el mito está asociado a la existencia de diversas fuentes de financiamiento, las cuales se presentan al emprendedor como una opción para poner en marcha su negocio, en el caso de que no haya ganado un concurso que le facilite el acceso al dinero que necesita.

Pero la situación es otra, los requisitos exigidos por las empresas financiadoras terminan por impedir el acceso al crédito ya que no se ajustan a la realidad del emprendimiento, en otras palabras, el acceso está ahí, pero no se puede hacer uso de él salvo que el negocio esté en marcha y pueda demostrar que cuenta con la facturación, liquidez y rentabilidad adecuada para garantizar que honrará el crédito otorgado.

Lo anterior representa un tipo de dilema, el emprendedor necesita demostrar que su negocio es rentable para acceder al dinero, pero, a la vez, necesita dinero para iniciar un negocio que sea lo suficientemente rentable para acceder a créditos. Una cosa no ocurre sin que exista la otra.

Ante la necesidad de acceder al dinero, los emprendedores recurren a fuentes alternativas, lo que conduce al próximo mito.

EL MITO DEL FINANCIAMIENTO (COSTOS PORCENTUALES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS)

No es un secreto, el emprendedor requerir dinero para iniciar su negocio y si no puede acceder a las opciones que se encuentran en la banca u otras entidades, debe recurrir a fuentes alternativas que no necesariamente están destinadas a emprendimientos u ofrecidas por instituciones formales.

Cuando el acceso al dinero se da a través de fuentes no orientadas o pensadas para emprendedores, las tasas de interés suelen ser más altas de lo esperado, al respecto Chacón, Arroyo y Villalba (2007) afirman:

Con respecto a los costos de las deudas adquiridas a través de préstamos de corto o largo plazo, en Bucaramanga y en Colombia, este tipo de financiación tiene tasas elevadas respecto a los demás países de Latinoamérica, además de la imposibilidad de las empresas de ingresar a mercados con fuentes de financiación a unas tasas más justas como las que puede ofrecer el mercado de capitales. (Chacón, Arroyo y Villalba, 2007, p.12).

No obstante, la banca o las instituciones oficiales de financiamiento no siempre son una opción para los emprendedores, como ya se dijo, algunos de ellos llegan a recurrir a personas u organizaciones que prestan dinero al margen de la legalidad, o bien, desde una perspectiva de negocio a través de préstamos persona-persona.

En lo que corresponde al punto anterior, Chacón, Arroyo y Villalba (2007) explican que “actualmente existen pymes [y emprendedores] que recurren a fuentes diferentes a las bancarias, debido a su imposibilidad de llegar a acuerdos de pago, afrontándose el problema del costo elevado que éstas representan” (p.12); por lo anterior puede entenderse que, el costo del financiamiento de deudas con el sector bancario para Colombia es costoso, pero más aún lo es el sector informal que ofrece préstamos.

Germán Montoya, citado por González (2017) explicó que la tasa de usura, como límite a la tasa de interés, es un obstáculo del proceso de inclusión y profundización financiera en la medida en que “limita la libre competencia en la formación de precios, restringe la oferta de crédito y termina obligando a las entidades financieras a canalizar la mayor parte de los créditos hacia sectores con menores niveles de riesgo” (p.1), lo que, al final, “termina excluyendo del acceso del crédito a la población informal y de bajos recursos” (p.1).

En el caso de Colombia, esta situación se puede observar mediante el análisis de las tasas fijadas por la Superintendencia financiera en Resolución No. 111 para febrero de 2019 del Interés bancario corriente efectivo anual para la modalidad de crédito de consumo y ordinario es del

19.70% EA, en contraste con la tasa de Microcrédito del 36,65% EA y consumo de bajo monto del 34,25% EA. Esta diferencia se aprecia también en los intereses remuneratorio y moratorio que para el crédito de consumo y ordinario es del 29.55% EA y para estos últimos es del 54,98% EA, hasta marzo y 51,38% EA, hasta septiembre del 2019, respectivamente.

En razón a lo anterior, las tasas que fija el gobierno para los emprendedores son altas y, al parecer, no contribuyen a cumplir el objetivo de “la promoción de la democratización del crédito (...) con el fin de promover la inclusión financiera” (p.1), como lo expone el Artículo 2.1.16.1.1 del Decreto 2654 del 2014.

Como ya se comentó, algunos emprendedores, por carecer de los soportes, condiciones y/o riesgos ideales, se ven obligados a asumir préstamos con tasas de interés elevadas para acceder al financiamiento de su operación, ante la necesidad de dinero, acudiendo a prestamistas, más conocidos como «gota a gota»⁶, y no al sistema financiero convencional, ya sea por la urgencia de efectivo o el no cumplimiento de los requisitos exigidos por la banca, asumiendo unas tasas que alcanzan “cerca de 15% mes vencido o 435% E.A”, como puede leerse en el artículo de González (2017) “Tasas de ‘gota a gota’ están hasta 15 veces por encima de la usura” (p.2).

Si un emprendedor solicita un crédito, el banco le va a pedir un respaldo adicional, éste puede ser un codeudor o una hipoteca, pero no todos los emprendedores tienen estas garantías.

María Clara Builes, citada por la Revista Acción (s.f.), explica, que “esta entidad pública fue creada hace más de 30 años para atender a las pymes, dándoles garantías para que accedieran a créditos” (p.2), pero no aclara si estuvo o está orientada al emprendimiento.

Ahora bien, en teoría, si el emprendedor no cuenta con las garantías exigidas por la entidad financiera, el Fondo Nacional de Garantías (FNG) puede darle el respaldo para que el crédito pueda ser aprobado. Esta garantía debe ser pagada por el emprendedor año anticipado y el FNG debe cobrar una tarifa equivalente al 3.8% de la porción garantizada. Este porcentaje cobrado es independiente de la tasa de interés que cobra el banco, lo que hace costoso el financiamiento.

⁶ Un “gota a gota” es un crédito rápido e informal que ofrecen las personas que necesitan un monto de dinero urgente y quienes acuden a él suelen hacerlo porque no pueden acceder a un crédito bancario. Según Cuervo, K. (s.f.), véase: <https://www.finanzaspersonales.co/credito/articulo/como-salir-del-gota-a-gota/60588>

Por lo tanto, el ingreso al financiamiento no es algo sin complicaciones, o a lo que todos pueden acceder, como suele plantearse en algunos casos, en especial cuando se hace más énfasis en el desarrollo de la idea de negocio que en el negocio en sí, lo que pone en evidencia el mito del financiamiento.

EL MITO DEL PLAZO DE LA COMPRA-VENTA (cuando comprar y vender tienen diferentes plazos)

Este mito está presente, en especial, dentro del imaginario del emprendedor, cuando piensa que vender es la esencia del negocio, sin importar los tiempos que ello requiera, sin contemplar los que exigen las compras o reposiciones de mercancías o bienes asociados a lo que ofrece.

Según, De Gamboa (2003), “en el corto plazo, los riesgos están asociados con la capacidad de pago de las empresas; por eso se les conoce como riesgo de liquidez” (p.13).

Cuando el emprendedor no tiene claro qué plazo de pago debe dar a su cliente al momento de vender sus productos o servicios a crédito, puede estar colocando a su negocio en alto riesgo de incumplimiento de sus obligaciones, especialmente asociado a los gastos y pasivos operacionales o pasivos financieros.

A juicio de los autores, es importante que, a la hora de establecer plazos de apalancamiento a los clientes, se debe tener claro el plazo que les han otorgado sus proveedores, lo anterior para que los egresos e ingresos de caja (futuros) estén ajustados con relativa sincronización, al igual que todos los compromisos contractuales que exigen erogaciones periódicas y pueden ser consideradas obligaciones de la empresa. De no ser así, los emprendedores enfrentarían problemas de liquidez que incrementarían sus costos financieros al tener que incurrir en pagos de intereses o penalizaciones tanto a sus proveedores como al sector financiero, en el caso de tener deudas con él, disminuyendo con esto sus niveles de rentabilidad o, posiblemente, incurrir en pérdidas.

Otro elemento asociado a este mito comprende la percepción del mercado en cuanto al plazo.

De Gamboa (2003) afirma que “(...) cuanto a problemas de liquidez se refiere, el entendimiento contable de que el corto plazo es hasta un año no consulta⁷ con la realidad de mercado. Es evidente que, para efectos del manejo de la liquidez, un año es un plazo exageradamente largo” (p.13).

Con base en la experiencia financiera de los autores, se sabe que cuando se hacen análisis de liquidez de los negocios se establece la relación que tiene el Activo Corriente y el Pasivo Corriente del Balance General para establecer, por medio de la Razón Corriente si el negocio cuenta con la liquidez suficiente para pagar sus obligaciones de corto plazo a tiempo.

Si la razón corriente es superior a 1 significa que la empresa tiene suficiente liquidez para atender sus pasivos de corto plazo a tiempo. Este estado financiero de Balance General normalmente está elaborado para un año y este indicador supone que en este término todos los activos corrientes se van a volver efectivo y que con este se van a cubrir los pasivos corrientes, no se tiene en cuenta en ellas la velocidad de conversión de los activos en efectivo, ni la velocidad de exigencia de pago de los pasivos en efectivo. Lo que hace poco confiable el resultado de este indicador financiero.

Socorro (2017) explica que, en el caso de los micro-empresarios [emprendedores] el largo plazo “no puede ni debe superar un año” (p.56), lo que complementa, al referirse al corto plazo, como un lapso que “no sería más de un trimestre” (Idem), en lo que respecta no sólo a la planificación estratégica sino a los elementos asociados a los cobros e incluso pagos que la empresa debe realizar.

Lo anterior coincide con la reciente propuesta de ley, en el caso de Colombia, que exige el pago a los proveedores en un plazo no mayor de 60 días, tal y como lo reseñó el diario Portafolio (2019) donde puede leerse bajo el título “un proyecto de ley busca que dichos pagos sean rápidos con el fin de darles un respiro a los pequeños y medianos proveedores” (p.1).

Lo anterior expone un mito que pone en riesgo la salud financiera de la empresa, pues no se trata de vender sin considerar el tiempo que tomará acceder al pago correspondiente por la venta, el cual, si excede los límites de financiamiento interno de la micro o pequeña empresa, ya sea en un

⁷ A juicio de los autores, la palabra correcta debe ser «concuera»

trimestre, como lo explica Socorro (2017) o de 60 días como lo plantea la propuesta de ley antes mencionada, se corre el riesgo de entrar en *default* y por ende incumplir con las obligaciones que se posean.

EL MITO DE GANAR POR VOLUMEN (ignorar los gastos de operación y costos de producción)

Los autores consideran que es importante, antes de explicar este mito, explicar primero la diferencia entre costo y gasto.

De acuerdo al Decreto Reglamentario 2649 de 1993, en el caso de Colombia, específicamente en el artículo 39 se explica que los costos “representan erogaciones y cargos asociados clara y directamente con la adquisición o la producción de los bienes o la prestación de los servicios, de los cuales un ente económico obtuvo sus ingresos” (p.7)

En el mismo decreto, pero en el artículo 40, se puede leer que los gastos deben ser entendidos como:

(...) los flujos de salida de recursos, en forma de disminuciones del activo o incrementos del pasivo o una combinación de ambos, que generan disminuciones del patrimonio, incurridos en las actividades de administración, comercialización, investigación y financiación, realizadas durante un período, que no provienen de los retiros de capital o de utilidades o excedentes (Decreto Reglamentario 2649, 1993, p.7).

Por lo que puede decirse que los costos están asociados con la producción de un bien o la oferta de un servicio, mientras que los gastos tienen que ver con todo aquello que está relacionado con la operación y representan una erogación por ese concepto.

Una vez comprendido estos conceptos, se puede hablar del mito al que corresponde este apartado.

A juicio de los autores, los emprendedores enfrentan dos retos fundamentales a la hora de intentar ingresar a los mercados, el primero corresponde a diferenciarse por calidad y el segundo a diferenciarse por precios, aunque no necesariamente en ese mismo orden.

Es entendido por los autores, que vender o ganar por volumen está más asociado a grandes empresas, con amplios almacenes y lotes de mercancía, que a emprendedores iniciando un negocio, no obstante, el mito gira entorno a la creencia de poder incursionar en un mercado y competir ganando por volumen.

También afirman los autores, que, al momento de diferenciarse por precios, el emprendedor da cabida al mito de ganar por volumen de ventas, como si escuchar sonar la caja registradora fuese lo único que importara.

Pero una cosa es el volumen de venta y otra, muy diferentes, es ganar por volumen. Explica Stefan (s.f) que:

El volumen de tus ventas es la cantidad total de bienes, productos o ideas vendidas dentro de un marco temporal dado, usualmente 12 meses. Dicha cantidad suele ser expresada en términos monetarios, pero también podría figurar en total de unidades de inventario o productos vendidos. Por ejemplo, si tienes unas ventas anuales totales de \$20.000, dividirías eso entre 12 para calcular el volumen de ventas mensual, que sería \$1.666,66; \$20.000 dividido entre 52 te da \$384,62, como volumen por semana y dicha cantidad dividida entre 7 te da un volumen de \$54,95 por día. (Stefan, s.f, p.1).

Lo anterior permite conocer cuál ha sido el volumen de las ventas diarias, lo que es importante cuando se logra comparar con el volumen de gastos y costos diarios, si lo que se percibe es mayor a lo que se eroga, el negocio, por ende, va por buen camino, pero si está en punto de equilibrio o por debajo de lo que se requiere para mantener la operación se hace necesario implementar estrategias de ventas que impulsen el consumo de los productos y/o servicios que se ofrecen para alcanzar un nivel de rentabilidad adecuado.

Una de las estrategias que se utiliza es la que se conoce como “ganancia por volumen” y que consiste, de acuerdo a la experiencia de los autores, en vender muy cercano al costo de producción o, en algunos casos desesperados, ofrecerlos a precio de costo.

Cuando se escoge vender barato, o bien, a un precio muy cercano al costo, se necesita vender mucho para poder obtener ganancias.

Explica Kerfant (2018) que “una parte importante de los nuevos emprendedores piensan que tienen que apretar mucho sus precios, al menos al principio, para hacerse un hueco en el mercado y conquistar cliente” (p.1), para luego agregar:

Sin embargo, para conseguir la rentabilidad deseada con un precio bajo, es necesario hacer un gran volumen de venta (y apretar los gastos). Esto los futuros empresarios lo tienen claro, pero a menudo pecan de optimistas en la elaboración de sus estimaciones de facturación. Razonan al revés: dicen “Si vendo a 5€ necesitaré vender 1.000 al mes. Bueno, parece un poco ambicioso, pero creo que lo podemos conseguir”. (Kerfant, 2018, p.2).

Si bien es cierto que tal esperanza puede materializarse, no es menos cierto que la venta por volumen exige reducir costos, como lo explica Kerfant (2018) y controlar gastos.

El problema es que no siempre los emprendedores están conscientes de sus gastos y costos, o los calculan de manera inadecuada, como lo señala Galán (2016) al referirse a los problemas para operar el negocio, cuando afirma que carecen de “(...) altos costes de operación [y] de sistemas de información eficaces” (p.2), así como se incurren en errores “en el cálculo del punto muerto o de equilibrio” (ídem), lo que puede afectar la ganancia al momento de realizar una venta bajo el concepto de «ganar por volumen».

La ganancia por ventas por volumen es un mito, no porque no sea posible, sino porque requiere de experiencia, planificación y conocimiento del mercado, no se trata sólo de bajar precios y esperar a que las ventas suban lo suficiente como para tildar al negocio de rentable y exitoso, pues, sí, las ventas pueden ser muchas, pero los costos de producción o gastos por servicios pueden llegar a serlo aún más si no se controlan, calculan y planifican debidamente.

Si el emprendedor no maneja bien sus costos internos, gastos variables y fijos, o no es capaz de calcularlos adecuadamente, puede incurrir en ventas cuyos precios estén por debajo de éstos, lo que terminará descapitalizándolo.

EL MITO DE LA INTUICIÓN FINANCIERA EN LOS NEGOCIOS

Aunque el aspecto intuitivo no puede ser considerado un elemento financiero en sí, el uso de la intuición como herramienta puede afectar significativamente las finanzas, en especial en el emprendimiento.

Creer que se ha nacido para los negocios es algo que puede verse en comics, series y películas, inspirando a propios y extraños a suponer que es posible convertirse en un emprendedor exitoso basado únicamente en la capacidad intuitiva y el olfato para los negocios con los que ha nacido el emprendedor.

Reseña *Entrepreneur* (2017) que “una vez que se abre la empresa, los emprendedores dejan a un lado el plan de negocios que elaboraron y las mejores prácticas empresariales para operar nuevamente de manera intuitiva” (p.1).

Y tal práctica encuentra sustento cuando se leen artículos como el publicado por la revista *Emprendedores.es* titulado “7 ejemplos de emprendedores intuitivos que han tenido éxito”⁸ o como el artículo publicado por Samuel Boscán titulado “Casos de éxitos de emprendedores en la intuición”⁹ donde hace referencia específicamente a tres de ellos.

Afirma Jiménez (2018), que según las cifras de la Red de Cámaras de Comercio, en los primeros nueve meses de 2018 se crearon 271.582 empresas en Colombia, lo que obliga forzosamente a reflexionar sobre el listado de emprendedores que han basado sus negocios en la intuición, ya que, si bien es cierto que existen casos de éxito que se ajustan a ello, no es menos cierto que, comparado con la cantidad de emprendimientos que surgen en un año, tomando como ejemplo el caso antes mencionado, el porcentaje de estos casos apenas alcanza el 0,37% si se hace una relación lineal y sin tomar en cuenta los periodos en que tales emprendimientos dieron frutos.

Académicamente hablando, obviar elementos de eficacia comprobada como la planeación estratégica y todo lo que ello significa, para seguir a ciegas un instinto bajo la premisa de que existen empresas que han sido exitosas a través de tal práctica, equivale a dejar el futuro del emprendimiento en manos del azar.

⁸ Véase <https://www.emprendedores.es/casos-de-exito/g71786/ejemplos-casos-emprendedores-intuicion-negocios/>

⁹ Véase <https://unimooc.com/caso-exito-emprendedores/>

IV. CONCLUSIONES

Hablar de los mitos financieros del emprendimiento debería ser parte de cualquier curso, seminario o cátedra que se imparta sobre el tema.

Así como existen ejemplos de éxito, casos en los que los emprendimientos han cambiado al mundo y cuyos protagonistas son usados para impulsar y motivar la creación de empresas con base en ideas novedosas o que observan de manera diferente una práctica existente, también existen mitos, fantasías, interpretaciones distorsionadas o poco realistas que el emprendedor debe conocer para que su visión, al momento de decidir dar el paso de iniciar un negocio, sea objetiva y le permita minimizar el número de errores en los que, generalmente, algunos emprendedores incurrirán.

Así como se han explorado algunos mitos y desencantos del emprendimiento trabajos anteriores, era necesario estudiar otros mitos desde la perspectiva financiera, ya que el neo-empresario necesita garantizar el flujo de dinero, tomar las decisiones más acertadas en cuanto a las inversiones que realice y a la orientación que debe darle a la ejecución de su negocio.

Si bien es cierto que no se han explorado todos los mitos financieros que el emprendimiento posee, los cinco aquí señalados son suficientes para generar una profunda reflexión.

Una de esas reflexiones tiene que ver con el apoyo real que los emprendedores requieren y que, lamentablemente, sólo existe de manera nominal, dado que, en la práctica es casi imposible acceder a él.

Después de haber leído este contenido, es importante señalar que se requiere de una formulación legal, o bien una norma o procedimiento, que se ajuste más a la realidad de los emprendedores en materia de financiamiento, algo que les permita acceder al sector formal a través de instituciones oficiales con los pocos recursos que posean, dado que, en la práctica, sólo aquellos que pueden ofrecer garantías tienen más probabilidades de contar con el apoyo de esas entidades.

Si se impulsara una iniciativa que se ajuste a la realidad del emprendedor se logrará con ello que el acceso al crédito no sea un mito.

Otro aspecto está relacionado con la formación que debe poseer el emprendedor, sin ella, es posible incurrir en errores asociados al mal cálculo de los costos y de los gastos, a una planificación estratégica que no se ajusta al ciclo financiero de la empresa y a las obligaciones que la misma posee, o bien suponer que se puede tener éxito dejando a un lado el conocimiento administrativo y dejando todo en manos de la intuición y el azar.

El emprendedor debe formarse, tal vez no con la rigurosidad de un MBA o la visión de una Especialización, aunque ninguno de esos grados debería descartarse; pero sí de manera suficiente para conocer lo que la empresa es capaz de dar y lo que requiere recibir para darlo.

Los mitos aquí expuestos no están documentados para desanimar la puesta en práctica del emprendimiento, sino para que, a través del conocimiento de los mismos, sea más sencillo para el emprendedor evitar incurrir en errores que pueden afectar significativamente la salud financiera de su negocio o distorsionar su visión sobre el mismo.

V. RECOMENDACIONES

Con el ánimo de aportar a la gestión administrativa y financiera de los emprendimientos, a continuación, se realizarán algunas recomendaciones para afrontar y/o superar los mitos financieros comentados en este artículo:

El mito del acceso al apalancamiento con el sector bancario

- El emprendedor debe conocer con antelación los requerimientos que exigen las instituciones del Estado o entidades privadas para acceder a créditos y financiamientos y evaluar su perfil, como empresa, antes de solicitar un préstamo.
- De no cumplir con las exigencias de las instituciones, el emprendedor debe trabajar con el capital que posee hasta que el mismo negocio le permita, a través de sus ingresos, poder demostrar su rentabilidad y capacidad de honrar deudas en el caso de adquirirlas.

El mito del financiamiento (costos porcentuales de productos y servicios)

- El emprendedor debe conocer los límites legales y las condiciones mínimas para acceder a préstamos o créditos, evaluar las características del mercado y su rentabilidad antes de acceder a financiamiento formal o informal, ya que debe estar al tanto de que los altos

intereses y los plazos para pagar sus deudas pueden poner en riesgo financiero su empresa.

- Es importante que el emprendedor sepa que acceder a créditos de manera informal es un riesgo, por lo que debe contar con un plan estratégico, información suficiente o la garantía de un evento que reduzca el tiempo para honrar la deuda y así disminuir el impacto que los altos intereses puedan tener en su flujo de caja y sostenibilidad.

El mito del plazo de la compra-venta (cuando comprar y vender tienen diferentes plazos)

- El emprendedor debe planificar muy bien su flujo de caja futuro, tratando de que sus ingresos de caja, que provienen principalmente por sus actividades de ventas de contado y a crédito, cubran adecuadamente sus compromisos de pago en efectivo. De ahí que los días de rotación promedio de su cartera sean más ágiles que los días de rotación promedio de sus cuentas por pagar con proveedores. De no ser así, la operación del negocio tendría una compleja situación de liquidez y generaría un gran problema de caja.
- Es fundamental medir adecuadamente la liquidez de una empresa y en función de ella hacer una buena administración de la misma. Lo ideal es que el emprendedor planifique sus ingresos y egresos de efectivo conforme a sus próximas ventas y a los compromisos de pago en períodos cortos de uno o varios meses.

El mito de ganar por volumen (ignorar los gastos de operación y costos de producción)

- Ninguna empresa es igual a otra, por lo que compararse o tratar de competir con empresas ya posicionadas en los mercados es completamente innecesario, al menos en la primera etapa de vida de la empresa. La mejor opción que tiene un neo-empresario para hacerse notar no es otra que diferenciarse por calidad y valor agregado, en lugar de entrar en una guerra desigual de precios.
- El emprendedor debe conocer muy bien sus gastos y sus costos y estudiar a detalle en cuál de ellos puede hacer recortes o ajustes con la finalidad de incrementar el porcentaje de ganancia que obtiene del producto o servicio que ofrece, de lo contrario, la ignorancia o desconocimiento puede generar pérdidas significativas y, en algunos casos, conducir a

la quiebra, si se opta por competir por precios sin tomar en cuenta los gastos y costos operacionales.

El mito de la intuición financiera en los negocios

- El emprendedor debe orientar su operación en planes y estrategias basadas en datos e información confiable, conocimiento del mercado y del comportamiento del flujo de demanda en el producto o servicio que ofrece, así como en los costos y gastos en los que incurre durante su operación.
- Si con base en lo anterior surge una oportunidad que, desde la perspectiva financiera fuese viable, correr un riesgo, siempre que sea controlado y de manera planificada, podría hacerse, principalmente si representa una opción real para la empresa.

Sin embargo, la principal recomendación que debe hacerse a un emprendedor no puede ser otra que la de tomar con mucha seriedad todo lo que implica invertir dinero, manejarlo, provisionarlo y gastarlo de manera consciente y planificada, pues, es la única garantía que tiene de no descapitalizarse y, con ello, perder todo el esfuerzo que un emprendimiento exige.

REFERENCIAS

- (1) Campos, N. G. (2004). Los mitos. Consensos, aproximaciones y distanciamientos teóricos. *Gazeta de Antropología*, 1-25.
- (2) Chacón, O., Arroyo, Y., & Villalba, M. (2007). Teoría del Trade-off para la definición de la estructura de financiación de las pYMe's de Bucaramanga. *REVISTA DE LA FACULTAD DE INGENIERÍAS FÍSICO MECÁNICAS*, 9-18.
- (3) Cuervo, K. (s.f.). finanzaspersonales.co. Recuperado el 12 de marzo de 2019, de ¿Cómo liberarse del 'gota a gota?': <https://www.finanzaspersonales.co/credito/articulo/como-salir-del-gota-a-gota/60588>
- (4) Decreto Reglamentario 2649. (29 de diciembre de 1993). Bogotá, DC, Colombia: Presidencia de la República.
- (5) Entrepreneur. (10 de noviembre de 2017). entrepreneur.com. Recuperado el 11 de marzo de 2019, de Los 10 errores del emprendedor: <https://www.entrepreneur.com/article/258575>

- (6) Galán, R. (27 de febrero de 2016). emprendedores.es. Recuperado el 1 de marzo de 2019, de Estos son todos los problemas a los que se enfrenta un emprendedor: <https://www.emprendedores.es/gestion/a56648/principales-problemas-emprender/>
- (7) Huerta, P. G. (marzo de 2015). repositorio.comillas.edu. Recuperado el 03 de marzo de 2019, de La viabilidad financiera en el emprendimiento: <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/5865/1/TFG001343.pdf>
- (8) Jiménez, F. A. (08 de noviembre de 2018). elcolombiano.com. Obtenido de La creación de empresa aumentó 2,1 %: según cifras de la Red de Cámaras de Comercio
- (9) Kerfant, A. (febrero de 2018). crearmiempresa.es. Obtenido de ESTRATEGIA EMPRESARIAL: VENDER BARATO O VENDER CARO: <https://crearmiempresa.es/article-vender-barato-o-vender-caro-88843853.html>
- (10) Ladagga, R. (25 de abril de 2016). Entrepreneur.com. Recuperado el 2 de febrero de 2019, de ¿Por qué fracasan los negocios?: <https://www.entrepreneur.com/article/274610>
- (11) Mundaca, J. P. (s.f.). ¿Qué es el mito? PUCP, 33-36.
- (12) Portafolio. (4 de enero de 2019). Recuperado el 5 de marzo de 2019, de Empresas tendrían que pagar facturas en un plazo máximo de 30 días: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/empresas-tendrian-que-pagar-facturas-en-un-plazo-maximo-de-30-dias-524929>
- (13) Real Academia de la Lengua Española. (s.f.). dle.rae.es. Recuperado el 22 de junio de 2019, de Significado de mito: <https://dle.rae.es/?id=PQM1Wus|PQMf1C3>
- (14) Revista Acción. (s.f.). www.ccc.org.co. Recuperado el 8 de marzo de 2019, de Este año pondremos \$1,2 billones en garantías para los empresarios: <https://www.ccc.org.co/revista-accion-ccc/este-ano-pondremos-12-billones-en-garantias-para-los-empresarios-maria-clara-builes/>
- (15) Socorro, F. (2017). Hablemos de las PyMEs. Bogotá: Publicaciones SKP Consultores SAS.
- (16) Stefan, T. (s.f.). pyme.lavoztx.com. Recuperado el 1 de marzo de 2019, de Definición de volumen de ventas: <https://pyme.lavoztx.com/definicion-de-volumen-de-ventas-10570.html>
- (17) Ulloa, J. N. (22 de abril de 2015). elfinancierocr.com. Recuperado el 3 de marzo de 2019, de Aspectos financieros y contables que un emprendedor debe conocer: <https://www.elfinancierocr.com/pymes/aspectos-financieros-y-contables-que-un-emprendedor-debe-conocer/EKUUE4V66ZHUBGTNMTZCTZ2ZGQ/story/>