



Interactuar, 33 años apoyando emprendimientos

Interacting Corporation, 33 years supporting entrepreneurs

No hay nada que sea realidad que antes no haya sido un sueño, rezaba un adagio muy popular entre pensadores y artistas de la Medellín de mediados del siglo XX, como reforzando esa idea de que se vale soñar, pero sobre todo se debe luchar por hacer que los sueños devengan realidades. Tal vez fue esa misma idea la que impulsó muchos emprendimientos antioqueños de esa época; así, por ejemplo, lo que hoy se conoce como el Grupo Antioqueño empezó con compra-ventas de casa por casa en los pueblos de Antioquia; así también comenzó la historia de Joaquín Eduardo y Julio Ernesto Urrea, dos campesinos de Guatapé que vendían puerta a puerta ropa interior femenina hasta constituir el más grande emporio del ramo en América Latina, la empresa de ropa interior Leonisa.

Precisamente por su espíritu de emprendedores, y conocedores de los enormes retos a los que se enfrentan aquellas personas que buscan hacer realidad una idea de negocio, durante una compleja crisis económica vivida por el

sector textil de Colombia que los llevó a prescindir de un buen número de trabajadores, este par de empresarios decidió crear un fondo común con algunos amigos y empresarios cercanos para financiar pequeños emprendimientos a sus empleados recién despedidos. Fue así como nació la Corporación Interactuar, una entidad que brinda asistencia técnica, capacitación empresarial y acceso a financiación a emprendedores urbanos y rurales de ocho departamentos del país.

33 años de apoyo y fomento al emprendimiento le han permitido a la Corporación diseñar metodologías de trabajo, productos de capacitación y de financiamiento específicos para cada necesidad, e identificar los desafíos y las debilidades más comunes en los emprendedores colombianos. Ingrid Turbay, jefe de crédito de la entidad, y cuya voz da vida a esta corta crónica, expresa que todo empezó por reconocer que “el emprendimiento es parte del ADN de una persona que puede tener dos visio-

nes: o bien, una idea de negocio a partir de otra existente a la cual el emprendedor le da un valor agregado, o bien, un emprendedor al que se le ocurre una idea que es innovadora”.

A estos dos tipos de emprendedores, que están tanto en lo rural como en lo urbano, son a los que Interactuar ha acompañado a lo largo de su historia, insistiéndoles en que “un emprendedor exitoso es aquel que, no habiéndole ido bien en una primera oportunidad, se reinventa, toma las lecciones aprendidas y ve otras posibilidades de negocio en los errores cometidos. Y esto pasa porque ama lo que hace, lo disfruta y cree en sus ideas”.

No obstante, Ingrid también advierte que para que un emprendimiento sea exitoso, debe ser tomado como un proyecto de vida y no como un *hobby*; por lo tanto, debe estar conectado con la realidad, con las necesidades del mercado, con las potencialidades propias y con las dinámicas de la economía en la cual se va a poner a andar el negocio. “Si una idea o un emprendimiento no genera recursos, no crea empleos y no es autosostenible al menos para cubrir los gastos derivados de la operación de las ideas, termina por ser inviable”.

Precisamente, para Interactuar el tema de la autosostenibilidad es uno de los grandes retos que aún tienen los emprendimientos en Colombia, principalmente cuando estos se desa-

rollan en el ámbito rural. Y esto así por cuanto en los municipios medianos y pequeños es más escaso el apoyo tanto público como privado para este tipo de iniciativas, representado tanto en asistencia técnica, capacitación empresarial y conexión con el mercado como en fuentes de financiación. “Esta falta de acompañamiento lleva muchas veces a que en el campo se duerma este espíritu de emprendedor, ya sea porque el emprendedor está inmerso en el trabajo del día a día o porque ve inviable poder emprender y crear nuevas ideas”.

Al mismo tiempo, luego de varios años de trabajo en zonas rurales, principalmente de Antioquia, Córdoba y Sucre, la Corporación ha identificado que “hay un problema de autoestima y de educación frente a lo que podría hacer y lograr un emprendedor rural; dificultades que, una vez superadas, dejan al descubierto otros retos. Y es que la gente en el campo puede tener un muy buen producto, pero luego no sabe qué hacer con él, dónde y cómo comercializarlo, porque muchas veces no han salido de su núcleo básico de desarrollo, y cuando lo logran, el mercado es mucho más agresivo que sus capacidades de producción y rara vez encuentran una mano amiga que les apoye con fuerza de trabajo, con recursos económicos para emprender e innovar o con estrategias para conectarse con potenciales clientes. Esto se debe, en gran parte, a las condiciones de violencia que ha afectado muchas zonas del

país. Desde Interactuar creemos que en regiones donde el conflicto ha sido más fuerte hay más deseos de superación y de poder cambiar realidades; por eso, estoy segura de que el posconflicto cambiará el emprendurismo rural en Colombia”, afirma Ingrid.

En respuesta a estas necesidades, y reconociendo la potencialidades que yacen en el campo para generar transformaciones profundas y progresivas en las comunidades y en las personas con deseos de innovación y cambio, en los últimos años Interactuar ha llevado a cabo varios proyectos orientados a fomentar y apalancar el emprendimiento rural, algunos haciendo uso de recursos propios y otros en alianza o como ejecutor de recursos de entidades como la Alcaldía de Medellín, la Gobernación de Antioquia, el Programa Banca de las Oportunidades de Bancóldex, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), entre otros.

A través de estas iniciativas se han brindado asesorías agroempresariales, asistencia técnica en procesos productivos, capacitación para el emprendimiento, educación financiera, planeación estratégica para definición de ideas de negocio y comercialización, entre otras áreas; todo ello, acompañado por la entrega de capitales semilla o facilidades de acceso a la financiación, aspecto que para Interactuar es fundamental, pues, como advierte Ingrid, “no se puede alentar a alguien a emprender para que

después quede ‘varado’ y desilusionado por no tener los recursos con que hacer viable su proyecto; por esto es tan importante tener planes semilla. Las alcaldías y gobernaciones tienen que alentar, apoyar y promover a sus emprendedores, pues en muchas ciudades pequeñas no hay trabajo, y el emprendedor genera trabajo y promueve el desarrollo”.

Esta mirada, que ha sido bien entendida por las principales ciudades del país que desde hace varios años vienen ejecutando programas de promoción de emprendimiento, parte además de visibilizar, como lo afirma Ingrid, un “cambio de mentalidad de los más jóvenes, que ya no quieren ser empleados toda la vida, que tienen ideas frescas, innovadoras y están en la capacidad de llevar a cabo sus emprendimientos de manera exitosa, pero que para lograrlo necesitan orientación, formación a la medida, capital de trabajo y, sobre todo, acceso a fuentes de financiación que les permitan ir creciendo y hacerse sostenibles. Si actualmente en Colombia hay alrededor de 10 millones de microempresas es porque hay oportunidades, hay innovación y hay actividades de emprendimiento”.

Según las estadísticas de Interactuar, diariamente en sus oficinas reciben entre 6 y 10 propuestas de emprendedores, de todas las edades, que llegan en la búsqueda de orientación para sacar adelante sus negocios. Algunos requieren apoyo técnico; otros, acompañamiento para mejorar

las ideas que traen; y otros, simplemente el acceso a un microcrédito que les dé el primer empujón económico para comenzar a andar. “Para nosotros esto es una cantidad enorme, imaginemos esto multiplicado por cientos y cientos de iniciativas que seguramente a diario nacen en el país. Esto nos dice que sí hay enormes oportunidades, y que si las apoyamos, podremos apalancar el desarrollo del país”.

Interactuar, como ejemplo de las iniciativas de fomento del emprendimiento del país, a lo largo de su historia ha comprendido que los proyectos son realizables si se saben utilizar adecuadamente los recursos que el medio dispone, si se buscan oportunidades y asesorías, si se tocan puertas, si la curiosidad por materializar un proyecto no cesa y, claro está, si se parte de las realidades, las condiciones y las necesidades del contexto. Los emprendedores, sin duda alguna, están llamados hoy a transformar las realidades y a construir el país soñado.

DERCOM *Creativo*

Asesora, Diseña y Comunica

El Departamento de Comunicaciones te invita a conocer los medios de comunicación de la UNIAGUSTINIANA. Interactúa y participa en ellos, los hemos diseñado para ti.

< Página Web www.uniagustiniana.edu.co ≡

< Revista Universitaria Yo Soy La U ≡

< Pantallas Digitales ≡

< Tótem interactivo ≡

< Cartelera física ≡

< Redes sociales ≡



Universitaria Agustiniana



@UniagustOficial

Uniagustiniana



UNIVERSITARIA AGUSTINIANA
UNIAGUSTINIANA
Es crearenti

Vigilada Mineducación

**Pronto,
espera
más.**