

De tratos y muñecas: Los empresarios se entrenan para la vida real

Date : March 14, 2011



Es viernes y el mercado interior de West Side Avenue en Jersey City, Nueva Jersey, es un hervidero.

Dos jóvenes, Rollin Burnett y An Sean Fields, se acercan con su último diseño: un sombrero puntiagudo al que llaman “sombrero de turista.” Quieren vender una colección de ellos a una tienda. “¿Cuánto estás dispuesto a pagar por cada sombrero?”, pregunta Burnett a los representantes de la tienda, Donna Weiss y Yasmia Taylor.

Taylor tiene una respuesta preparada: “75 dólares”. Burnett responde: “Eso es algo bajo. Las costuras de nuestros sombreros son las mejores del país”. Weiss no lo quiere comprar: “Nuestro cliente sólo quiere puntadas horizontales. Hmm, no conozco vuestra calidad”, dice, inclinándose para estudiar el sombrero.

Fields contraataca: “Este es sólo un sombrero de muestra. Nos encantará hacerles el sombrero que necesiten”. Burnett intenta cerrar el trato: Estos sombreros valen “como mínimo 85 dólares”, dice.

Weiss acepta. “Vale, 85 dólares cada uno y nos llevamos cuatro. Los necesitaríamos para el próximo jueves”.

Y así comienza un ciclo de negocio que provoca un frenesí en las siguientes horas, enfrentando a los diferentes fabricantes entre sí en una carrera para ver quién vende más sombreros y quién gana más beneficio. Los equipos de fabricación (incluidos Burnett y Fields) deben comprar materiales sin tratar y hacer rápidamente los sombreros con la forma que sus clientes (incluyendo a Weiss y Taylor) especifican, usando patrones, papel y tijeras. Los equipos también negocian con mercados externos, pagan sueldos semanales a sus empleados y la renta mensual, liquidan sus préstamos en el banco y responden a lo inesperado, como que los empleados sufran lesiones en el trabajo.

Microempresarios

Bienvenido al campamento de negocios. Burnett, Weiss, Taylor, Fields y otros 10 chanchulleros son en realidad estudiantes de la Rising Tide Business Academy, un curso de 10 semanas que cubre administración básica de empresas y planificación para emprendedores. Esta noche el grupo está jugando a un juego bajo la dirección del instructor Jay Savulich, que enseña los principios básicos de oferta y demanda y la gestión del flujo de caja, los fondos recibidos y gastados por un negocio durante un período determinado -en este caso, un mes.

“Esta clase es increíblemente útil”, dice Burnett, quien ostenta un racimo de rastas que surgen de su gorro de nailon

negro como palitos de caramelos. “Tomé un curso de negocios para conseguir créditos y no aprendí tanto como he aprendido aquí”.

Burnett y sus compañeros, todos residentes de Jersey City, son microempresarios — propietarios de negocios muy pequeños, normalmente dirigidos por una persona, que usualmente tiene un trabajo habitual y desea convertir sus hobbies y talentos en fuentes de ingresos.

La Association for Enterprise Opportunity en Arlington, Virginia, estima que Estados Unidos alberga más de 24 millones de micronegocios. Burnett, por ejemplo, quiere librarse de su trabajo en la construcción (que no es muy fiable, especialmente cuando la economía va mal) y abrir The Lab, una tienda de moda urbana y hip-hop. Fields planea construir una editorial cristiana, Blessed and Favored. La desempleada Iyana Cansler quiere ser peluquera; Angela Huggins, enfermera, está empezando a tomar en serio la venta de las muñecas de trapo que elabora en casa.

De Etiopía a Jersey City

Las microempresas, entendidas como una forma de ayudar a la gente que no gana mucho a salir adelante, se han convertido en una misión vital para Alfa Demmallash y su socio Alex Forrester. Tras graduarse en la Universidad de Harvard, en 2004, Demmallash y Forrester fundaron Rising Tide Capital en Jersey City. “No queríamos ser vistos como dos licenciados de Harvard con ideas creativas para resolver los problemas del mundo”, dice Demmallash. “Queríamos tener una relación auténtica con la comunidad”.

Desde 2006, la Rising Tide Business Academy ha graduado a 158 microempresarios, lanzado 28 nuevos negocios y fortalecido 50 negocios existentes. Todos los graduados obtienen asesoría individualizada y un espacio en Club CEO, un círculo de empresarios que se reúne cada mes.

Para Demmallash, que llegó a los Estados Unidos desde Etiopía con 12 años, el apoyo de los microempresarios es algo muy personal. Su madre, Genet Melesse, trabajó de camarera en Etiopía y cosía por la noche para llevar a casa unos ingresos extra. Ese dinero ayudó a la familia a financiar la emigración a los Estados Unidos. “Llegué a este país con expectativas muy diferentes, con la impresión de que las calles serían de oro”, dice Demmallash. “Las microempresas son una manera de garantizar que la clase trabajadora norteamericana no se queda atrás”.

Mientras, en el campamento de negocios, los fabricantes corren para vender sus sombreros de turistas en los últimos momentos del falso mercado de sombreros. “Estamos muy emocionados”, admite Huggins, poniendo un fajo de billetes rosas en la mano del “banquero” local. “Lo mejor de esta academia es que nos enseña cómo centrarnos. Nos ponemos a hacer lo que debemos hacer para poner en marcha nuestros negocios”.

Enlaces relacionados

- [Rising Tide Capital](#)
- [Kiva: Préstamos que cambian vidas](#)
- [Association for Enterprise Opportunity](#)
- [Microempresas en los EE.UU.](#)

Este contenido también está disponible en: [Inglés](#)