

EL INFORME

Programas de TV, radio y medios impresos difunden hoy como nunca antes las oportunidades que existen para crecer haciendo empresa. **En esta misión no hay competencia**

Hablemos de negocios

JULIO ESCALANTE ROJAS

¿Algo está cambiando para que esta sea una mejor época para hablar de emprendedores? Buscamos el testimonio de algunos colegas. “Que **El Comercio** tenga un suplemento dedicado a pequeños negocios es una señal de que algo está cambiando”, dice Hernando Guerra-García.

SOMOS EMPRESA

Es el programa de la pequeña empresa que más ha durado en la TV peruana. En mayo cumplirá 5 años. Un tema que obsesionaba a Nano Guerra-García desde que hacía su tesis de MBA era saber si los empresarios peruanos tienen factores de éxito. ¿Qué encontró? Hay un componente migrante, porque el migrante es el que no se conformó. Muchos han aprendido el respeto por el trabajo a través de su familia. “Y el más común es que todos en algún momento sufrieron un gran patadón, felizmente”.

El programa surgió porque era una opción de hacer marketing para su consultora. Y al final, más atractivo resultó hablar de emprendedores. Por eso Guerra-García presenta todas las semanas sus Perfiles del Carajo. ¿Por qué es importante contar historias de vida? “La gente compra historias, no compra números. Quiere



GIUFFRA: “Es más atractivo soñar como empresario que como empleado”.

ver que la cara del que tuvo éxito es parecida a la suya. Es importante contar casos porque nuestra formación clásica nos dice que quien tuvo éxito es el que se graduó en la universidad y trabaja en una gran corporación, pero puedes tener éxito sin haber pasado por allí. Lo que queremos es que los televidentes conozcan las historias de los héroes peruanos que sí han ganado las verdaderas guerras, que son las guerras contra la pobreza”.

Hoy cree que hay más espacios para nuevas iniciativas de información sobre emprendimiento. “Sin embargo es siempre difícil. Si no fuera por los socios de



GUERRA-GARCÍA: “El éxito tiene que ver con integridad personal y familiar.”

ARRIOLA: “El éxito está en optimizar el uso de sus recursos al máximo”.

mi consultora, a los que yo les he quitado tiempo y dinero, no podría dedicarme a esto. Yo no vivo de mi programa, pero por lo menos se paga ahora. Después de 5 años es un logro”.

MUNDO EMPRESARIAL

A sus 37 años, el currículum de Bruno Giuffra dice que estudió Economía en Lima y luego un MBA en la Babson College de Estados Unidos, que hace más de 10 años gerencia una empresa con operaciones en el Perú, Chile, Ecuador y Bolivia y que, además, es profesor y dirige el centro de emprendimiento de Centrum. Con esta información no dude de que todo el día habla de

negocios. “La gente puede hablar de fútbol o de negocios: yo prefiero hablar de negocios. Mientras más información y exposición exista al mundo de los negocios, más dominio de temas vas a tener y más espacios para crear nuevos negocios”, dice.

Desde el 2003 él tenía la idea de hacer un programa que sea la copia fiel de una revista de negocios. Pero esa idea solo era un archivo más de su laptop. Hasta que un día se dijo: “Si no la hago ahora ya no la hago”. Y fue a tocar la puerta de Canal N y ellos apoyaron el proyecto. Hizo un piloto, le pidieron auspiciadores, y terminó llevando más auspiciadores de

SOMOS EMPRESA

MUNDO EMPRESARIAL