

✓ SINONIMO
DE EXITO

INQUIETO EMPRENDEDOR DE LA INFORMATICA

Ronald Jiménez, gerente general de Codisa, proyecta convertir su empresa de productos tecnológicos en la primera de América Latina

Rodrigo Díaz
rdiaz@larepublica.net

Con el talento suficiente para llegar a ocupar un puesto de alta jerarquía en la empresa donde trabajaba, Ronald Jiménez prefirió lanzar su propia compañía de productos informáticos, a la que logró colocar como la número uno en el mercado costarricense.

Los productos de Codisa son utilizados por prestigiosas empresas en América Latina y por el 40% de los principales bancos de la región.

Junto con sus socios, Jiménez también es dueño de una inmobiliaria y del 50% de una empresa constructora. Y todo gracias a su capacidad de liderazgo, a su formación profesional y a su astucia empresarial, obtenida quizás por su formación deportiva como jugador de baloncesto.

Así como lo hizo en el deporte de los aros, Jiménez lleva sus estrategias a la región en busca del encesto perfecto que lo catapulte a terceros mercados y posicionen a Codisa como una transnacional global.

¿Existe intuición para hacer un buen negocio?

—Definitivamente. La intuición es la suma de razonamiento, sentimiento y experiencia.

Lo que más me motivó para hacer mi propio negocio es que generalmente le ahorra dinero a la empresa para la que trabajaba o ayudaba a generar dinero. Entonces, razoné mis posibilidades y sentí que podía hacer lo mismo para mí. Aquí hubo intuición, razonamiento, suerte y mucha valentía para iniciar una empresa propia.

¿Hasta qué punto se puede arriesgar cuando se tiene una buena idea?



"El miedo no se vence, se convive con él y uno lo toma como una variable del negocio", precisó Ronald Jiménez, gerente general de Codisa, empresa que busca expandirse más allá de Latinoamérica.

—Yo creo que el gran tema para cualquier emprendedor o empresario que se apresta a iniciar un nuevo negocio es el riesgo. Una vez leí que todo el mundo quiere ir al cielo pero nadie quiere morir.

Eso pasa exactamente a la hora de emprender un negocio. Obviamente hay que hacer estudios que ayudarán a minimizar el riesgo, analizar la situación económica y las variables que uno no puede controlar.

¿Qué hace que muchos no quieran ir más allá de lo que tienen?

—Esto ocurre en parte por miedo y en parte por confort. Si estoy en una zona confortable, me siento relativamente tranquilo. Por el otro lado, está el miedo de fracasar. Si tuviéramos la certeza de que el negocio será un éxito lo haríamos.

El miedo no se vence, se convive con él, y uno lo toma como una variable del negocio.

¿Qué sería de usted si no se hubiera lanzado con su propia empresa?

—Creo que ahora estaría de gerente general, generando utilidades para dicha empresa.

¿Cómo se vislumbra dentro de diez años?

—Me veo como inversionista, con participación en varios negocios, aportando en el ámbito directivo lo que pueda en cada uno de ellos, pero sin trabajar a tiempo completo en ninguno.

En el caso de mi compañía, espero que llegue a convertirse en una empresa verdaderamente global.

¿Cómo define una buena idea?

—Una idea es buena si dentro de ella está implícito cómo ejecutarla, de lo contrario es un sueño. Puede ser simple o compleja, pero por lo general es innovadora, realizable y que la mayoría puede entender y aceptar.

En el caso de nuestra empresa, las ideas tienen tres etapas: ¿Qué producimos?, generar una idea de algo que no existe; desarrollo de esa idea, porque no todas son convertibles en un producto, y ejecución del negocio.

¿Hay espacio para seguir creciendo?

—El país en el que más hemos crecido es Costa Rica, y tenemos más espacio para seguir haciéndolo y vender nuevos productos.

Pero donde más espacio tenemos para crecer es fuera de nuestro país, por el tamaño de los mercados. Yo creo que si hacemos lo mismo que hemos hecho aquí, podremos crecer cientos de veces más.

¿Es Internet el negocio de hoy, o todavía es a largo plazo?

—Internet fue sobrevenido y mucha gente hizo dinero vendiendo una expectativa de que el mundo cambiaría su forma de comprar y vender. Pero la expectativa estuvo mal planteada en términos de tiempo e impacto y quienes compraron perdieron mucho.

En pocos años, Internet será el canal de comunicación preferido, pero no el único. Creo que eso vendrá en unos cinco años.