

■ Perfiles

Un emprendedor que agrega valor a sus ideas de negocio

BYRON ROJAS

Sus soluciones inalámbricas de transmisión de datos se llaman Pikeros.

Los "maquila" en Costa Rica, Corea y EE.UU., y exporta a Venezuela.



Dago Archundia / LÍDERES

Albertina Navar / LÍDERES
anavar@lidersonline.com

La incomprensión y la rebeldía muchas veces articulan la vida de personajes sobresalientes. De ello da fe Byron Rojas quien, aunque nunca fue el alumno más destacado de la escuela ni de la universidad, ahora se perfila como uno de los diseñadores de productos de más alta tecnología y valor agregado del país.

En lugar de amancillar tonadas ochenteras a su guitarra eléctrica, este ingeniero electrónico de 34 años plasma hoy, en planos, las soluciones inalámbricas de transmisión de datos que él mismo idea.

Pikero es su creación. Este es un dispositivo electrónico cuya apariencia es la de una pequeña caja metálica con una antena. En su interior hay una tarjeta con "chips" y circuitos que envían información -sin cables- desde un punto de venta remoto a una computadora central.

Rojas lo desarrolló junto a Bismark -compañía dedicada a la fabricación, importación y comercia-

lización de equipos de telecomunicaciones- en el 2002. Fue un intento por brindar a DHL una solución para que quienes dejan encomiendas pudieran descargar en línea (vía internet) la información de sus lectores de códigos de barra desde cualquier lugar de la ciudad.

"Pikero es un equipo comodín (el as bajo la manga) en telecomunicaciones, y puede ser adaptado a múltiples necesidades y tecnologías disponibles en cada país", comenta Teresa Ortiz, gerente general de DHL del Ecuador.

Justamente ese fue el nicho que descubrió Rojas, el de un mercado latinoamericano con características propias: problemas con las líneas telefónicas, baja cobertura de telecomunicaciones y economías no dispuestas a pagar sumas elevadas.

De hecho, para servirlo, había fundado Barrick S.A., en el 2001, bajo el modelo de negocio de "desarrollar productos innovadores con perspectivas regionales".

Pero este quiteño -guayaquileño de espíritu luego de vivir 29 años en el Puerto- no solo cosechó éxitos.

Al final del primer año de existencia de su compañía, no consiguió réditos sino una deuda de 15 000 dólares por los continuos viajes que hizo a Colombia y Venezuela para promocionar su producto. Y si bien

al año siguiente DHL se constituyó en un cliente importante, la relación comercial no duró mucho por condiciones externas y, al cierre del 2002, se obtuvo un incipiente saldo a favor de 5 000 dólares.

Obstinado y orgulloso, Rojas no se dejó vencer. "Soy un poco obsesivo. No me quedo quieto hasta que lo logro", explica. Todo ello, resultado de su experiencia de vida.

Tras una deslucida trayectoria estudiantil en el colegio Domingo Comín y en la Academia Naval Almirante Illingworth, siguió un mediocre prepolitécnico en la Espol (Escuela Superior Politécnica del Litoral).

Concentrarse en novias, fiestas y música fue su forma de expresar insatisfacción ante el sistema establecido.

"No era un comelibros, pero tampoco bruto ni dejado. Eso sí, no estaba de acuerdo con que se evaluara a los estudiantes solo por las notas", dice.

De ahí que su promedio de seis sobre diez no le permitió acceder a uno de los 40 cupos que ofrecía la carrera de Ingeniería en Computación. Esa limitación -asumida por él como una humillación- determinó un cambio radical de actitud. Decidió, entonces, dedicarse al estudio y se graduó de ingeniero eléctrico, con especialidad en Electrónica, en 1996.

Además, pasó de detractor a parte involucrada. En la actualidad, Rojas colabora con el Centro de Desarrollo de Emprendedores (Ceemp) de la Espol, donde comparte sus experiencias con los estudiantes. "Es un líder que no se conformó con explotar bienes naturales o exportar materia prima. Es un pionero en la generación de valor agregado en una línea no tradicional para el país", explica Guido

Caicedo, director del Ceemp.

Estas palabras explican por qué la historia para Barrick cambió a partir del 2003. Banco del Pacífico, Datafast, Porta, Importadora El Rosado, entre otros, se sumaron a su portafolio de clientes. Asimismo, dio el salto internacional.

500 pikeros se vendieron al Instituto Nacional de Hipódromos de Venezuela para automatizar su sistema de apuestas. Todo ello coadyuvó a que la facturación llegara a los 180 000 dólares, es decir, 3 500 veces más que el año precedente.

De igual forma, se firmaron alianzas estratégicas con importantes proveedores extranjeros de piezas y partes para impulsar la comercialización internacional de Pikeros.

Es el caso de la francesa Wavecom, cuyo gerente para América Latina, George Lebron, cuenta: "Pikero es una solución innovadora a un precio muy competitivo". Y, con la misma convicción, destaca cuán "brillante, ambicioso y trabajador" le parece Byron Rojas.

Parte del acelerado crecimiento de la firma es el esquema de trabajo implantado por Rojas: la maquila a la inversa. Es decir, Ecuador -en este caso- no es el país en el cual se establece la maquila sino de donde se exporta el diseño electrónico para que los equipos sean construidos en EE.UU., Costa Rica o Corea. Eso sí, el producto final se exporta con la leyenda "Made in Ecuador".

Barrick aún trabaja con Bismark, donde Rojas empezó como técnico en 1996 y terminó como gerente de Desarrollo de Negocios, en el 2000. Eric Calderón, actual gerente técnico, resume su trabajo como "firmware", esto es "desarrollo doble, de hardware y software. Algo muy destacable en el país", asegura.

UN TÉCNICO QUE VE EN EL MUNDO UN MERCADO POTENCIAL

- Nació en Quito, en marzo de 1970.
- Obtuvo el título de Ingeniería Eléctrica, especialización en Electrónica, en la Escuela Politécnica del Litoral, en 1996.
- Se desempeña como gerente general de Barrick desde el 2001.

■ "Para competir, no hay que hacer lo mismo que todos. La clave es desarrollar soluciones innovadoras".