

El 28 de febrero tuvo lugar la tercera Mesa Debate AECA, en la que se habló sobre la promoción del espíritu empresarial como base para la creación de empleo y la mejora de la competitividad y el crecimiento económico. Recogemos las conclusiones de los expertos –cuyas intervenciones íntegras se encuentran en el canal de vídeos AECA YouTube (www.youtube.com/aecatv)–, que trataron los siguientes temas:

- Políticas públicas a favor del emprendedor y la creación de empleo. El papel de las instituciones
- Plan de empresa, formación y capacitación
- El Capital Riesgo como fuente de financiación de nuevas empresas
- Redes de viveros de empresas
- La franquicia
- El papel de los medios de comunicación
- La experiencia de emprender



De izquierda a derecha: **José Luis Lizcano**, director gerente de AECA (moderador); **Sanyu Karani**, fundador y presidente de Econet Consultants; **Isidro de Pablo**, director del Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE); **José Ramón Almuoguera**, subdirector de formación continua y emprendedores de la Comunidad de Madrid; **Dominique Barthel**, directora general de la Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo (ASCRI); **Iñaki Ortega**, director gerente de Madrid Emprrende. Agencia de Desarrollo Económico. Ayuntamiento de Madrid; **Eduardo Abadía**, director gerente de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF); y **Alejandro Vesga**, director de la revista *Emprendedores*.

Políticas públicas a favor del emprendedor y la creación de empleo. El papel de las instituciones

La creación de nuevas empresas es uno de los indicadores clave de la dinámica económica de un país. Su capacidad emprendedora es sinónimo de crecimiento económico y de bienestar de sus ciudadanos. Sin nuevas empresas no se renueva el tejido productivo y no se aprovechan las oportunidades que, actualmente, ofrecen los sectores emergentes.

Según **José Ramón Almuoguera**, subdirector de formación continua y emprendedores de la Comunidad de Madrid, el apoyo al desarrollo de nuevos negocios, la inversión en innovación tecnológica y una apuesta decidida por la sociedad del conocimiento han hecho que la Comunidad de Madrid sea un referente en el modelo de acción social. “Dentro de este contexto los emprendedores juegan un papel fundamental en la generación de riqueza y empleo en la región”.

El Plan de Emprendedores de la Comunidad proporciona, de forma coordinada, los servicios necesarios para que los proyectos de los emprendedores se lleven a cabo a través de: asesoramiento, formación y ayudas a la financiación. “Madrid es preferente para los inversores, ya que lidera la creación de nuevas empresas. Una de cada cuatro empresas que se crean en España se hace en Madrid”.

Para la generación de empleo se deben eliminar barreras a los emprendedores y autónomos, siendo necesario contar con un marco normativo y administrativo que fomente su actividad y potencie su competitividad. “La misión de las instituciones no es crear empleo directamente, sino diseñar políticas y poner en marcha medidas que favorezcan la creación de un entorno adecuado para atraer a los emprendedores, que son los que realmente crean puestos de trabajo”. Almuoguera recalca que la Comunidad de Madrid creó en 2005 la Dirección de Emprendedores, a fin de planificar, organizar, coordinar y gestionar actividades en materia de emprendimiento, autoempleo y economía social.

La burocracia es la primera barrera a la que enfrentarse en un proyecto. ¿Por qué no se ha avanzado más en la Administración para reducir al máximo las exigencias y plazos para crear una empresa?

Todas las administraciones públicas están tomando medidas poco a poco para solventar este problema. “La ventanilla única es buen ejemplo en la Comunidad de Madrid, pero sería conveniente que la administración central marcara las pautas en este sentido”, señala J. R. Almuoguera.

A este respecto, **Eduardo Abadía**, director gerente de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), opina que al igual que las empresas deben adaptarse continuamente al mercado para ser competitivas, las administraciones deberían



flexibilizarse, modernizarse y profesionalizar más su trabajo para acercarse más a las necesidades de los empresarios

El problema de la falta de iniciativa emprendedora se asocia frecuentemente a un tema educacional. ¿De quien depende que el espíritu emprendedor se incorpore de alguna manera en los planes de estudio de educación primaria y secundaria?

Ante esta cuestión, Almoguera explica que la Comunidad de Madrid ha firmado recientemente un acuerdo con la Consejería de Educación para formar a los profesores en materia de emprendimiento. “El niño en casa tiene que pensar que en el futuro puede ser empresario”, asegura.

“El gran problema del sistema educativo en materia de emprendimiento está en los valores del profesorado”, afirma **Isidro de Pablo**, director del Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE). “Aunque normalmente los alumnos al principio no cuentan con emprender, muchos de ellos, con el tiempo, acaban montando sus pequeñas empresas”, señala.

Plan de empresa, formación y capacitación

Isidro de Pablo, desde su dilatada experiencia al frente de CIADE, explica que el plan de empresa es un instrumento fundamental que ayuda a equivocarse menos. “Muchas veces se olvida el plan de empresa a la hora de emprender y supone uno de los motivos de las desastrosas estadísticas de supervivencia de las nuevas empresas” (el 70% de ellas desaparece tras cinco años de actividad). “En el CIADE, tras 12 años de funcionamiento y más de 200 empresas creadas, la tasa de mortandad es muy baja (entre el 5 y el 8%) y esto, seguramente, es debido a la labor de formación y asistencia para elaborar el plan de empresa”.

El Plan de Empresa es un documento que se ha de elaborar con detalle, profesionalidad y compromiso, y que refleja la naturaleza del negocio, los objetivos esperados, los recursos necesarios para llevarlo a cabo y la estrategia empresarial que se va a llevar. También es un instrumento de venta, ya que sirve para vender el proyecto a otros, por lo que se debe cuidar mucho su elaboración y presentación. “Hay emprendedores que han llegado muy lejos sin plan de empresa, pero eso solo es viable cuando no se tiene muy claro cómo se va a hacer el proyecto, no hay referencias o se trata de un mercado nuevo”, aclara.

En CIADE consideran preferible que los propios emprendedores elaboren su plan en lugar de recurrir a un

consultor externo. Al hablar de su contenido, el catedrático cree que debe tener una extensión máxima de 35 páginas, “aunque es recomendable preparar un resumen ejecutivo de 1-3 páginas que presente el proyecto sin llegar a profundizar para evitar el plagio”.

El Capital Riesgo como fuente de financiación de nuevas empresas

La búsqueda de inversores es un proceso clave para el emprendedor; sin embargo, existen diferencias entre abrir el capital de la compañía y endeudarse. Para **Dominique Barthel**, directora general de la Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo (ASCRI), el Capital Riesgo es una buena fuente de financiación alternativa en estos tiempos de crisis, en los que la financiación bancaria tradicional está prácticamente parada. “El 80% de las operaciones de Capital Riesgo son de menos de 1 millón de euros y suelen estar dirigidas a la pyme”, explica.

El CR conlleva una aportación de recursos propios, es decir, la entidad financiadora entra como accionista en la empresa, normalmente de forma temporal, en torno a 6 años. Esta participación suele ser minoritaria, aunque suficiente para poder trabajar activamente en la compañía. El objetivo es contribuir al nacimiento, desarrollo o expansión de la empresa, para que cuando la entidad decida vender su participación, esta compañía ya haya crecido y aumentado su valor y, de esta forma, la entidad de CR obtenga su beneficio. “Las entidades de CR no son ONG’s, sino que tienen unos inversores detrás que buscan su propia rentabilidad”, destaca Barthel.

Para la ejecutiva de ASCRI, las empresas financiadas con CR obtienen mejores resultados, crean más empleo y se expanden más que las que no lo utilizan. “Esto se debe a que además de la financiación, las empresas reciben ayuda muy valiosa en la gestión”. Sin embargo, la experiencia es distinta a otros países como EE.UU. y actualmente en España no hay mucha inversión de CR en las fases iniciales de creación de empresas (menos del 1%).

¿El momento actual de crisis condiciona especialmente al Capital Riesgo para apostar por nuevos proyectos innovadores?

“No lo condiciona en absoluto. El *venture capital*, –parte del Capital Riesgo que invierte más en proyectos nuevos–,



no depende de la financiación bancaria de acompañamiento, por lo que ha habido igual o más proyectos que antes”, asegura Barthel.

Alejandro Vesga, director de la revista *Emprendedores*, apunta que muchos emprendedores piensan que el Capital Riesgo debería llamarse ‘capital miedo’ por su actitud conservadora, invirtiendo grandes sumas en proyectos ya consolidados y casi nada en nuevos proyectos. Barthel reconoce que el nombre no es el más acertado: “sería más bien ‘Capital de ventura’: cuando inviertes en una empresa, siempre hay un cierto riesgo, pero no un riesgo ilimitado y sin control”.

Redes de viveros de empresas

Un vivero de empresas es una estructura de acogida temporal pensada para ubicar a empresas en sus primeros pasos en el mercado, y prestarles determinados servicios adaptados a cada proyecto, con el fin de facilitar el desarrollo germinal de las iniciativas empresariales.

Iñaki Ortega, director gerente de Madrid Emprende, Agencia de Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Madrid, considera que desde su institución siempre han tenido claro que la clave para el futuro de la ciudad se encuentra en las 3 E’s: Emprender, Empleo y Empresas. “Desde el año 2007, la Agencia ha incubado unas 200 nuevas empresas, que han creado 500 puestos de trabajo y están facturando 18 millones de euros”.

Los viveros están para que las empresas permanezcan una temporada limitada (2-3 años), tiempo necesario para fortalecerse y poder asumir los retos del mercado. “Los viveros de Madrid Emprende son de pago (11€ /m²) y se accede tras pasar un estricto programa de selección en función del plan de negocio”, explica.

Para Ortega, la inversión que está haciendo el Ayuntamiento en viveros de empresas podrá tener pronto un retorno rentable vía ingresos fiscales, gracias a los impuestos pagados por estos emprendedores. “Invertir en emprendedores no es un gasto, es un ingreso futuro para la sociedad, es la única forma de que un país como España pueda sostenerse en el futuro”, concluye.

¿Qué servicios valoran más los usuarios de los viveros de empresas?

Como aspectos más relevantes se destacan: un local más económico y unos servicios comunes de apoyo. “En definitiva, el hecho de poder empezar a un precio inferior al del mercado”. Alejandro Vesga opina que los emprendedores acuden a los viveros por el precio, y cuando salen lo que más valoran es el servicio recibido.

La Franquicia

El sistema de franquicias se ha convertido en una fórmula cada vez más conocida y extendida a la hora de poner en marcha una actividad empresarial. Según el último informe *La Franquicia en España*, elaborado por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) y actualizado a diciembre de 2009, desde el año 2007 ha habido un crecimiento del 5% de nuevas marcas o enseñas que están desarrollando proyectos de franquicia. En opinión de Eduardo Abadía, gerente de la AEF, “este es un dato alentador en esta época de crisis que vivimos”.

Por comunidades autónomas, el estudio refleja que el 32% de las centrales franquiciadoras están ubicadas en Madrid, el 27% en Cataluña, el 11% en Valencia, y un 10% en Andalucía. Entre las cuatro primeras comunidades se desarrolla el 80% de la actividad del sector. Por sectores de actividad, en primer lugar se encuentra la moda, con un 21%, hostelería le sigue con un 17%, y el tercer lugar es para el de belleza, que es el que más ha crecido en los últimos tres años.

“Hace 4 años no había problemas de franquiciados (había candidatos), había un grave problema de locales (muy caros y poco rentables), y también teníamos financiación. Hoy tenemos todos los locales que queremos y podemos negociar; franquiciados los seguimos teniendo y, en cambio, nos falta financiación”, explica Abadía.

¿Qué aspectos son fundamentales para escoger franquicia?: marca, capacitación constante, empresa consolidada...

“Nunca ha habido tanta información para poder elegir. Los aspectos más importantes serían lo que le guste al propio emprendedor y las posibilidades de inversión que tenga”, indica Abadía.

El papel de los medios de comunicación

Hace menos de 10 años que los medios de comunicación empiezan a darle importancia al emprendedor, a recoger contenidos y darle un enfoque más abierto. “En 14 años de historia que tiene la revista Emprendedores hemos notado un cambio espectacular en la sociedad respecto al interés suscitado por el emprendimiento”, destaca su director, Alejandro Vesga.

Los medios de comunicación tienen una responsabilidad importante en poner en valor la figura del empresario, en buscar modelos de pequeños empresarios exitosos, analizar y filtrar las actividades que hacen las administraciones y otros agentes del mundo del emprendedor y ofrecer una información lo más clara y divulgativa posible. Vesga considera que los medios deben ‘escuchar’ a todas las instituciones para mejorar, además de aplicarse una célebre frase cinematográfica: “un gran poder conlleva una gran responsabilidad”.

¿Cómo se pueden aprovechar las redes sociales para fomentar el espíritu emprendedor?

Las redes sociales son un fenómeno tremendo en nuestra sociedad, que vienen para quedarse. Son vehículos que potencian la velocidad de transmisión del conocimiento. Es importante su componente viral, es decir, la capacidad para conectar a los emprendedores entre ellos. “Representan una herramienta muy potente que deberían utilizar las instituciones para fomentar el espíritu emprendedor, opina Vesga.

La experiencia de emprender

Sanyu Karani, desde su experiencia en Econet Consultants, empresa que fundó hace años junto a su socio y que actualmente preside, considera fundamental el desarrollo tecnológico para la puesta en marcha de proyectos emprendedores. “Gracias a Internet, las nuevas tecnologías, las redes sociales y las compañías *low cost* pudimos tener una presencia multinacional desde los primeros años de la empresa”.

A la hora de emprender un proyecto exitoso considera muy importante encontrar una buena oportunidad de negocio. También el apoyo familiar,

fundamentalmente económico, es básico para los emprendedores en los comienzos. “A nosotros nos dieron la oportunidad de equivocarnos”, dice Karani, que cree que la clave de su éxito estuvo en que “cada día éramos conscientes de la necesidad de reinventarnos un poco”.

¿Cree que el modelo de empresa socialmente responsable es conocido e implantado suficientemente por los emprendedores?

“El emprendimiento social está funcionando muy bien, es una oportunidad de negocio y una manera de diferenciarse. Hay más apoyo de las instituciones para este tipo de emprendimiento”. Por otra parte, Isidro de Pablo explica también que el

emprendedor social se diferencia del emprendedor tradicional o mercantil en que es el que emprende para otros, no busca una rentabilidad inmediata y genera valor social. “Un emprendedor tradicional debe ser socialmente responsable y tener un enfoque de empresa sostenible para ser un buen ciudadano. Es un medio y es un fin al mismo tiempo”, concluye. ▽



Isidro de Pablo

“Muchas veces se olvida el plan de empresa a la hora de emprender y supone uno de los motivos de las desastrosas estadísticas de supervivencia de las nuevas empresas”



José R. Almoguera

“La misión de las instituciones no es crear empleo directamente, sino diseñar políticas y poner en marcha medidas que favorezcan un entorno adecuado para atraer a los emprendedores”



Dominique Barthel

“El Capital Riesgo es una buena fuente de financiación alternativa en estos tiempos de crisis en los que la financiación bancaria tradicional está prácticamente parada”



Sanyu Karani

*“Gracias a Internet, las nuevas tecnologías, las redes sociales y las compañías *low cost* pudimos tener una presencia multinacional desde los primeros años de la empresa”*



Alejandro Vesga

“Los emprendedores acuden a los viveros de empresas por el precio y cuando salen lo que más valoran es el servicio recibido”



Iñaki Ortega

“La inversión en viveros de empresas podrá tener pronto un retorno rentable vía ingresos fiscales”



Eduardo Abadía

“Desde el año 2007 ha habido un crecimiento del 5% de nuevas marcas o enseñas que están desarrollando proyectos de franquicia. Es un dato alentador en esta época de crisis que vivimos”