



Emprender y sus vicisitudes en el entorno español actual

Undertaking and its vicissitudes in the current Spanish environment

■ Luis Ruano*

■ Pocas palabras han irrumpido con tanta fuerza y se han puesto tan de moda en nuestro país en los últimos dos o tres años como el término «emprendedor». Anteriormente a esta explosiva corriente, cuando pensábamos en un emprendedor identificábamos a una persona que adoptaba una actitud proactiva para enfrentarse a sus problemas, convirtiéndolo en retos y aportando soluciones.

Sin embargo, al emplear hoy el término «emprendedor» se nos representa la imagen de una persona joven que tiene una idea de negocio que quiere desarrollarla a través de la creación de una *startup*, principalmente dentro del sector de las nuevas tecnologías (software-hardware) vestido con zapatillas, vaqueros y, para completar el tópico, con una camiseta rotulada con el nombre de su *startup*.

1. ¿Qué es ser emprendedor?

La palabra «emprendedor» se está utilizando para referirnos a aquellas personas que ponen en marcha una empresa con el objetivo de desarrollar su idea. El vocablo emprendedor es una adaptación del término inglés y francés «entrepreneur». Y con su uso, quizá, se pretenda evitar la tan denostada palabra «empresario»; además, se utiliza el término *startup* para evitar emplear el de «empresa». En cualquier caso, para no ir en contra de la tendencia, en este texto usaremos los vocablos «emprendedor» y «startup».

También existe la figura del *intraemprendedor*, que es aquella persona que trabajando dentro de una organización (empresa ya constituida y en funcionamiento) se dedica a tareas orientadas a crear nuevos productos o líneas de negocio, o a alumbrar nuevas visiones estratégicas. En ocasiones, esa labor puede desembocar en la aparición de lo que se denomina una *Spinoff*. Es decir, la creación de una empresa totalmente inde-

* El autor es ingeniero economista y desarrolla su actividad en el sector del *Venture Capital*. Director de Ricar.

El *Blériot XI*, monoplano creado en 1909 por Louis Blériot, fue el primer avión en cruzar el Canal de la Mancha (Julian Herzog)

pendiente para segregar la nueva actividad o la comercialización del nuevo producto o servicio.

Para ser emprendedor hay que estar dotado de cierta osadía para poder tomar decisiones valientes, lo cual no significa, ni mucho menos, que haya que ser imprudente o irresponsable. Una de las principales tareas del emprendedor es formarse e identificar los riesgos existentes para tratar de acotarlos y minimizarlos. Dar el paso de lanzar su *startup* puede tener una motivación social, la búsqueda de prestigio o, sencillamente, de beneficios económicos (porque se ha identificado una oportunidad en un determinado tipo de actividad).

En la coyuntura económica en la que nos encontramos, con tasas de desempleo disparadas, conviene distinguir entre aquellas personas que emprenden por vocación de las que lo hacen por necesidad. Sin duda, hablar de la casuística del «emprendedor por necesidad» que decide capitalizar su prestación por desempleo para financiar la puesta en marcha de su negocio necesitaría entrar en otro tipo de explicaciones merecedoras de otro artículo.

Una de las cuestiones que debe plantearse todo emprendedor es si inicia su negocio en solitario o acompañado. Sin duda, en el caso de emprendedores sin experiencia empresarial y con recursos limitados, lo recomendable es hacerlo con otras personas que les acompañen en este viaje. El equipo debe ser compensado y complementario y contar como mínimo con tecnólogos, gestores, especialistas en marketing, procesos y finanzas.

Otra recomendación sería emprender siempre que sea posible bajo la filosofía *Lean Startup*. Es decir, emplear los mínimos recursos posibles para ser capaz de lanzar cuanto antes un producto mínimamente viable y vendible, con el que obtener enseguida un *feedback* real por parte de los potenciales clientes.

2. Principales obstáculos para ser emprendedor en España

Empezaré este apartado identificando los aspectos culturales y educativos, que, a mi parecer, son una de las barreras más importantes para lanzarse a desarrollar un negocio.

España ha sido un país de Conquistadores, ya en el siglo xv existía un problema en nuestra economía y, en lugar de emplear el esfuerzo en la creación de ingenios, máquinas, procesos o negocios para generar riqueza en la sociedad, nos lanzamos a explorar nuevos territorios. Por otro lado, todos recordamos las palabras que Miguel de Unamuno puso en boca de Román en su ensayo *El pórtico del templo* (1906): «Inventen, pues, ellos y nosotros nos aprovecharemos de sus invenciones. Pues confío y espero en que estarás convencido, como yo lo estoy, de que la luz eléctrica alumbra aquí tan bien como allí donde se inventó». Sin embargo, esta visión sobre la I+D parece que está empezando a cambiar.

A lo que hay que sumar el hecho de que en los programas educativos nos enseñan conceptos como «riesgo», «éxito», «fracaso», «empresario», «empresa» o «beneficio» con connotaciones negativas. Tan malo es que se nos haya inculcado el miedo al fracaso, como el miedo a tener éxito y poder ganar dinero con nuestro negocio sin levantar envidias. Sin duda, el sistema educativo debe reaccionar y adaptarse a esta nueva realidad, en la que cada uno de nosotros tiene que estar preparado para asumir riesgos y, en un momento determinado, ser capaz de generar una empresa que, como mínimo, le proporcione su propio empleo.

Tal vez, como consecuencia de lo anterior, es habitual —aunque cada vez menos frecuente— encontrar emprendedores sin ambición que ponen barreras y límites geográficos a su crecimiento y expansión.



En sus planes de negocio no contemplan crecer como empresa ni salir a conquistar mercados internacionales, y centran su negocio en la zona de influencia de su localidad de residencia. Es cierto que un emprendedor de EEUU juega con ventaja, ya que su *startup* desde el inicio se dirige a un único mercado de más de 300 millones de personas con un único idioma. Sin embargo, en España nos encontramos con que no existe una unidad de mercado real, sino un conjunto de trabas diversas impuestas por las Comunidades. Además, si quieres crecer en Europa, existe la barrera idiomática y cultural, ya que no es lo mismo el mercado alemán que el mercado italiano o el finés.

Cuando consulto las encuestas existentes en las que se pregunta a los emprendedores cuáles son los principales motivos para no emprender un negocio, habitualmente figura en primer lugar la falta de financiación

(lo que trataremos en el siguiente apartado) y, en segundo lugar, las trabas administrativas y burocráticas.

Efectivamente, si tomamos como referencia los diferentes estudios que publican diversas instituciones internacionales, observamos cómo España no obtiene buenos resultados en este aspecto. El estudio *Doing Business 2015: más allá de la eficiencia*, elaborado por el Banco Mundial con datos 2014, sitúa a España dentro de su clasificación en «Facilidad para hacer negocios» en el puesto 33. Esto nos coloca por detrás de países como Colombia, Perú o Montenegro, y muy lejos de los líderes mundiales como EEUU, Hong Kong o Nueva Zelanda. La clasificación de «Facilidades para la creación de empresas» ubica a España en el puesto 74 sobre 189 países. Y otros estudios realizados por instituciones distintas a las señaladas tampoco nos dejan en buen lugar. Dicho lo cual, hay que decir que, con

respecto al pasado, parece que existe una tendencia a la mejora.

Podríamos discrepar acerca de si estas clasificaciones son más o menos representativas de la realidad. Pero la conclusión es que no estamos en un país especialmente atractivo para desarrollar una actividad empresarial. Es cierto que los distintos Gobiernos han puesto en marcha diversas medidas para mejorar la situación (administración electrónica, la reciente Ley de Apoyo a Emprendedores, etcétera), pero no podemos caer en la autocomplacencia; hay que seguir mejorando aspectos tan importantes como la seguridad jurídica, la unidad de mercado o la simplificación de los procesos y los trámites administrativos.

3. Alternativas de financiación para desarrollar una *startup*

En el anterior apartado hemos anticipado como el principal factor que esgrimen los emprendedores para no alcanzar el éxito de su *startup* es la falta de financiación. Pero, antes de lanzarnos a buscarla hay que tener perfectamente claro cuánto dinero va a necesitar nuestro negocio y a qué lo va a destinar. Además, en el proceso de búsqueda de financiación interviene lo que en teoría económica se denomina asimetría de la información, ya que en esta relación el emprendedor tendrá toda la información y el inversor muy poca. Por ello, para que el proceso se cierre con éxito, el emprendedor debe emplear todas sus dotes comunicativas para transmitir toda la información acerca de él y de su *startup* para que el inversor, a medida que vaya conociendo su plan de negocio, confíe en que el emprendedor es una persona cualificada para desarrollarlo, lo que le permitirá arriesgar su dinero en el proyecto y la persona que lo desarrolla.

Analicemos a continuación, sin querer ser exhaustivos, los principales conceptos y fuentes de financiación disponibles en el mercado:

- *Financiación por el cliente*: Quizá, ésta es la mejor fuente de financiación que puede tener una empresa. En muchas ocasiones los emprendedores se lanzan a buscar financiación para su *startup*, convirtiéndose esta actividad más en un fin en sí mismo que en un medio. Son más frecuentes de lo deseable los casos de *startups* que se crean sin tener definido cuál es su mercado, cuáles son sus clientes y si estos clientes estarían dispuestos a pagar por su producto, por qué importe y de qué manera harán efectivo el pago. En ciertos casos, debe analizarse la posibilidad de conseguir, si el producto que estamos creando así lo merece, involucrar en la financiación de su desarrollo a clientes pioneros (*early adopters*) que estén dispuestos a pagar un anticipo por ser los primeros en disponer del producto. Es obvio que una empresa sin clientes no tiene ningún sentido y que debería cesar su actividad cuanto antes.
- *Financiación por el proveedor*: En la realidad son más frecuentes de lo que nos podríamos imaginar los casos en los que, gracias a la financiación que se consigue de los proveedores, los proyectos empresariales pueden salir adelante. Por lo tanto, es una opción que debe ser considerada en cada caso.
- *Financiación por el emprendedor*: Es la primera financiación que debe recibir cualquier proyecto. Para involucrar a otros financiadores en los riesgos es muy importante que el propio emprendedor sea el primero en dar el paso y en hacer la primera aportación. Dado que en la gran mayoría de los casos los recursos financieros de una persona física son

muy limitados, el resto de financiadores esperan que la cantidad que aporte el emprendedor sea proporcional a sus posibilidades. En esta línea, me gustaría destacar que el emprendedor puede aportar al proyecto diversos recursos, que van más allá de una cuantía económica, como el espacio físico que será utilizado por la empresa, horas de trabajo, conocimiento, patentes, licencias, etcétera. Es muy importante cuantificar claramente estas aportaciones a precio de mercado y que queden reflejadas en los estados financieros de la *startup*. Lo que no aparece en los estados financieros no existe. Cuando el emprendedor pone en marcha su *startup* utilizando únicamente recursos propios de cualquier tipo aportados por él, se emplea el concepto *bootstrapping*.

- *Friends, Family and Fools*: Nos referimos al capital que es aportado por gente del propio entorno del emprendedor. En el proceso de búsqueda de financiación es muy importante transmitir confianza y, si el emprendedor no es capaz de involucrar a sus familiares, amigos o conocidos por motivos personales o profesionales para que respalden su *startup* y aporten financiación, resultará muy difícil que un inversor profesional apueste por él. Este tipo de financiación es más adecuado para las fases iniciales del proyecto, suele ser de importe reducido y necesita pocos trámites formales.
- *Financiación por Business Angels*: En este caso se trata de empresarios, profesionales liberales o directivos que disponen de unos ahorros que han decidido emplear en financiar una *startup*. Este tipo de inversores únicamente se sienten cómodos financiando *startups* que se encuentren dentro de su mismo sector de actividad profesional o su área de conocimiento. Generalmente, no son expertos en los aspectos económicos y financieros a

la hora de analizar la viabilidad de la inversión, pero sí poseen experiencia y olfato que les permite tomar la decisión de arriesgar su dinero en una determinada *startup*. Son unos financiadores especiales, ya que por su conocimiento y experiencia profesional, lo que les mueve es la idea de negocio y por ello van a querer involucrarse de una manera más activa que otros inversores. Lo que debería aprovechar el emprendedor para obtener de ellos no solo su dinero, sino todo aquello que puedan aportar. Cuando un negocio está arrancado, los contactos, los consejos, la visión estratégica o de negocio son muy útiles para el emprendedor y su *startup*. Cuando un inversor aporta a la empresa en la que invierte un valor añadido que acompaña a su dinero (contactos, consejos, etcétera) se emplea el término *Smart Money*. Lo habitual es que cada *Business Angel* tome su decisión de forma individual y que invierta en solitario en las empresas. Sin embargo, están proliferando diversas redes de *Business Angels* que ofrecen inversiones conjuntas con las que minimizar su riesgo y maximizar las probabilidades de éxito de la *startup*. En AEBAN (Asociación española de *Business Angel*, www.aeban.es) se puede encontrar información al respecto.

- *Financiación por Family Offices*: Se trata del patrimonio financiero de una determinada familia que es gestionado de manera profesional buscando inversiones de las que poder obtener una rentabilidad. Empieza a ser habitual en España encontrar en el mercado casos de *Family offices* que han invertido directamente en una *startup* o bien indirectamente aportando su dinero en un *Venture Capital* con el que se financiarán proyectos de *startups*.
- *Crowdfunding*: Es un vocablo proveniente de EEUU que ha irrumpido

con fuerza en los últimos dos años en España. Incluso el gobierno ha aprobado recientemente una Ley con la que regular este tipo de actividad. Sin embargo, para entendernos, se trata de algo que se viene haciendo desde siempre y que, por ejemplo, ya se empleó en la antigüedad para financiar la construcción de obras civiles (una muralla defensiva) o religiosas (ermitas). El *crowdfunding* es, en definitiva, lo que en España conocemos como «suscripción popular» para sacar adelante un determinado proyecto a través de aportaciones individuales de pequeñas cantidades de dinero. Podríamos distinguir además tres tipos de *crowdfunding*: a) cuando esas microaportaciones se canalizan a través de formato de préstamo, b) cuando lo que se produce es la colaboración mediante el intercambio de servicios necesarios para desarrollar la *startup*, y c) cuando con la aportación no se recibe una participación en el negocio sino una recompensa (camiseta, el producto fabricado en las primeras series, etcétera).

- *Financiación mediante Venture Capital-Private Equity*: Se trata de equipos de profesionales que gestionan fondos aportados por otros inversores, que centran su actividad en la búsqueda de oportunidades de inversión, el análisis de su viabilidad, la negociación de la inversión y las labores de seguimiento hasta su desinversión. Son inversores temporales que financian a través de la toma de participación en el accionariado de la empresa invertida y que buscan obtener una plusvalía en la desinversión mediante la revalorización de la *startup* gracias al éxito de la puesta en marcha de su plan de negocio. Para una *startup* contar con este tipo de financiación supone un plus adicional, ya que proporciona una gran credibilidad frente a clientes, pro-

veedores, entidades financieras e incluso administraciones públicas. Este tipo de inversores analizan múltiples aspectos de la *startup*, pero los dos a los que más importancia atribuyen son que cuente con un equipo gestor comprometido, compensado y complementario, y que tenga potencial de crecimiento y escalabilidad. ASCRI (Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo, www.ascricri.org) es la asociación española de capital riesgo.

- *MARF (mercado alternativo de renta fija)*: En el caso español es un mercado de reciente creación, no así en otros países donde está arraigado y cuenta con más tradición. Es un instrumento que pueden emplear empresas consolidadas con cierto tamaño mediante el cual recaudan financiación en el mercado colocando deuda emitida por la propia empresa.
- *Financiación mediante MAB (Mercado alternativo bursátil)-IBEX*: Debido a los trámites ante la CNMV y los costes que acarrea, esta fuente es adecuada para obtener grandes volúmenes de financiación mediante la salida al mercado de acciones (oferta pública de venta, OPV) y apropiada para empresas de gran tamaño y altamente profesionalizadas en sus equipos de gestión.
- *Financiación pública*: Actualmente las administraciones públicas están facilitando subvenciones, préstamos blandos e incluso préstamos participativos. En función del lugar de ubicación de la *startup*, se pueden obtener de los Ayuntamientos, Instituciones Provinciales, Autonómicas, Nacionales y por supuesto también Europeas.

La financiación bancaria para una *startup* quizá no sea el instrumento más adecuado, ya que este tipo de empresas suelen ser

intensivas en conocimiento con un peso elevado del inmovilizado inmaterial y un irrelevante activo material que pueda ser utilizado como garantía para la concesión de la financiación. Además, lo más habitual es que los propios emprendedores tampoco cuenten con un respaldo financiero que permita garantizar la recuperación por parte del banco de su financiación. Esto no significa que sea imposible obtenerla, sino simplemente que hay que manejar correctamente los tiempos y todas las opciones para optar a la financiación más adecuada en función de la madurez de la *startup*.

4. Conclusiones

El movimiento emprendedor ha llegado para quedarse. Los niños entraban en la guardería queriendo ser astronautas y, cuando salían de la Universidad, su objetivo era convertirse en funcionarios. Esta forma de ver el futuro laboral ya ha comenzado a cambiar. Incluso las madres ya cuentan a sus amigas con cierto orgullo que su hijo ha creado una *startup* que desarrolla aplicaciones para móviles.

El ecosistema emprendedor nacional está en un momento de máxima ebullición. Prácticamente todas las escuelas de negocios tienen su línea de formación para emprendedores, sus foros de inversión o sus espacios de *coworking*. Las universidades también se están empezando a subir a este tren. En cualquier parte de España existe un vivero de empresas promovido por una Administración Pública. Cada semana se anuncia la creación de una nueva aceleradora para cobijar y acompañar a las *startups* o se ponen a disposición de los emprendedores múltiples programas de mentorización. Desde la parte inversora, la figura del *Business Angel* era prácticamente desconocida e inexistente hace un par de

años y en estos momentos son muchas las personas que ya han dado el paso y se han convertido en *Business Angel*, bien a título individual o bien asociándose a las diversas plataformas existentes de coinversión. Algo similar podríamos decir del *crowdfunding* y del resto de fuentes de financiación alternativas mencionadas en el anterior apartado. Incluso las grandes corporaciones empresariales españolas han lanzado sus propios programas de apoyo a emprendedores con la creación de viveros, concursos o fondos para invertir en su capital (Everis, Iberdrola, Telefónica, Repsol, etcétera) Y algo similar ha ocurrido con las entidades financieras donde BBVA, Sabadell, Ibercaja, etcétera cuentan con líneas específicas para las necesidades de las *startups*, destacando la Caixa a través de su brazo inversor Caixa Capital Risc como la iniciativa más consolidada y con más trayectoria. Y me gustaría destacar la iniciativa plausible y atrevida adoptada por el Gobierno a través del ICO (Instituto de Crédito Oficial) para canalizar fondos para apoyar la financiación empresarial a través de gestoras profesionales de Capital Riesgo.

En mi opinión, aún deberá transcurrir algún tiempo para que la maquinaria quede perfectamente engrasada y todos los agentes que intervienen en este ecosistema alcancen su madurez. Nos encontraremos en una situación similar a la observada en otros países donde surgen proyectos ambiciosos y escalables, con equipos profesionales y consistentes que crean su *startup* y obtienen la financiación necesaria para poder llegar al mercado y financiar su crecimiento. En esta cuestión soy optimista, ya que opino que somos un país con talento y que ha demostrado en estos últimos años una asombrosa capacidad de adaptación para superar enormes dificultades y crear de la nada un exuberante ecosistema emprendedor.

