



TODO EMPLEO

Capital y equipo son claves para los negocios innovadores; una idea sin recursos ni partícipes resulta arriesgada

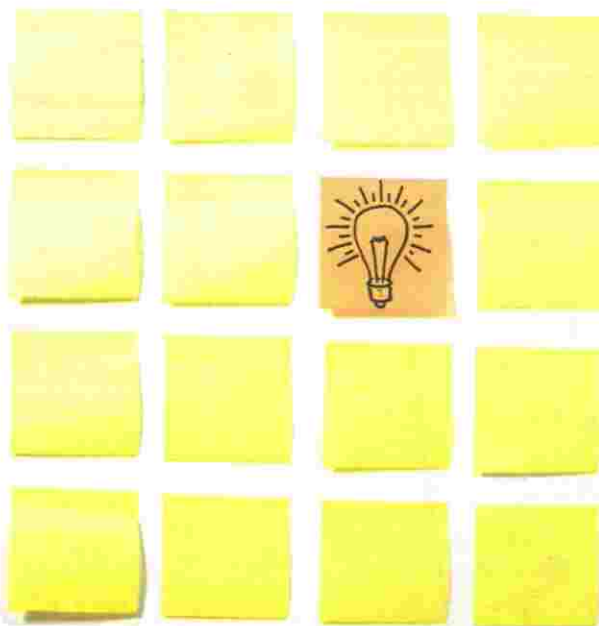
CÓMO HACER EXITOSA UNA IDEA INNOVADORA

E. H. Jiménez

Solemos pensar que el elemento central de un buen negocio es contar con una idea innovadora: múltiples ejemplos, desde Google hasta Facebook, nos llevan a pensar que conseguir un producto distinto es lo que genera una empresa exitosa. Sin embargo, las ideas novedosas pueden ser también una trampa que nos lleven a embarcarnos en travesías demasiado arriesgadas.

Por ello, asegura Juan Roure, profesor de Iniciativa emprendedora de IESE, el primer paso debe ser el de diferenciar entre lo que es una buena idea y lo que es una oportunidad de negocio, lo que no siempre coincide. "A la hora de emprender un negocio hemos de tener en cuenta que inventar está muy bien, pero copiar también. Hay mercados que van muy por delante de nosotros en algunos temas y que generan mucha innovación. En ellos se pueden explorar segmentos que cuentan con ventajas competitivas y propuestas de servicios nuevos con el objetivo de implantarlos en otros lugares".

En segundo lugar, hemos de tener en cuenta que emprender no tiene limitaciones. "Encontrar una buena oportunidad dependerá de cómo gestionas determinados aspectos de tu vida y de tu experiencia, de tus redes de relación y de tu conocimiento del entorno, no de características personales. Ni siquiera la edad es un inconveniente, ya que hay datos que señalan que los porcentajes de éxito son mayores entre las personas que emprenden a partir de los 50".



Las buenas ideas apuritan necesidades y necesitan recursos para materializarse

GETTY

Una buena idea, asegura Jordi Vinaixa, director académico del Instituto de iniciativa emprendedora de ESADE, tiene que ver tanto con la identificación de una necesidad como con que alguien esté dispuesto a pagar por la solución que le ofrecemos. Por eso, la pregunta que deberemos realizarnos a la hora de iniciar un negocio es si realmente contamos con una proposición de valor que dé respuesta a alguna necesidad de nuestros futuros clientes. "Si la contestación es afirmativa, deberemos plantearnos cómo nos vamos a diferenciar y cómo vamos a conseguir que el cliente o el con-

sumidor perciban nuestra diferencia. Como siempre encontraremos competencia, habremos de posicionarnos de un modo claramente reconocible y que genere valor. Y una vez que hemos dado todos esos pasos, tendremos que pensar cómo vamos a entregar y a cobrar nuestra propuesta".

Primera fuente de financiación

En cuanto a los recursos para poner en marcha esa empresa, lo habitual, señala Roure, es que acudamos a las tres efes, Friends, Family, and Fools ("amigos, familia y amigos y despistados") que suelen ser la fuente de financiación primera.



Emprender no tiene límites, pero sí riesgos

Pero hay otras formas de lograr que las empresas inicien su trayectoria con buen pie. ESADE puso en marcha una iniciativa llamada 'Speed dating', en la que emprendedores que contaban con proyectos tecnológicos o científicos se ponían en relación con personas dedicadas a la gestión que les ayudaban a la hora de diseñar un modelo de negocio. Según Vinaixa, acciones como el 'speed dating', "un punto de encuentro entre quienes tienen soluciones científicas o tecnológicas y aquellos que pueden implementar un proyecto con éxito, son un buen ejemplo de hasta qué punto la inventiva y la gestión han



GETTY IMAGES

de complementarse. Tener una buena idea significa contar con ambas cosas". Sin ese saber poner en valor la idea ésta vale poco, y sin un elemento que nos diferencie del resto de operadores en el mercado, la empresa tampoco tendría mucho recorrido.

Para Roure, una de las claves para lograr que el negocio funcione correctamente va más allá de dibujar un buen planteamiento en tanto esas líneas generales hay que saber ejecutarlas en el día a día. Por eso afirma que "la estrategia de equipo es la más crítica de todas, ya que es el equipo lo que te da la capacidad de desarrollarte y de imple-

EL PRIMER RECURSO FINANCIERO ES ACUDIR A LAS TRES EFES: 'FRIENDS, FAMILY AND FOOLS'

mentar el negocio". Para los casos en que la empresa signifique ante todo autoempleo, "el emprendedor tiene que ser honesto consigo mismo y conocer sus fortalezas y debilidades para saber complementarse adecuadamente, en lo interno y en lo externo". Si, por el contrario, hablamos de una empresa de alto crecimiento, la característica clave del emprendedor "consiste en saber crear equipos, incluso compartiendo el proyecto a nivel de propiedad con personas claves".

Si todo el proceso se ha realizado correctamente, el dinero llegará sin problemas, afirma Roure. "Hay muchos fondos disponibles,

y en función de la cantidad que se necesite habrá agentes muy distintos que los proporcionarán". Al margen de las tres efes, "hay redes de inversores privados, que tienen cada vez mayor presencia, y ligadas a ellos, también comienza a haber fuentes públicas. Hay algunas subvenciones más o menos rápidas y algún banco está planificando dar créditos rápidos para los emprendedores. Cantidades pequeñas, del orden de 100.000 euros, no son tan difíciles de conseguir". Roure es presidente de la asociación española de 'business angels networks', inversores que arriesgan su capital en nuevas empresas con gran potencial de crecimiento ('start-ups') y que suelen exigir a cambio una participación accionarial. Los 'business angels' cubren ese espacio de inversión que va entre los 100.000 euros que pueden conseguirse recurriendo a los allegados y el millón de euros que es el mínimo que suele aportar el capital riesgo en esta clase de proyectos.

Programa y fases

Roure aconseja plantearse el negocio por fases, de forma que primero se pueda contrastar la idea. Así será más fácil encontrar capital, en tanto se va creando credibilidad al comprobar que el modelo de negocio funciona. "El inversor ha de tener confianza en el proyecto y en el equipo, y si ve que éste marcha, será más fácil que dé el paso". Además, hay otra ventaja de ir por fases, como es no sobredimensionar la empresa. "Hay gente que quiere conseguir un dinero que no va a necesitar en los primeros meses. Es más fácil levantar 200.000 euros que dos millones, por lo que debemos ser capaces de funcionar más modestamente hasta que hayamos generado la suficiente confianza como para conseguir el capital para crecer".

Para Roure, el emprendedor debe ser consciente de que "levantar dinero es una actividad prácticamente permanente para cualquier organización que quiera crecer". En esa tarea, son claves los socios, de los que no sólo se debe buscar que aporten capital. "Si el socio tiene experiencia, podrá apoyar en muchos más aspectos que el económico".