

EMPRENDER CON ÉXITO Con la creación empresarial cayendo un 30% respecto a 2008, quienes se planteen lanzar una idea deberán hacerla viable sin depender en exceso de financiación externa.

Lo que necesita saber para tirarse a la piscina empresarial

Ana Romero, Madrid

La crisis está pasando factura a casi todo cuanto se pone a su vista, incluidas algunas ideas de negocio que podrían haber prosperado si la situación fuera más favorable.

Entre los meses de enero y septiembre de 2008 se registraron 83.553 sociedades mercantiles, según datos del Instituto Nacional de Estadística. En las mismas fechas este año, sólo se crearon 58.540 empresas, lo que significa un descenso del 30% en la natalidad empresarial. "Las cifras corroboran la idea de que los emprendedores se están tentado más la ropa antes de lanzarse a la piscina empresarial", señala Alfredo Fernández, profesor de la escuela de negocios EOI. Pese a ello, las ideas de negocio siguen viendo la luz, aunque a ritmo más lento y con mayores dificultades de financiación. Los expertos coinciden en señalar que la con-

Orientar el negocio desde el producto y no desde la necesidad del cliente es un error del empresario novel

cesión de préstamos para iniciativas empresariales está bajo mínimos, de modo que, aunque no faltan proyectos viables, las garantías que en otro momento resultaban suficientes para poder ponerlos en pie ahora han dejado de serlo.

Si ser emprendedor siempre ha requerido de un determinado carácter y seguir con celo la elaboración de un sólido plan, en las circunstancias actuales es aún más necesario verificar cada parte del proceso de creación empresarial.

Emilio Cires, del Centro de Creación de Empresas de la Dirección General de Política de la Pyme, señala que en la actualidad las iniciativas empresariales con más posibilidades corresponden a sectores como los servicios avanzados a empresas -externalización de procesos e incorporación de nuevas tecnologías-, las actividades relacionadas con la responsabilidad social corporativa y las vinculadas al tiempo libre, entre otras. Además, la dirección General de Política de la Pyme tiene un Centro de Asesoramiento a Emprendedores que ofrece herramientas que facilitan la confección de un plan de empresa.

Fernández añade que entre las posibles fuentes de búsqueda de una idea de negocio se encuentra hacer coincidir las aficiones personales con el desarrollo profesional. "Esto no es una idea romántica, sino una realidad que funciona en el caso de algunas personas", afirma.

Además de contar con el asesoramiento adecuado, es importante tener conocimiento de la actividad seleccionada y del sector en el que se enmarca. "La impaciencia y orientar el negocio desde el producto, en lu-



Hacer coincidir las aficiones con el desarrollo profesional es fuente de ideas exitosas.

gar de hacerlo desde las necesidades del cliente son dos errores habituales en los noveles empresariales", advierte Fernández. Este profesional y Francisco Pérez, experto de la consultora de negocios Expertia, coinciden en señalar la importancia de que

los proyectos se sustenten solos, más allá de las ayudas que puedan conseguirse. Cuanto más industrial es un proyecto, más inversión inicial requiere. No debería abordarse más del 60% del esfuerzo con ayudas externas, advierte Fernández.

La gestación

BOMBILLA Y RELOJ

Hay que contar con una buena idea y saber cómo materializarla. Bucee en el sector elegido para conocer el producto o servicio, averiguando si el mercado ya ofrece algo similar. La idea es clave, pero también lo es saber cuándo y dónde llevarla a cabo.

PLAN DE NEGOCIO

Los pasos anteriormente descritos son los rudimentos de un plan de negocio. Un desarrollo serio de este documento evita riesgos innecesarios. Requiere realizar un presupuesto de inversión y calcular los posibles beneficios que se obtendrían con la actividad empresarial. Muchas instituciones públicas y privadas brindan ayuda a los emprendedores para elaborar estos cálculos básicos.

Moviendo papeles

FORMA Y REGISTRO

Escoja la forma jurídica de la empresa y acuda al Registro Mercantil para que expida una certificación que asegure que no hay otra con el mismo nombre.

CAPITAL INICIAL

Diríjase a una entidad financiera y abra una cuenta bancaria a nombre de la sociedad. El capital mínimo inicial, en el caso de una sociedad limitada, es de 3.005 euros. Para una sociedad anónima asciende hasta los 60.101 euros y a 1.803, si es una cooperativa con tres socios.

ÚLTIMAS GESTIONES

Vuelva al registro con la escritura de constitución, realice una declaración censal ante Hacienda y dé de alta a los trabajadores en la Seguridad Social. ¡Buena suerte!



María Isabel Martínez Martín
Profesora de EOI

Elenco de actores con peso en la economía

Cada vez hay mayor conciencia y acuerdo sobre la importancia de las pequeñas y medianas empresas en las economías occidentales. A su aportación económica en términos de empleo y de valor añadido bruto -en el caso español representan en torno al 80% y 70%, respectivamente- hay que sumar otras contribuciones de carácter más cualitativo, como la flexibilidad y el dinamismo que introducen en el tejido productivo; o la mejora de la cohesión social mediante la generación de actividad económica y empleo en los territorios menos favorecidos y para ciertos colectivos con dificultades. Por ello, en el complejo momento que atraviesa la economía cabe preguntarse por la situación de las pymes y por aquellas actuaciones que podrían mejorar su competitividad a me-

dio plazo. Un reciente trabajo de la Escuela de Organización Industrial EOI, *Factores de Competitividad de la PYME española 2008*, aporta algunas claves a esta doble cuestión.

El análisis de algunos factores de competitividad empresarial muestra que los recursos humanos son, tanto por su adecuación a las necesidades de cualificación de las firmas como por su alta implicación en ellas, uno de los factores de competitividad en los que la pyme muestra una mayor fortaleza. Pero su posición es más débil en otros factores como la mejora de la calidad, la internacionalización o la gestión. En gran medida, las micro y pequeñas empresas siguen sin identificarse plenamente con los procesos de certificación de calidad y ello se refleja en los bajos porcentajes de parti-

cipación en los mismos, en torno al 7,2% del total de pymes. En relación con la internacionalización cabe señalar que el porcentaje de pymes que vende sus bienes y servicios en el extranjero es muy pequeño y que las oportunidades del mercado nacional en las últimas décadas no han favorecido la salida al exterior como una acción estratégica. Otra de las claves del análisis de la situación de la pyme española es que sólo un reducido porcentaje de ellas incorpora el crecimiento empresarial como objetivo estratégico a corto o medio plazo. Si bien este resultado puede estar influido por la fase del ciclo económico en la que nos encontramos.

¿Cómo ven su situación actual las propias pymes? Las amenazas que éstas perciben con mayor intensidad están muy relacionadas con la coyuntura económica y se centran en la debilidad de la demanda y en las perspectivas económicas para los próximos años. Otras amenazas bastante generalizadas son la presión fiscal; la fuerte competencia en precios dentro de su sector; la inadecuación del sistema financiero a sus necesidades; y los elevados costes administrativos asociados a su actividad. Entre las oportunidades más importantes identifican el crecimiento demográfico de los últimos años; la existencia de un entorno favorable, que acoge con satisfacción a la empresa y sus actividades y una dotación adecuada de infraestructuras y comunicaciones.

Las pymes identifican muy pocas debilida-

des o desventajas como propias. La más importante es la de contar con una rentabilidad económica, una productividad y una eficiencia en costes inferiores a las de las grandes empresas. Entre sus fortalezas se señalan su estructura organizativa sencilla y poco piramidal; su potencial de diferenciación comercial, basado en el ajuste a las necesidades específicas del cliente; y su flexibilidad productiva.

¿Qué pymes están sorteando mejor la crisis? El perfil competitivo es el de una empresa con una plantilla en formación permanente y con

"Su estructura sencilla y su flexibilidad productiva son algunas de las fortalezas de las pequeñas compañías"

alto grado de estabilidad; exportadora; preocupada por la innovación e interesada en las medidas de apoyo a la misma; y que aplica técnicas de gestión como el *benchmarking* entre empresas o la autoevaluación. En este contexto, ¿qué cabe señalar de las políticas de apoyo a la pyme? Que las medidas de apoyo se ajustan, en general, a sus necesidades, pero su nivel de cobertura es muy pequeño y la difusión de las mismas, no es tampoco la más adecuada.