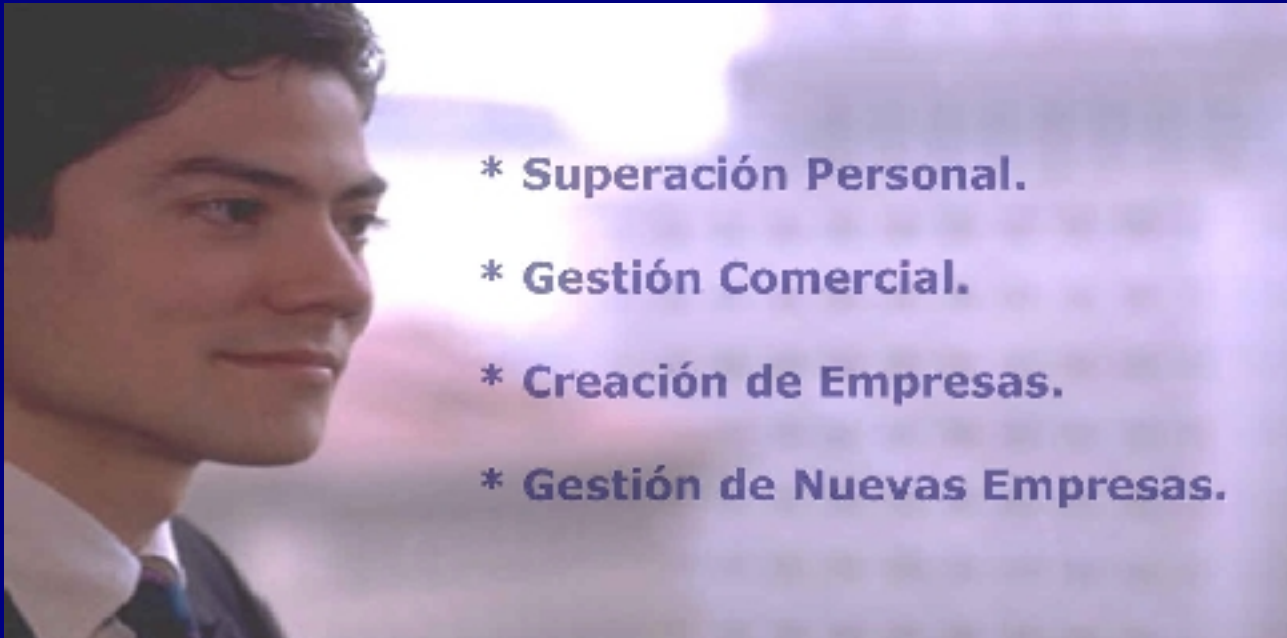


# Creación de Empresas

## Master Emprendedores del Centro Emprende!



Curso E-1: Barreras para emprender.

Curso E-2: Conocimientos básicos de economía y empresa.

Curso E-3: Habilidades emprendedoras.

Curso E-4: Ideas de negocio.

Curso E-5: Viabilidad de un proyecto empresarial.

Curso E-6: La puesta en marcha.

Curso E-7: Errores más frecuentes.

Curso E-8: Gestión de la nueva empresa.

Curso E-9: Recursos de apoyo.

**Curso ME-1**

Centro Emprende!

Teléfono: 902-157-658

Internet: [www.centro-emprende.com](http://www.centro-emprende.com)

## AVISO LEGAL

Los contenidos de este documento están protegidos internacionalmente por la ley de copyright. Está prohibida su reproducción o difusión por cualquier medio (material o electrónico) sin autorización por escrito del autor.

Si recibe una copia ilegal de este documento, denúncielo a:

Centro Emprende!  
C/ Avellanas, 14. 4ºD.  
46003 Valencia (España).  
Teléfono (España): 902-157-658.  
Fax (España): 96-392-02-38.  
E-mail: [direccion@centro-emprende.com](mailto:direccion@centro-emprende.com)

# **CURSO ME-1 COMO SUPERAR LAS BARRERAS PARA EMPRENDER. COMO EMPEZARON LOS GRANDES EMPRESARIOS**

## **OBJETIVOS DIDÁCTICOS.**

- 1) Demostrar al alumno que con la preparación adecuada puede superar cualquier obstáculo.
- 2) Fomentar la identificación personal del alumno con los grandes empresarios en sus comienzos.

## **COMENTARIOS.**

- El objetivo de este módulo es que el alumno empiece a asimilar los principios básicos de la CULTURA EMPRENDEDORA mediante el análisis de los 25 tópicos principales y la presentación de soluciones para todos ellos apoyadas en consejos y experiencias de grandes empresarios.
- Estudiar este módulo será beneficioso para todo alumno independientemente de su nivel anterior de motivación emprendedora: los alumnos anti-emprendedores aumentarán su interés hacia la posibilidad de ser empresarios, y los alumnos emprendedores reforzarán su motivación adquiriendo mayores dosis de realismo y perspectiva.

# CURSO ME-1

## CONTENIDOS

### **Pág. 13 >>> PRESENTACIÓN DEL CURSO ME-1.**

Usted también puede crear una empresa.

Por qué debe usted estudiar el Curso ME-1.

### **Pág. 15 >>> POR QUÉ FALTAN VOCACIONES EMPRENDEDORAS EN ESPAÑA.**

Introducción.

Estadísticas.

La paradoja del “emprendedor por exclusión”.

Barreras para emprender en España.

La opinión de los expertos.

¿Qué es lo que se ha hecho hasta ahora en España para fomentar las vocaciones emprendedoras?

Cómo se puede mejorar la situación.

### **Pág. 22 >>> CÓMO SUPERAR LAS BARRERAS PARA EMPRENDER. CÓMO EMPEZARON LOS GRANDES EMPRESARIOS.**

#### Pág. 24 >>> Barreras principales.

#### **- Falta de una idea de negocio.**

\* Falso tópico nº 1: “Hay que esperar hasta que se presente una buena oportunidad”.

\* Falso tópico nº 2: “Para encontrar una buena idea de negocio hay que encerrarse y pensar, desarrollar la imaginación y la creatividad”.

\* Falso tópico nº 3: “Los empresarios de éxito tuvieron la fortuna de toparse con una gran idea”.

#### **- Falta de dinero.**

\* Falso tópico nº 4: “Sin dinero no se puede crear una empresa”.

\* Falso tópico nº 5: “Se necesita una gran cantidad de dinero para poner en marcha una empresa”.

\* Falso tópico nº 6: "No se puede conseguir dinero prestado si no se pueden ofrecer a cambio garantías patrimoniales".

**- Desconocimiento del sector.**

\* Falso tópico nº 7: "Primero hay que trabajar por cuenta ajena, conocer un negocio y entonces crear tu propia empresa a partir de tus conocimientos en esa área".

**- Falta de formación.**

\* Falso tópico nº 8: "Hay que estudiar varios años en la Universidad para poder comprender cómo funciona una empresa".

**- Desconfianza del entorno próximo. Falta de apoyo por parte de familiares, amigos, Administración Pública, bancos, etc.**

\* Falso tópico nº 9: "Es imposible convertirse en empresario sin contar con la comprensión y el apoyo de los que te rodean".

Pág. 40 >>> Barreras psicológicas.

**- Falta de carácter.**

\* Falso tópico nº 10: "Emprendedor se nace. Los emprendedores son gente hecha de una pasta especial. O se tiene, o no se tiene".

**- La dureza de los comienzos.**

\* Falso tópico nº 11: "Durante los primeros meses de su nuevo negocio trabajará las 24 horas del día".

\* Falso tópico nº 12: "Durante los primeros meses de su nuevo negocio tendrá que desempeñar todo tipo de tareas: desde las más sofisticadas a las más rudimentarias".

\* Falso tópico nº 13: "Durante los primeros meses de su nuevo negocio sólo tendrá pérdidas".

**- Juventud.**

\* Falso tópico nº 14: "Los jóvenes no están preparados para crear una empresa".

**- Mujer.**

\* Falso tópico nº 15: "La creación de empresas es una cuestión de hombres".

**- Empleado.**

\* Falso tópico nº 16: "Para un profesional que se encuentra en la mitad de su carrera como empleado (a los 40-45 años) es una locura tomar la decisión

de abandonar su empleo seguro y prometedor para intentar la aventura imprevisible de crear una empresa”.

**- Desempleado.**

\* Falso tópico nº 17: “¿Cómo voy a crear una empresa si ni siquiera puedo encontrar trabajo como empleado?”

**- Jubilado.**

\* Falso tópico nº 18: “Los jubilados deben dedicarse a descansar y a entretenerse. No tienen futuro, luego es absurdo que se embarquen en la creación de una empresa”.

Pág. 63 >>> Barreras culturales.

**- Riesgo.**

\* Falso tópico nº 19: “Crear una empresa es como jugar a la lotería, no sabes si va a funcionar hasta que no la pones en marcha”

\* Falso tópico nº 20: “Fracasar en la puesta en marcha de una nueva empresa implica perder mucho dinero”.

\* Falso tópico nº 21: “El empresario nunca tiene el futuro asegurado”.

\* Falso tópico nº 22: “Crear una empresa es mucho más arriesgado que trabajar como empleado”.

**- Complicación.**

\* Falso tópico nº 23: “Una empresa es algo muy complejo”.

**- Anti-capitalismo.**

\* Falso tópico nº 24: “El empresario es un egoísta. Lo único que busca es su propio beneficio, ganar cuanto más dinero mejor”.

\* Falso tópico nº 25: “El empresario roba a sus clientes. Vende siempre al precio más caro que puede y compra al precio más barato”.

\* Falso tópico nº 26: “El empresario explota a sus trabajadores. Él se lleva todo el dinero, a sus empleados les paga una miseria y los trata como esclavos”.

**Pág. 71 >>> CONCLUSIONES DEL CURSO ME-1.**

## **CUESTIONES A RESPONDER ANTES DE LA LECTURA DE ESTE CURSO**

**¿Cuáles son, a mi juicio, las principales barreras para emprender?**

**¿Cómo puede superarse la falta de una idea de negocio?**

**¿Cómo puede superarse la falta de conocimiento de un sector?**

**¿Qué necesidades de formación tiene la persona que quiere crear una empresa?**

**¿Cómo se puede superar el problema de la falta de financiación?**

**¿Cómo puede superarse el problema de la falta de carácter emprendedor?**

**¿Cómo puede superarse el miedo a la dureza de los primeros meses de actividad de una empresa?**

**¿Cómo pueden superarse los problemas de los jóvenes, desempleados, mujeres y empleados de larga trayectoria ante la creación de empresas?**

**¿Cómo puede superarse el problema del pánico al riesgo empresarial?**

**¿Cómo puede superarse el problema del miedo a la complejidad de la empresa?**

## ¿Cómo pueden superarse los prejuicios contra los “comerciantes”?

# PRESENTACION DEL CURSO ME-1

*“Piensa que puedes hacerlo, o piensa que no puedes hacerlo. En los dos casos acertarás”.*

*Henry Ford, fundador de Ford Motor Company.*

## USTED TAMBIÉN PUEDE CREAR UNA EMPRESA.

“¿Por qué no crea su propia empresa?” En este primer curso se analizarán las principales barreras para emprender y se ofrecerán soluciones concretas para cada una de ellas.

Usted podrá comprobar, estudiando los comienzos de prestigiosos empresarios, que hasta las barreras más difíciles se pueden superar y que -con las técnicas adecuadas- poner en marcha una empresa está al alcance de todo el que esté dispuesto a trabajar por ello.

No existe una “píldora mágica” que convierta en empresario de la noche a la mañana, existen caminos más o menos sencillos y más o menos esforzados para lograrlo. La prioridad de este programa es *la sencillez*, ofrecer técnicas que cualquiera -sea cual sea su nivel de preparación anterior- puede poner en práctica.

Afirmar que todos los obstáculos para emprender tienen una solución sencilla no quiere decir que ésta requiera poco trabajo. Todas las barreras pueden superarse, pero para conseguirlo en ocasiones se necesitará trabajar muy duramente.

Usted puede crear una empresa y en este programa va a encontrar técnicas sencillas para conseguirlo, pero el resultado final dependerá siempre de su esfuerzo para ponerlas en práctica.

## POR QUÉ DEBE USTED ESTUDIAR EL CURSO ME-1.

Los alumnos que ya han tomado la firme decisión de crear una empresa podrían considerar que el Curso ME-1 no va con ellos, que es un curso dirigido a indecisos. No es así; sus contenidos son de utilidad para todos los que aspiran a ser empresarios.

Estudiar este módulo será beneficioso para todo alumno independientemente de su nivel anterior de motivación emprendedora: los alumnos anti-emprendedores aumentarán su interés hacia la posibilidad de ser empresarios, y los alumnos emprendedores reforzarán su motivación adquiriendo mayores dosis de realismo y perspectiva.

Estudiar este primer curso le preparará para hacer frente a problemas que hasta ahora no se había planteado y le permitirá conocer los inicios de varios de los empresarios más prestigiosos a nivel nacional e internacional.

Conocer los obstáculos que debieron superar los grandes empresarios le preparará psicológicamente para hacer frente a problemas similares con el convencimiento de que tienen solución.

# POR QUE FALTAN VOCACIONES EMPRENDEDORAS EN ESPAÑA

## LAS CUESTIONES A ANALIZAR.

- \* ¿Ser empresario es una opción atractiva para los españoles?
- \* ¿Está extendida la cultura emprendedora en nuestro país?

## INTRODUCCIÓN.

Durante muchos siglos -y hasta hace relativamente pocos años- “el comerciante” era un profesional *mal visto* en la sociedad española, que reservaba el prestigio social para los ciudadanos que ocupaban cargos públicos, militares, eclesiásticos o universitarios.

La influencia de la cultura dominante en el mundo -la estadounidense, huelga decirlo- ha provocado que la imagen del empresario vaya mejorando lentamente en nuestro país, si bien persisten aún importantes prejuicios hacia determinadas áreas clave de la empresa: trabajar en el departamento comercial, motor de todo negocio, es aún *mal visto* por muchos sectores de la sociedad.

## ESTADÍSTICAS.

Las últimas encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) indicaban que el 90% de los jóvenes españoles rechazaban la posibilidad de convertirse en empresarios. La misma fuente señalaba que el 47% de los padres españoles recomienda a sus hijos que se hagan funcionarios.

*“Al acabar Económicas intenté sacar una oposición que -ahora lo puedo decir- gracias a Dios no salió”.*

*Javier Merino, fundador de varias empresas en los sectores de la construcción, inmobiliario, hostelero y estaciones de servicio (500 empleados).*

Estadísticas recientes del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, por otra parte, indicaban que el 70% de los universitarios españoles rechaza de plano la opción de crear una empresa. Este dato, significativo de por sí, cobra especial relieve si se tiene en cuenta que esta proporción es inversa en países como Estados Unidos.

*“En Estados Unidos los recién licenciados no piensan en tener un trabajo seguro: lo primero que intentan es crear una empresa”.*

*David del Val, joven español formado en la Universidad de Stanford y fundador de la empresa Vxtreme.*

Según encuestas propias de *Emprende!*, los universitarios (incluso los estudiantes de las Facultades de Económicas o Empresariales) se consideran faltos de preparación teórica y práctica para crear su propia empresa. Temen el riesgo al fracaso y destacan la ausencia de recursos financieros e ideas de negocio como principales obstáculos para poner en marcha una empresa.

Contrastar estos datos con la situación de países como Estados Unidos, donde hoy por hoy el 70% de los jóvenes manifiesta su deseo de crear una empresa, puede llevar a la conclusión lógica de que España es un país definitivamente anti-emprendedor.

Ocurre, sin embargo, que si nos remontamos 25 años atrás el panorama estadounidense mostraba un escenario muy similar al que actualmente encontramos aquí: en 1975, sólo el 10% de los jóvenes norteamericanos se mostraba proclive a convertirse en empresario.

En esos 25 años, el número de nuevas empresas creadas al año en Estados Unidos ha pasado de 200.000 a 3,5 millones. El número de los recién licenciados que se emplea en una gran corporación ha pasado del 25% al 7%. El número empleados que trabajaban para mujeres empresarias ha pasado de 1 a 18 millones. La inversión anual de las sociedades de capital riesgo ha pasado de 100 millones a 12 billones de dólares.

Las nuevas empresas han creado el 95% de la riqueza y el 94% del empleo en el país norteamericano desde 1980. El 83% de los componentes de la lista *Forbes 400* de los hombres más ricos de Estados Unidos en 1994, eran empresarios hechos a sí mismos. Esta generación emprendedora (o "E-Generation", como allí la denominan) ha impulsado el nacimiento de nuevas industrias como los ordenadores personales, el software, la biotecnología, la televisión por cable o el comercio electrónico.

¿Qué ocurrió en Estados Unidos para que se produjera esta espectacular transformación? Un suceso muy concreto: el nacimiento y desarrollo del Entrepreneurship como disciplina metodológica y cultural de impulso a los emprendedores y a la creación de empresas.

### **LA PARADOJA DEL "EMPRENDEDOR POR EXCLUSIÓN".**

Al margen de las "encuestas" y "estudios" voluntaristas que muestran una imagen idealizada de los jóvenes empresarios, no hay más que hablar con los responsables de los servicios públicos o semi-públicos de asesoramiento a emprendedores para comprobar que *actualmente se deciden a crear una empresa* -en una gran mayoría- *aquellos que son rechazados por el mercado laboral*.

Esta circunstancia debe hacer reflexionar:

- Los ciudadanos mejor preparados no crean empresa porque encuentran trabajo... Y es sabido lo difícil que es decidirse a crear una empresa una vez que uno "se ha instalado" en el mercado laboral.
- Los ciudadanos peor preparados de hoy serán los empresarios del futuro.

## **BARRERAS PARA EMPRENDER EN ESPAÑA.**

Son muchos los obstáculos que se anteponen entre el ciudadano que desearía crear su propia empresa y su objetivo. A continuación se analizan diez de las barreras más habituales.

### **1. La falta de una idea de negocio con futuro.**

“¿Dónde encuentro una oportunidad de negocio?”

Se desconocen los sistemas modernos de detección de oportunidades empresariales. Sigue siendo una cuestión “casual”, “afortunada” o “relacionada con el entorno próximo del emprendedor”.

### **2. La falta de experiencia laboral (desconocimiento del sector).**

“¿Cómo voy a crear una empresa si nunca he trabajado en este sector?”

Se desconocen los sistemas asequibles y sencillos de aproximación directa y documental para estudiar un sector.

### **3. La falta de formación.**

“¿Cómo se diseña una empresa? ¿Cuánto vale lo que yo apporto? ¿Cómo se gestiona una vez que está creada?”

La formación de emprendedores es la gran asignatura pendiente del sistema educativo español: ni los colegios, ni los institutos, ni los centros de FP, ni las universidades, ni los centros de formación ocupacional o continua están ofreciendo programas eficaces en esta línea. Las escasas iniciativas públicas de formación de emprendedores adolecen de frivolidad, planteamientos burocráticos y distanciamiento de los problemas reales que presenta la creación de empresas.

### **4. La falta de financiación.**

“Tengo una buena idea, ¿quién me da dinero para ponerla en marcha?”

El primer problema del emprendedor español es que no sabe cuánto dinero necesita (como mucho se estiman “a grosso modo” los costes de puesta en marcha olvidando los costes de mantenimiento hasta la autofinanciación), si bien es frecuente que tampoco sepa cómo calcular cuánto vale lo que él va a aportar a su proyecto.

“La cultura de la subvención”. El emprendedor español, como la mayoría de los ciudadanos de nuestro país, cuando tiene un problema se dirige al estado para que se lo solucione: subvenciones, ayuda, formación gratuita, etc. Este es un hábito negativo y anti-empresarial, pero en muchas ocasiones es promovido desde la propia Administración.

*Si no tienes garantía patrimonial, no hay préstamo.* A diferencia de lo que ocurre en los países con mayor tradición emprendedora, los agentes convencionales de financiación en España (bancos, cajas de ahorros, sociedades de garantía recíproca) no dan la más mínima oportunidad al emprendedor carente de medios.

*No existe el capital semilla.* Las sociedades de capital riesgo españolas sólo apuestan por proyectos de expansión de negocios ya establecidos. El capital semilla -a excepción de contadas iniciativas impulsadas desde algunas administraciones autonómicas- no existe.

*No existe la cultura del inversor privado.* El inversor privado es la única salida para el emprendedor sin dinero. Esta es una alternativa difícil que choca con una cultura contraria y con una falta de apoyo institucional y fiscal.

#### **5. “No tengo carácter emprendedor”.**

Persiste en muchos casos la idea de que *emprendedor se nace*, desconociéndose los métodos para aprender las habilidades personales, comerciales y organizativas que *hacen* al emprendedor.

#### **6. “Me asusta la dureza de los primeros meses del negocio”.**

No se proporciona la preparación psicológica necesaria para hacer frente a las primeras etapas del negocio.

No se han sistematizado los errores más comunes de los nuevos empresarios.

No se prepara financieramente al emprendedor para hacer frente a los costes de mantenimiento de su negocio hasta que éste empiece a autofinanciarse.

#### **7. Específicas de determinados colectivos:**

- “Soy demasiado joven”,
  - “La empresa no es un mundo para mujeres”,
  - “¿Está loco? ¿Cómo voy a dejar mi empleo seguro para crear una empresa?”,
  - “¿Cómo voy a crear una empresa si ni siquiera puedo encontrar trabajo?”,
  - “No, hijo, yo ya estoy jubilado, eso se lo dejo a los jóvenes...”

No se proporcionan argumentos objetivos ni ejemplos reales para desmontar los prejuicios anteriores.

#### **8. “Es muy arriesgado”.**

Se desconocen la mayoría de herramientas de preparación previa para reducir el riesgo de fracaso.

Se desconocen los sistemas de cuantificación del riesgo asumido.

### 9. “Es muy complicado”.

Los conocimientos necesarios para la creación y gestión de una pequeña empresa pueden ser aprendidos por cualquier persona con un mínimo de interés y dedicación, si bien con frecuencia dichos conocimientos se “complican” -interesada o desinteresadamente- mediante la utilización de tecnicismos o extranjerismos que hacen muy difícil su entendimiento.

### 10. “¿Empresario? No, no... ¡yo haré oposiciones o trabajaré en una Farmacia!”

El profesor Fuentes Quintana resumía esta actitud diciendo que *la ilusión de todos los españoles es tener un estanco*.

No se están promoviendo adecuadamente las ventajas personales, profesionales y sociales de emprender.

## LA OPINIÓN DE LOS EXPERTOS.

Son muchas las voces que se han alzado denunciando las carencias anteriores. Sirvan como muestra los siguientes ejemplos:

*“Se tiene que producir un cambio sobre la cultura que teníamos, del gasto, del subsidio, de que nos arreglen la situación otros, por una cultura del esfuerzo, del riesgo, del sacrificio”.*

*Miguel Garrido, presidente de CEAJE.*

*“La promoción de emprendedores es un punto crítico en España, ya que el 70% de los jóvenes universitarios preguntados aspira a encontrar un empleo por cuenta ajena, a trabajar como funcionarios para la Administración o a presentarse a unas oposiciones, y tan sólo el 30% a crear una empresa. (...) Es un problema de cultura, de oportunidades, de que las futuras clases dirigentes se den cuenta de que en la sociedad civil, en la iniciativa privada pueden encontrar satisfacción y aportaciones al desarrollo profesional y personal; pero también tienen que percibir que las administraciones públicas están dispuestas a apoyarles en la creación y desarrollo de proyectos que generan riqueza”.*

*José Manuel Fernández Norniella,  
presidente del Consejo Superior de Cámaras de Comercio.*

*“Es necesario fomentar un cambio cultural: hay muchos valores que envuelven al emprendedor y que no se prestigian ni se reconocen como en otros países.(...) El comerciante era (en España) un ciudadano de segundo orden. Los mejores cerebros no se dedicaban a la empresa, sino a actividades relacionadas con el ejército, la Iglesia, el saber, la Universidad, etc. No había valores sensibles a lo que suponía ser emprendedor (...) Sin embargo, en el entorno anglosajón el hombre de empresa sí ocupaba una posición importante y de prestigio en la sociedad”.*

*“Creo que hay una gran creatividad en nuestra sociedad, pero también mucho miedo, lo que da lugar a que muchos emprendedores se queden en una mera expresión de inquietudes, ideas y deseos, ya que no encuentran el camino o no se atreven a ver sus aspiraciones cumplidas”.*

*Isidro de Pablo, director del IADE.*

El último Informe sobre el Empleo de la Comisión Europea indica expresamente la necesidad de impulsar la creación de empresas en España como fórmula crítica para generar riqueza y empleo. La Comisión destaca que nuestra economía está desaprovechando un gran número de oportunidades de negocio por falta de empresarios.

### **¿QUÉ ES LO QUE SE HA HECHO HASTA AHORA EN ESPAÑA PARA FOMENTAR LAS VOCACIONES EMPRENDEDORAS?**

Las acciones encaminadas a promover la cultura emprendedora en España brillan por su ausencia. Las pocas iniciativas planteadas no suelen rebasar la categoría anecdótica.

#### **Promoción de vocaciones emprendedoras: el *show* de las jornadas de motivación.**

Las contadas acciones del sector público español en este campo parecen haber asumido que la mejor forma de fomentar nuevas vocaciones emprendedoras es montar “el show de las jornadas de motivación”: la Administración o entidades semi-públicas patrocinan actos comunicativos en los que “exhiben” a jóvenes empresarios “de éxito”.

Esta medida, aunque positiva, es insuficiente por incompleta y puede llegar a ser incluso peligrosa, pues en ocasiones mueve a la precipitación de los potenciales emprendedores, que salen con la equivocada idea de que *uno monta una empresa y se hace millonario “en cuatro patadas”*.

La brevedad de estos actos impide que se analicen a fondo las barreras para emprender y sus soluciones, por lo que con frecuencia se quedan es un frívolo entretenimiento.

#### **Los medios de comunicación fomentan la cultura emprendedora.**

Es destacable el impulso que durante los últimos años se está dando a la cultura emprendedora a través de determinados medios de comunicación y proyectos editoriales.

Diarios de tirada nacional como “El Mundo” y “ABC” dedican semanalmente secciones a los creadores de empresas.

Revistas mensuales como “Ideas y Negocios” o “Emprendedores” (que nació a partir del éxito de un número de la revista “QUO” dedicado a esta temática) están ya plenamente consolidadas, mientras que nuevos proyectos como la italiana “Millonaire” intentan introducirse en el mercado.

En el campo de los libros, es altamente significativa la reciente publicación de las obras “El sueño español” (Javier del Castillo en Plaza y Janés) y “Los elegidos de la fortuna” (Marta Robles en Planeta), lanzadas con considerable apoyo mediático y dedicadas íntegramente a narrar la trayectoria de grandes emprendedores españoles.

### **CÓMO SE PUEDE MEJORAR LA SITUACIÓN.**

Para aumentar el número de vocaciones emprendedoras en España se deben impulsar procesos sistemáticos de motivación y formación orientados a:

- \* Desmontar con argumentos objetivos y casos reales los falsos prejuicios anti-empresariales. Transmitir que todas las barreras son superables con la ayuda de la preparación adecuada.
- \* Promover la motivación emprendedora mediante la identificación del alumno con los grandes empresarios que empezaron de cero.
- \* Enseñanza sistematizada de las principales habilidades personales, comerciales y organizativas del emprendedor.

Encontrará los contenidos anteriores en los Cursos ME-1 y ME-3 de este programa.

# COMO SE PUEDEN SUPERAR LAS BARRERAS PARA EMPRENDER

## COMO EMPEZARON LOS GRANDES EMPRESARIOS

¿Qué argumentos se utilizan en España para descartar la opción de crear una empresa? Muchos. Podrían clasificarse en tres grupos:

### 1. Barreras principales.

Son las más importantes. Tienen relación con las cuestiones realmente decisivas para la creación de una empresa:

- Falta de una idea de negocio.
- Falta de financiación.
- Desconocimiento del sector en el que se quiere abrir la empresa (falta de experiencia laboral en el mismo).
- Falta de formación empresarial.
- Falta de apoyo del entorno próximo.

### 2. Barreras psicológicas.

Provocan la inseguridad del emprendedor, que se cree “incapacitado” para crear una empresa:

- Falta de “carácter emprendedor”.
- Miedo ante la dureza de los primeros meses de vida de la empresa.
- Ser “demasiado joven”.
- Ser mujer.
- Trabajar como empleado.
- Estar desempleado.
- Estar jubilado.

### 3. Barreras culturales.

Son prejuicios contrarios a emprender instalados en la sociedad. Como se verá, estos argumentos no obedecen a la realidad, pero “todo el mundo” opina así:

- Crear una empresa es muy arriesgado.
- Crear una empresa es muy complicado.
- Ser “comerciante” está *mal visto*.

A continuación se analizarán estas barreras una por una y se demostrará que *todas ellas pueden superarse* utilizando las técnicas adecuadas.

Se estudiarán los tópicos asociados a cada una de estas barreras y se explicará cómo pueden superarse con ayuda de las técnicas contenidas en este programa, todo ello acompañado de decenas de casos reales y opiniones de famosos empresarios que en su momento debieron enfrentarse a estos problemas.

## BARRERAS PRINCIPALES

Se analizarán a continuación los principales obstáculos del emprendedor. Los problemas más importantes que encuentra en su camino la persona que se plantea la posibilidad de crear su propio negocio.

- Falta de una idea de negocio.
- Falta de financiación.
- Desconocimiento del sector en el que se quiere abrir la empresa (falta de experiencia laboral en el mismo).
- Falta de formación empresarial.
- Falta de apoyo del entorno próximo.

# FALTA DE UNA IDEA DE NEGOCIO

Se estudiarán en relación a este punto los tópicos siguientes:

**\* Falso tópico nº 1:**

*“Hay que esperar hasta que se presente una buena oportunidad”.*

**\* Falso tópico nº 2:**

*“Para encontrar una buena idea de negocio hay que encerrarse y pensar, desarrollar la imaginación y la creatividad”.*

**\* Falso tópico nº 3:**

*“Los empresarios de éxito tuvieron la fortuna de toparse con una gran idea”.*

**FALSO TÓPICO Nº 1: “Hay que esperar hasta que se presente una buena oportunidad”.**

¡Nada de esperar! Las oportunidades de negocio están delante de usted. Allí donde hay un grupo de gente con dinero para gastar, existen oportunidades de negocio.

*En el Curso ME-4 conocerá cuáles son las tendencias de negocio con futuro.*

*En el Curso ME-5 aprenderá a realizar un estudio de mercado para conocer las necesidades de los consumidores.*

**FALSO TÓPICO Nº 2: “Para encontrar una buena idea de negocio hay que encerrarse y pensar, desarrollar la imaginación y la creatividad”.**

Encerrarse no es la solución. Las oportunidades de negocio emergen de la observación y del estudio de un mercado, es decir, de un grupo de consumidores. Hay que salir a la calle y ver qué es lo que la gente necesita.

Una “idea brillante” por sí sola no es una garantía para triunfar en los negocios. Debe solucionar una necesidad de un conjunto suficientemente grande de consumidores que estén dispuestos a pagar su precio.

En resumen, es importante ser creativo, pero *siempre después de haber estudiado el mercado* y de haber identificado las necesidades del mismo.

*En el Curso ME-4 conocerá cientos de oportunidades de negocio con futuro y podrá comprobar si la idea que ha seleccionado está en sintonía con las tendencias del mercado.*

*En el Curso ME-5 aprenderá cinco técnicas sencillas para realizar un completo estudio de mercado con el que conocer las necesidades de los consumidores.*

*En el Curso ME-3 aprenderá técnicas concretas para estimular su creatividad y la de sus futuros empleados.*

**FALSO TÓPICO Nº 3: “Los empresarios de éxito tuvieron la fortuna de toparse con una gran idea”.**

En ocasiones ha sido así, es innegable. A veces una gran empresa ha surgido por un golpe de suerte, una coincidencia o una casualidad. Sin embargo, en muchos casos (con frecuencia los que han llegado más lejos), los emprendedores *han buscado* las buenas ideas.

¿Cómo? Hay muchas formas de detectar oportunidades de negocio. El objetivo de todas ellas es observar las *necesidades* de las personas que les rodean (su mercado). Preguntándose “¿qué podría interesarles?, ¿por qué estarían dispuestos a pagar?”.

*En el Curso ME-4 conocerá los principales procedimientos para detectar oportunidades de negocio y el más eficaz de todos ellos: el SISTEMA RADAR, cuyas conclusiones -presentadas bajo el nombre genérico de "Visión 2005"-, describen las tendencias del futuro próximo y sus implicaciones concretas en el mercado (las oportunidades de negocio que generan y, por defecto, los sectores empresariales que están condenados a desaparecer).*

¿Le falta una idea de negocio? Estudiando el Curso ME-4 conocerá no sólo los mejores procedimientos para encontrarla, sino cientos de oportunidades que pronto serán - o ya han empezado a serlo- grandes negocios en el mercado español. La aportación fundamental del Curso ME-4 es conseguir que el proceso de detección de una oportunidad de negocio deje de ser algo "casual", "espontáneo" o "cuestión de suerte", para convertirse en un procedimiento sistemático al que cualquiera puede acceder. El Sistema Radar es una "máquina para detectar ideas de negocio con futuro".

## FALTA DE DINERO

Se estudiarán en relación a este punto los tópicos siguientes:

**\* Falso tópico nº 4:**

*“Sin dinero no se puede crear una empresa”.*

**\* Falso tópico nº 5:**

*“Se necesita una gran cantidad de dinero para poner en marcha una empresa”.*

**\* Falso tópico nº 6:**

*“No se puede conseguir dinero prestado si no se pueden ofrecer a cambio garantías patrimoniales”.*

#### **FALSO TÓPICO Nº 4: “Sin dinero no se puede crear una empresa”.**

*“Partir de cero no es precisamente una ventaja, pero está demostrado que se pueden hacer muchas cosas con muy pocos recursos”.*

*Antonio Catalán, fundador de la cadena hotelera NH.*

Uno de las principales equivocaciones del emprendedor es la de pensar que debe contar con todos los recursos necesarios (especialmente, el dinero), antes de empezar a desarrollar el proyecto. Preocuparse principalmente por el dinero es un error.

El dinero se siente atraído por las oportunidades de negocio con alto potencial de crecimiento que son desarrolladas por buenos equipos directivos. Las sociedades de capital riesgo y los inversores privados se quejan de que hay demasiado dinero para invertir y muy pocas buenas oportunidades de negocio en las que invertirlo. En otras palabras, lo que falta son emprendedores bien preparados, no dinero.

*Las buenas ideas atraen el dinero.* Si su idea va a generar beneficios y usted sabe cómo demostrarlo -este punto es clave-, no dude que encontrará gente dispuesta a presarle su dinero a cambio de participar de las ganancias de su futuro negocio.

*En el Curso ME-5 aprenderá técnicas para demostrar la viabilidad de su proyecto empresarial y su capacidad como emprendedor.*

*En el Curso ME-5 aprenderá también cómo plantear la negociación con un agente financiero o inversor para conseguir su apoyo en las mejores condiciones.*

Uno puede aportar su idea y su trabajo en vez de aportar dinero. En efecto, entre otras alternativas, usted puede asociarse con otras personas comprometiéndose a poner su idea y su trabajo a cambio de que sus colaboradores pongan el dinero.

*“Cuando estaba empezando, a mí nadie me daba un crédito”.*

*Juan José Hidalgo, fundador de Air Europa, Viajes Halcón y Travelplan.*

*En el Curso ME-5 conocerá las alternativas de financiación que puede encontrar en España y los tipos de sociedades que puede constituir.*

*En el Curso ME-5 aprenderá también a cuantificar el valor de su aportación en una sociedad, información clave para negociar con un inversor privado.*

El acceso fácil al dinero sí que puede ser un problema. Por sorprendente que pueda parecer, muchos grandes emprendedores e inversores señalan a menudo que una de las peores cosas que pueden sucederle a un emprendedor es la de tener mucho dinero antes de tiempo.

\* Howard Head, diseñador de los primeros esquís metálicos -a los que puso la marca Head por su apellido y que llegarían a ser líderes de ventas-, señaló que no habría soportado la dureza del proceso de diseño (tuvo que desechar más de 40 prototipos antes de dar con el diseño final) de no ser porque necesitaba desesperadamente ganar dinero. Head aplicó más tarde su tecnología para lanzar la prestigiosa marca de raquetas de tenis Prince.

Empezar con poco dinero es, a menudo, una ventaja. Ir justo de dinero obliga a corregir rápidamente los errores y a hacer las cosas extraordinariamente bien.

*“Fue una suerte no nacer rico, porque así encontré el empuje para luchar”.*

*Luciano Benetton, fundador de Benetton.*

Un estudio realizado en 1991 en el prestigioso MIT sobre 110 empresas de nueva creación, rebeló que el 77% de ellas se pusieron en marcha con 50.000 dólares o menos (1.000.000 de pesetas). En el 74% de los casos, la fuente de financiación utilizada fueron los propios ahorros de los emprendedores.

\* La multinacional de cosméticos Esteé Lauder se puso en marcha con 100 dólares en 1930 (hoy factura 3 billones de dólares), la compañía Disney, con 230 dólares en 1923 (hoy factura 16 billones de dólares)...

*“Cuando te falta el dinero, hay que suplirlo con dosis de ingenio y horas de esfuerzo. Lo que hace falta es sentido común y ganas de hacer algo”.*

*Mikel Urizarbarrena, fundador de Panda Software.*

### **FALSO TÓPICO Nº 5: “Se necesita una gran cantidad de dinero para poner en marcha una empresa”.**

No todos los negocios exigen el mismo nivel de inversión. Poner en marcha una empresa industrial puede requerir una aportación financiera considerable, pero el dinero necesario para poner en marcha un negocio de servicios o comercial puede ser muy poco.

\* En 1989, Emilio Sánchez Clemente, con 19 años, pidió 200.000 pesetas a su padre y fundó DMI Computer en una oficina de 15 metros cuadrados. Diez años después, DMI factura 6.200 millones de pesetas al año con la venta de productos informáticos.

No olvide, además, que no es necesario comprarlo todo: debe utilizar los recursos que ya tiene. Cuando uno piensa en los costes de iniciar una empresa, en ocasiones olvida que muchas de las cosas que posee pueden utilizarse en su negocio y por lo tanto no habrá que comprarlas (su coche, su ordenador personal, su casa -en el caso de que pueda desarrollar su actividad empresarial desde ésta-, etc).

\* Apple Computer, uno de los grandes gigantes de la informática, fue fundada en 1975 en un garaje de Cupertino (California) con algo menos de 200.000 pesetas por Wozniak y Jobs.

\* La multinacional Nestlé tiene su origen en una pequeña tienda de yogures de Zurich.

*En los Cursos ME-5 y ME-6 conocerá diferentes alternativas para reducir al mínimo la inversión inicial en su negocio, desde el leasing hasta la alternativa del "hazlo tú mismo".*

**FALSO TÓPICO Nº 6: "No se puede conseguir dinero prestado si no se pueden ofrecer a cambio garantías patrimoniales".**

Tristemente, esta afirmación tiene mucho fundamento entre los bancos españoles. Sin embargo, ni todos los bancos son iguales ni sólo los bancos conceden créditos.

*En el Curso ME-5 conocerá todas las alternativas a su alcance para conseguir un crédito (tanto desde las entidades privadas como desde las públicas), en qué consiste cada una de ellas, cuál le interesa más y cómo debe actuar para que se le conceda el préstamo que necesita.*

*Conocerá también las ventajas e inconvenientes de las otras alternativas de financiación distintas del crédito (sociedades de garantía recíproca, sociedades de capital riesgo, capital semilla, inversión privada, financiación de proveedores, etc).*

## DESCONOCIMIENTO DEL SECTOR

Se estudiará en relación a este punto el tópico siguiente:

**\* Falso tópico nº 7:**

*“Primero hay que trabajar por cuenta ajena, conocer un negocio y entonces crear tu propia empresa a partir de tus conocimientos en esa área”.*

**FALSO TÓPICO Nº 7: “Primero hay que trabajar por cuenta ajena, conocer un negocio y entonces crear tu propia empresa a partir de tus conocimientos en esa área”.**

*“¿Que si tenía experiencia en el mundo financiero? ¡Pero qué experiencia íbamos a tener! No teníamos nada de nada. ¿Sabes lo que teníamos? 23 años. Eso era todo”.*

*Wenceslao Casares, fundador de Patagon.com*

La experiencia laboral previa es el origen de muchas empresas. Pero *no es el único camino.*

\* Salvador Porté, fundó Latinred, un servicio de correo electrónico gratuito a través de la web, con 28 años, sin carrera universitaria a sus espaldas ni experiencia en tecnologías de la información.

En 1999 lo vendió a Starmedia por 14.000 millones de pesetas.

*En el Curso ME-5 aprenderá cinco técnicas (cuatro de aproximación directa y una de aproximación documental) para conocer un sector empresarial incluso mejor que los que llevan trabajando en él varios años.*

## FALTA DE FORMACION

Se estudiará en relación a este punto el tópico siguiente:

**\* Falso tópico nº 8:**

*“Hay que estudiar varios años en la Universidad para poder comprender cómo funciona una empresa”.*

**FALSO TÓPICO Nº 8: “Hay que estudiar varios años en la Universidad para poder comprender cómo funciona una empresa”.**

*“No te valen de nada los estudios universitarios, si no sabes afrontar los riesgos, o si no sabes sacar una empresa adelante”.*

*Juan José Hidalgo, fundador de Air Europa, Viajes Halcón y Travelplan.*

La formación es muy importante, pero la Universidad no es el único camino -ni en ocasiones el mejor, como reconocen los propios docentes universitarios- para aprender a crear y desarrollar una empresa.

*Este Programa es el primer método académico español que incluye todas las áreas en las que debe formarse un emprendedor.*

Considere las habilidades emprendedoras que no se enseñan en los programas universitarios clásicos:

- Capacidad de liderazgo.
- Habilidades sociales.
- Capacidad para formar y dirigir un equipo.
- Creatividad.
- Motivación.
- Capacidad de aprendizaje.
- Tenacidad.
- Honestidad e integridad. Valores, ética.
- Orientación al logro.
- Auto-disciplina.
- Austeridad.
- Polivalencia.
- Capacidad para superar las adversidades y los fracasos.
- Capacidad para investigar, escuchar y utilizar la información.
- Sentido del humor.
- Confianza en sí mismo.
- Independencia.
- Etc.

No olvide que muchos grandes empresarios de la actualidad no tienen formación universitaria.

Los escolares de 11 y 12 años pueden aprender a crear y gestionar una pequeña empresa. Así lo están haciendo desde hace varios años en Estados Unidos con los programas de la NFTE. Por tanto, no es tan complicado *si hasta los niños pueden hacerlo.*

En línea con sus antecedentes norteamericanos, el contenido de este programa podría describirse como un Micro-MBA especializado en creación de empresas que utiliza un lenguaje sencillo y práctico.

*"Mis padres no se mostraron entusiasmados cuando les anuncié que iba a abandonar Harvard para crear una empresa dedicada a algo de lo que casi nadie había oído hablar llamado <<micro-ordenadores>>. Pero siempre me ofrecieron su apoyo".*

*Bill Gates, fundador de Microsoft.*

# FALTA DE APOYO DEL ENTORNO PROXIMO

Se estudiará en relación a este punto el tópico siguiente:

**\* Falso tópico nº 9:**

*“Es imposible convertirse en empresario sin contar con la comprensión y el apoyo de los que te rodean”.*

### **FALSO TÓPICO Nº 9: “Es imposible convertirse en empresario sin contar con la comprensión y el apoyo de los que te rodean”.**

*“Los bancos no fueron los únicos que desconfiaron de mi proyecto empresarial. Muchos de mis colegas, amigos y familiares pensaban igual. Desde el día que decidimos montar nuestro negocio, los que nos conocían nos auguraron un rotundo fracaso. Todos se equivocaron. Absolutamente todos”.*

Luciano Benetton, fundador de Benetton.

Muy pocos emprendedores contaron con el apoyo de su familia, sus amigos, la Administración Pública o los bancos. Los grandes empresarios sacaron adelante sus proyectos frente a circunstancias difíciles e incluso cuando nadie de los que le rodeaba apostaba por su proyecto (lo cual no será inusual: muy poca gente cree en los emprendedores antes de que estos tengan éxito. Después sí, después todos le dirán que “ellos ya sabían que usted llegaría lejos”...).

\* El padre de Henry Ford siempre se mostró escéptico ante las ambiciones de su hijo y su sueño de construir una fábrica de automóviles. El propio Ford recordaría las palabras de su padre: “Nunca alcanzarás el éxito con eso. Nunca se venderán”.

Es fácil que su familia, sus amigos, sus primeros clientes, no crean en su proyecto... ¿Qué debe hacer? ¿Enfadarse con ellos? ¿Renunciar al propósito de intentarlo? En absoluto. Debe usted comprender el escepticismo de las personas que le rodean. Al fin y al cabo, aún no ha demostrado nada. No se enfade con los escépticos y comprenda su actitud: ¿no actuaría usted de la misma forma si alguno de sus amigos o familiares le dijera que quiere poner en marcha una empresa?

\* La enorme afición de Henry Ford por la mecánica y su obsesión por construir un “carro sin caballos”, le llevaron a ser apodado entre sus vecinos como “El Loco Henry”.

Cuando Ford paseaba al volante de su primer prototipo automovilístico (¡en 1896!), la multitud lo rodeaba entre gritos y risas.

“Sí, loco” -decía él tocándose la sien con el dedo- “loco como una cabra”. Poco después se convertía en uno de los hombres más ricos del mundo.

Los grandes empresarios utilizaron la desconfianza de los que les rodeaban como estímulo: se empeñaron en demostrarles que su empresa podía funcionar y que estaban capacitados para ser empresarios.

\* Martha Lane Fox, co-fundadora de la multimillonaria Lastminute.com, recuerda “a pesar de todo lo negativo que nos decía la gente, no dejamos de empujar en todo momento, desde el principio. Sólo los proveedores creían en el proyecto. El resto no lo veía. Ni nuestros padres, ni nuestros antiguos colegas, ni algunas empresas de tecnología a las que consultábamos”.

Usted encontrará en este programa un completo conjunto de técnicas para conseguir vencer la falta de apoyo de las personas de su entorno.

\* Aunque su futuro está lleno de retos, a sus 40 años Martín Varsavsky (fundador de Jazztel y Ya.com) está ya de vuelta de muchas cosas. Ha conocido el rechazo de su familia a su decisión de convertirse en empresario, el escepticismo de sus amigos ante sus ideas poco convencionales, las negativas de infinidad de financieros sin visión y el desprecio de “los ricos de toda la vida”.

*“Mucha gente me decía que era imposible hacer lo que quería hacer”.*

Michael Dell, fundador de Dell Computers.

## BARRERAS PSICOLÓGICAS

Se analizarán a continuación una serie de prejuicios psicológicos que provocan la inseguridad del emprendedor, que debido a ellos se cree *incapacitado* para crear una empresa.

- Falta de “carácter emprendedor”.
- Miedo ante la dureza de los primeros meses de vida de la empresa.
- Ser “demasiado joven”.
- Ser mujer.
- Trabajar como empleado.
- Estar desempleado.
- Estar jubilado.

# FALTA DE CARACTER

Se estudiará en relación a este punto el tópico siguiente:

**\* Falso tópico nº 10:**

*“Emprendedor se nace. Los emprendedores son gente hecha de una pasta especial. O se tiene, o no se tiene”.*

**FALSO TÓPICO Nº 10: “Emprendedor se nace. Los emprendedores son gente hecha de una pasta especial. O se tiene, o no se tiene”.**

“Bill Gates” -es decir: genio de la empresa- se nace. Pero prácticamente todo el mundo puede iniciar y desarrollar un pequeño negocio con éxito.

\* Peter Drucker, uno de los más famosos “gurús” de la teoría empresarial, señala en su libro “Innovación y Creación de Empresas” que no existe una personalidad emprendedora. Escribe: “No es una cuestión de personalidad. En treinta años he visto crear empresas con éxito a personas con todo tipo de personalidades”. Para Drucker, las habilidades del emprendedor se pueden aprender.

Es absurdo hablar de una *personalidad emprendedora*; no hay más que observar las características de 10 empresarios de éxito para encontrar que cada uno tiene una personalidad distinta. El mundo de la empresa es amplísimo y no todos los sectores exigen las mismas características al emprendedor.

\* Arthur Rock, el inversor de capital riesgo más prestigioso de Estados Unidos –lanzó, entre otras muchas, empresas como Intel o Apple-, coincide con esta apreciación cuando señala: “Hay tantos tipos de personas como tipos de emprendedores”.

No olvide, además, que el empresario se rodea de un equipo de colaboradores para que éstos le suplan en aquellas áreas en las que su habilidad es mejorable.

Es innegable ciertas características personales ayudan a que el emprendedor tenga éxito, pero la gran mayoría de ellas se pueden aprender y dominar hasta niveles muy altos.

*En el Curso ME-3 se presenta el MÉTODO PROACTIVE, que describe las 25 habilidades principales del empresario y enseña las técnicas para dominarlas.*

*En el Curso ME-3 aprenderá a dominar habilidades que le serán de gran utilidad tanto en su trabajo como en la vida privada: cómo planificar, tomar decisiones, ser creativo, adoptar una actitud positiva, ser sociable, negociar, motivar y muchas otras.*

Tras visitar a Bill Gates en su domicilio de Seattle, Jay Leno bromeaba: “No es tan diferente del resto de los mortales. La pasada noche entré en su estudio y el reloj del aparato de video seguía parpadeando a las 00.00 horas”.

Es especialmente frecuente que los emprendedores hereden la vocación de algún familiar empresario. ¿Es genético? Al contrario: estos jóvenes *aprenden* de sus parientes empresarios *cómo deben pensar, razonar y actuar*, y –fundamental- *se dan cuenta de que crear una empresa está a su alcance*.

# LA DUREZA DE LOS COMIENZOS

*“Los primeros años (de la empresa) son de una enorme dureza”.*

*Adolfo Domínguez, diseñador y empresario textil.*

Se estudiará en relación a este punto los tópicos siguientes:

**\* Falso tópico nº 11:**

*“Durante los primeros meses de su nuevo negocio trabajará las 24 horas del día”.*

**\* Falso tópico nº 12:**

*“Durante los primeros meses de su nuevo negocio tendrá que desempeñar todo tipo de tareas: desde las más sofisticadas a las más rudimentarias”.*

**\* Falso tópico nº 13:**

*“Durante los primeros meses de su nuevo negocio sólo tendrá pérdidas”.*

## **FALSO TÓPICO Nº 11: “Durante los primeros meses de su negocio trabajará las 24 horas del día”.**

*“Esto es lo más duro que he tenido que hacer jamás. Me siento responsable 24 horas al día, 7 días a la semana. Trabajo de ocho de la mañana a diez de la noche, y los fines de semana medio día. Es un gran cambio. Yo disfrutaba de los amigos, del cine, del teatro, de los viajes. Todo eso se acabó. Pero son determinados momentos en la vida. Además, estos dos años han sido extraordinarios”.*

*Martha Lane Fox, co-fundadora de Lastminute.com.*

No las veinticuatro horas del día, ¡veinticinco!

\* Jeff Bezos, fundador de Amazon.com, trabaja 75 horas semanales. Aún conserva en su despacho el saco de dormir que utilizó para descansar en la oficina durante incontables noches de trabajo.

Este es el único tópico que es falso por quedarse corto. No se engañe: deberá trabajar “de sol a sol” hasta que consiga encarrilar su proyecto empresarial.

Ahora bien, esta vez lo hará con la ilusión del que sabe que está trabajando para construir *su propio futuro*.

*“El secreto es trabajar, trabajar y trabajar. Yo les enseñé a los muchachos cómo trabajar”.*

*Thomas Walton, padre de Sam (fundador de Wal Mart).*

\* David Alvarez, fundador del Grupo Eulen (servicios de limpieza, mantenimiento, seguridad, catering y socio-sanitarios. Facturación anual: 62.000 millones de pesetas. 27.000 empleados), tenía 21 años cuando abandonó la carrera de Ingeniero de Telecomunicaciones debido a las estrecheces económicas de su familia,

Alvarez decidió poner en marcha un Centro de Formación. Diez años después crearía el germen del actual Grupo Eulen: un pequeño negocio para hacerse cargo de la limpieza de oficinas y grandes superficies. Cuando recuerda sus primeros pasos como empresario, señala: “Al principio, el negocio lo llevaba yo solo con un contable y después con una secretaria (...) Tenía la oficina en el comedor de mi propia casa”.

*“Sencillamente, trabajábamos hasta caer”.*

*Paul Allen, co-fundador de Microsoft con Bill Gates, refiriéndose al ritmo de trabajo de los primeros años.*

El carácter del emprendedor se forja y se fortalece superando obstáculos. Más aún, muchas veces encontrar demasiadas facilidades es una enorme desventaja.

\* Howard Stevenson, de la Harvard Business School, señaló acertadamente: <<Destruímos a los potenciales emprendedores alfombrándoles el camino, ofreciéndoles altos sueldos y diciéndoles que son muy buenos... antes de que adquieran la suficiente inteligencia, experiencia y responsabilidad>>.

*Este Programa le ayudará a superar la dureza de los primeros meses de actividad de su empresa mediante la más completa preparación técnica y psicológica.*

**FALSO TÓPICO Nº 12: “Durante los primeros meses de su nuevo negocio tendrá que desempeñar todo tipo de tareas: desde las más sofisticadas a las más rudimentarias”.**

Este tópico no es falso por su contenido, sino por su valoración. Al iniciar un nuevo negocio, tener que desempeñar todo tipo de tareas no sólo no es negativo, sino que es extraordinariamente positivo.

\* David Packard recuerda con estas palabras la puesta en marcha de HP en un pequeño garaje junto a Bill Hewlett: “En aquellos días, Bill y yo teníamos que hacer de todo. Desde inventar y construir los productos, hasta ponerles precio, empaquetarlos y enviarlos; desde tratar con clientes y delegados de ventas, hasta llevar las cuentas; desde diseñar los anuncios, hasta barrer al final del día. Muchas de las cosas que aprendí en esta etapa fueron extraordinariamente valiosas, y la mayoría de ellas no se enseñan en las Escuelas de Negocios”.

Al poner en marcha su empresa es muy posible que tenga que hacer de todo: desde funciones de director general hasta de encargado de limpieza, pasando por secretaria y vendedor. No debe pensar que alguno de estos trabajos es engorroso o indigno de usted.

En primer lugar, el trabajo siempre es dignificante y más aún cuando uno trabaja para sí mismo.

Y en segundo lugar, desempeñar todo tipo de tareas en su empresa le será de gran ayuda para definir y controlar adecuadamente el desempeño de sus futuros empleados. Si durante los primeros meses de vida de su nuevo negocio debe usted, por ejemplo, llevar la contabilidad de su empresa, esta experiencia le será de gran utilidad cuando llegue el momento de seleccionar, contratar, formar y controlar a un contable.

\* Leopoldo Fernández Pujals inició su aventura empresarial abriendo una pequeña pizzería en Madrid. Diseñó las recetas de sus pizzas a base de darlas a probar una y otra vez a los niños de su barrio y conocer sus opiniones. Durante sus inicios se encargó de todas las tareas del negocio: desde preparar la masa, hasta servir un pedido o barrer el suelo de la pizzería. Hoy su empresa, Telepizza, factura 40.000 millones de pesetas al año y da trabajo a 13.000 personas.

*“En mis comienzos empresariales trabajaba mañana, tarde y noche durante los siete días de la semana”.*

*Leopoldo Fernández Pujals,  
fundador de Telepizza.*

Walt Disney, fundador de Disney Company, se encontraba tan falto de medios en sus comienzos que en sus primeras películas doblaba con su propia voz en falsete al ratón Mickey.

\* Ray Kroc, fundador de la cadena Mc Donald's, supervisaba su primer restaurante revisando personalmente la cocina y despegando los chicles del aparcamiento con una rasqueta.

\* Juan José Hidalgo, fundador de Air Europa, Viajes Halcón y Travelplan es también presidente del equipo de fútbol de Salamanca. Su relación con este equipo empezó hace muchos años, cuando conducía el autobús que transportaba a los jugadores.

\* Sam Walton, fundador de Wal Mart (la cadena de grandes almacenes más grande de Estados Unidos), empezó trabajando como cajero de su primer supermercado.

*“Muchas personas que dirigen grandes compañías jamás han estado detrás de una caja registradora ni atienden a los clientes. Yo siempre he valorado lo que significa ser vendedor”.*

*Sam Walton, fundador de Wal Mart.*

**FALSO TÓPICO Nº 13: “Durante los primeros meses de su negocio sólo tendrá pérdidas”.**

Depende del negocio.

Unas empresas dan beneficios a partir del tercer día y otras a partir de la tercera década.

En su caso, lo sabrá cuando realice el plan financiero (en el Curso ME-5). Será entonces -antes de invertir la primera peseta en el negocio- cuando decida si le interesa seguir adelante o no.

# JUVENTUD

Se estudiará en relación a este punto el tópico siguiente:

**\* Falso tópico nº 14:**

*“Los jóvenes no están preparados para crear una empresa”.*

#### **FALSO TÓPICO Nº 14: “Los jóvenes no están preparados para crear una empresa”.**

Como se ha comentado en un punto anterior, la NFTE lleva diez años enseñando a escolares estadounidenses a crear empresas. Esta formación, además de haber generado miles de nuevas empresas juveniles, se ha mostrado como una importante medida para mejorar el civismo (los alumnos asimilan la importancia de comportarse cívicamente como primer requisito para hacer negocios) y la calidad de enseñanza (aprenden más y mejor en la escuela al aplicar las asignaturas teóricas sobre la realidad de su empresa).

Las “primeras empresas” generadas en el seno de la NFTE son proyectos temporales y muy sencillos (diseño y venta de camisetas, organización de fiestas, manicura, venta de relojes, pulseras, venta de alimentos artesanos, etc) cuyo objetivo es que el alumno asimile los principios básicos del funcionamiento de la economía y la empresa.

\* Pep Vallés empezó a trabajar a los 17 años en el gimnasio barcelonés de su padre. Propuso construir cuatro piscinas y ocho pistas de squash y el negocio pasó de tener cien millones de pérdidas a cien millones de beneficios.

Siete años después -tras participar en otros negocios como la puesta en marcha de discoteca Studio 54 en Barcelona y un túnel de lavado de coches- se fue a vender camiones y productos farmacéuticos a Guinea Ecuatorial. Una experiencia interesante aunque empresarialmente no muy satisfactoria.

En 1992 regresó a Barcelona y se introdujo en el entonces nuevo sector de Internet al emplearse como director comercial en un proyecto de la Generalidad de Cataluña para crear un proveedor de servicios en la red (Cinet). La Generalidad le financió su estancia en Estados Unidos para perfeccionar sus conocimientos en este campo.

De vuelta a Barcelona, Vallés propuso a la Generalidad la creación del servidor ¡Olé!, propuesta que en un principio es financiada pero -por problemas políticos- finalmente rechazada. Vallés no se dio por vencido y finalizó el desarrollo de ¡Olé! en los locales de un parvulario propiedad de su madre.

En 1999, Telefónica adquirió ¡Olé! por 2.000 millones de pesetas y contrató a Vallés -de 36 años- para trabajar al frente de su departamento de Internet. Fue el inicio de Terra Networks, la empresa que en Noviembre de 1999 rompió todos los récords de revalorización bursátil en España alcanzando casi los dos billones de pesetas el primer día de cotización.

Los jóvenes se encuentran en un momento ideal para crear una empresa: tienen muchísimo tiempo libre, imaginación, creatividad, pasión y aprenden muy rápido si tienen a su alcance una metodología sencilla y práctica como este Programa

\* Pepe Barroso, fundador y presidente de la cadena Don Algodón -80 tiendas, 600 empleados y más de 1.000 millones de facturación- se introdujo a los 15 años en el mundo de los negocios vendiendo banderitas de España en su colegio.

Al terminar sus estudios de Telecomunicaciones en Madrid, David del Val se fue con una beca y una idea a la Universidad californiana de Stanford. En un año había puesto en marcha VxTreme, una empresa pionera en tecnología de compresión de video. Dos años después, en 1998, Microsoft compraba VxTreme por 10.000 millones de pesetas y

contrataba a del Val -de 30 años- como director de desarrollo para Windows.

*“En España todos quieren trabajar en una multinacional, comprarse un piso y un coche. Pero no pasa nada por llegar a los 30 y no tener nada de eso. En Estados Unidos los recién licenciados no piensan en tener un trabajo seguro: lo primero intentan es crear una empresa”.*

*David del Val, fundador de la empresa Vxtreme.*

Akio Morita, fundador de Sony, tenía 25 años, cuando -recién finalizada la Segunda Guerra Mundial- en compañía de su amigo Masaru Ibuka fundó la empresa de ingeniería y telecomunicaciones que sería el germen de Sony. Ibuka era el ingeniero y Morita el visionario vendedor.

\* Juan José Hidalgo, fundador de Air Europa, Viajes Halcón y Travelplan, hizo su primer negocio vendiendo pieles de animales a los 12 años.

Amancio Ortega, nacido en León, empezó a trabajar a los 14 años como recadero en una camisería de La Coruña. Años después pondría en marcha en esta ciudad la empresa Confecciones Coaga dedicada a la fabricación de ropa de señora. Este proyecto fue ampliando paulatinamente su producción hasta desembocar doce años después en la apertura de la primera tienda Zara.

\* Bill Gates fundó su primera empresa a los 16 años.

*“Los principios fueron algo frustrantes. Llamábamos a empresas como IBM y Digital diciendo: <<¿Les gustaría conocer nuestro compilador? ¿Querrían conocer nuestro editor?>> Y ellos respondían: <<No, nosotros mismos hacemos esas cosas. Y ustedes no son más que chicos de instituto, ¿por qué nos siguen llamando para estas cosas?>>”.*

*Bill Gates, fundador de Microsoft.*

Marcos Guillén, tenía 10 años cuando sus padres lo matricularon en una academia de informática de Valencia. A los 20 se dejó la carrera de Telecomunicaciones para dedicarse a montar y vender ordenadores. Luego llegó la creación de Ran Internet, una empresa que proporcionaba acceso a la red a distintas empresas. En 1999, con 28 años, ha puesto en marcha Red Internauta, la empresa cuya red compite con Infovía Plus de Telefónica. Red Internauta (Redi) ha sido valorada en 8.000 millones de pesetas.

\* En abril de 1994, Jerry Yang (25 años) y David Filo (27) -por aquel entonces estudiantes del doctorado de Ingeniería Eléctrica en la Universidad de Stanford (California)- crearon desde una autocaravana aparcada en un solar de Palo Alto el primer índice de páginas de Internet organizado por categorías.

8 meses después, Yahoo! -que así se llamó este “portal” de Internet- recibía un millón de visitantes diarios. Yang y Filo consiguieron el apoyo de una sociedad de capital riesgo y contrataron los servicios de un directivo especializado en el desarrollo de nuevos negocios. En 1998 la fortuna personal de ca-

da uno de los cofundadores de esta empresa era estimada por la revista Forbes en 850 millones de dólares (unos 133.500 millones de pesetas).

Martín Varsavsky, argentino, estudió economía y filosofía en Estados Unidos mientras trabajaba como mensajero en bicicleta, cajero de una librería, vendedor de libros, dependiente en una tienda de ropa y periodista. Fundó su primera empresa a los 21 años: Urban Capital, una promotora Inmobiliaria en Nueva York. A ese primer proyecto han seguido Medicorp Sciences (biotecnología y análisis de SIDA), Viatel, Jazztel y Jazztel Internet Factory (las tres últimas en el sector de las telecomunicaciones). El 31 de Enero del 2000, Varsavsky anunció en el Foro Internacional de Davos su próximo proyecto empresarial: EinsteinNet, una empresa que proveerá programas informáticos a través de Internet. De este modo, los usuarios ya no necesitarán almacenar sus datos en un disco duro, les bastará con un teclado, una pantalla y una conexión a la red.

El 25% de los nuevos empresarios estadounidenses es menor de 25 años. Muchos padres españoles consideran poco menos que deshonoroso e impropio que sus hijos “trabajen”, “vendan” o “comercien”. ¿Por qué? ¿Qué hay de malo en crear un negocio -del tamaño que sea- que satisfaga las necesidades de un grupo de consumidores? ¿Qué hay de malo en que los jóvenes aprendan el funcionamiento de una empresa? ¿Pesana todavía los obsoletos prejuicios de los *hidalgos*, que consideraban el comercio como un deshonor? Seamos serios: que su hijo monte una empresa con rigor mientras aún es joven puede ser una experiencia extraordinariamente positiva para él.

\* Juan Riera A los siete años empezó a estudiar informática en Manacor (Mallorca). A los 10 años pasó un mes de verano en Madrid haciendo un curso de programación de Microsoft. Después de este curso empezó a diseñar pequeños programas de gestión para las pequeñas empresas de algunos conocidos del pueblo de Manacor. Se corrió la voz y le invitaron a asistir a clases en la Facultad de Informática de Palma de Mallorca, donde pasó un año a la vez que seguía sus clases normales en el colegio.

Con 13 años fundó Babysoft, una empresa de software, hardware y servicios de Internet. Empezó trabajando en su habitación, más adelante alquiló un despacho de cuarenta metros cuadrados y actualmente trabaja en un edificio de cinco plantas junto a diez empleados más.

No le gusta que le llamen “El Bill Gates español” ni que le tachen de niño prodigio. “Todo lo que sé me lo he currado bastante. He estado bastantes horas practicando”, declara en abril de 2000 al diario “ABC”.

# MUJER

Se estudiará en relación a este punto el tópico siguiente:

**\* Falso tópico nº 15:**

*“La creación de empresas es una cuestión de hombres”.*

### **FALSO TÓPICO Nº 15: “La creación de empresas es una cuestión de hombres”.**

Hasta hace tan sólo medio siglo, el mundo de la empresa era un ámbito mayoritariamente masculino. Mucho ha cambiado desde entonces.

\* Anita Roddick abrió en 1984 una tienda de perfumería y cosmética como forma de mantener a su familia mientras su marido recorría Sudáfrica de expedición.

Hoy día, su empresa -The Body Shop- es un imperio multinacional que factura cientos de millones de dólares y se distingue por su compromiso con proyectos sociales y ecologistas.

En los últimos años, las mujeres estadounidenses están creando empresas a un ritmo el doble de rápido que los hombres de aquel país. Un dato muy significativo: el 18% de estas nuevas empresarias pone en marcha su negocio desde su propia casa (son lo que los norteamericanos llaman *home-based business*). Sin llegar a esta elevada proporción, también en España surgen hoy multitud de nuevas empresarias.

El Informe Global Entrepreneurship Monitor 2000 realizado a nivel mundial por la Ewing Marion Foundation en colaboración con el Babson College y la London Business School indica textualmente que “en España las mujeres están creando empresas al mismo ritmo que los hombres”.

¿Están mejor dotadas las mujeres para la empresa? Si nos atenemos a las diferencias sexuales convencionalmente aceptadas, podría decirse que en muchos sentidos lo están: suelen ser más relacionales, trabajan mejor en equipo y son menos autoritarias que los hombres (más independientes, directos y egocéntricos).

\* Carmen Almagro, presidenta de The Body Shop para España, declaraba al diario “El Mundo” en el 2000: “Dirigir una empresa es planificarse y tener sentido común. Que te guste lo que haces. La mujer ha sido toda la vida una empresaria nata. De hecho, una casa es una pequeña empresa donde hay un presupuesto, unos pagos que hacer, unos proveedores y unas prioridades. da igual que sean 30.000 pesetas o 30.000 millones. Se parte de la misma base.

Además, a diferencia del hombre, la mujer no se imbuye de poder y raras veces se cree importante”.

La llegada de las mujeres empresarias está enriqueciendo en muchos aspectos el mundo de la empresa. Las mujeres suelen demostrar, por ejemplo, una mayor preocupación por incluir en sus negocios la acción social.

\* The Body Shop, la multinacional fundada por Anita Roddick, se distingue por su compromiso con proyectos sociales y ecologistas como el programa “Trade, Not Aid” destinado a promover el comercio con los países del Tercer Mundo.

Como fenómenos a superar por las empresarias españolas, deben señalarse especialmente dos: su escasa presencia en los sectores industriales, agrícolas o constructor (la mayoría de sus empresas se centran en los servicios o el comercio), y la aún importante reticencia de las amas de casa tradicionales a convertirse en empresarias.

Por su experiencia en la gestión del hogar (llevan el presupuesto, detectan las necesidades de la familia, se ocupan del suministro, coordinan las múltiples actividades domésticas, desarrollan una gran capacidad de trabajo, etc), las amas de casa tradicionales españolas están mejor preparadas para crear y dirigir una empresa de lo que lo estuvieron muchos grandes empresarios en sus inicios.

# EMPLEADO

Se estudiará en relación a este punto el tópico siguiente:

**\* Falso tópico nº 16:**

*“Para un profesional que se encuentra en la mitad de su carrera como empleado (a los 40-45 años) es una locura tomar la decisión de abandonar su empleo seguro y prometedor para intentar la aventura imprevisible de crear una empresa”.*

**FALSO TÓPICO Nº 16: “Para un profesional que se encuentra en la mitad de su carrera como empleado (a los 40-45 años) es una locura tomar la decisión de abandonar su empleo seguro y prometedor para intentar la aventura imprevisible de crear una empresa”.**

¿Había algo más seguro hace 25 años que trabajar en un gran banco o una multinacional? Las cosas han cambiado. En los últimos 20 años, las 500 principales corporaciones han despedido a 5 millones de empleados.

\* A los 36 años, después de haber pasado una larga temporada en la marina y doctorarse en informática en la Universidad de Utah, Jim Clark empezó a trabajar como profesor de ingeniería electrónica en la Universidad de Stanford (California). Sus trabajos de investigación llamaron la atención de una sociedad de capital riesgo, que le animó a poner en marcha Silicon Graphics facilitándole la primera inversión.

“Así que abandoné mi cómodo empleo para introducirme en un terreno completamente desconocido para mí, sin tener un horizonte demasiado claro y mucho menos el de hacerme rico con aquello. Uno no pone en marcha un proyecto pensando que acabará creando una empresa de un billón de dólares. Cuando estás corriendo una carrera no piensas en lo que sentirás al cruzar la línea de meta, sino en poner un pie detrás del otro. Te esfuerzas al máximo y no miras más allá del próximo metro de suelo para evitar baches y tropezones”, señala Clark (que más tarde fundaría Netscape y Healtheon) en el libro “Netscape Time”.

La globalización de la economía conduce a una concentración cada vez mayor de las empresas. Y la concentración empresarial lleva siempre asociados los recortes de personal. Valgan como ejemplos las recientes fusiones entre el BBV y Argentaria (que provocó la disminución de casi 2.000 puestos de trabajo) o entre Ebro-Agrícola y Azucarera (1.000 empleos suprimidos).

De acuerdo con un reciente estudio de Gemini Consulting y UGT, en el sector bancario español se producirá una reducción de 70.000 puestos de trabajo entre los años 2000 y 2007.

Las grandes multinacionales mantienen su ritmo de destrucción de empleo, últimamente evidenciado por los anuncios de General Electric (recorte de 75.000 empleos), Chrysler (25.000), Coca-Cola (6.000), Xerox (5.200 empleos suprimidos) o Endesa (reducción del 28,6% de su plantilla).

Desde 1975, el 80% de los nuevos empleos han sido creados por las empresas nuevas y emergentes. La economía estadounidense ha creado 34 millones de empleos desde 1980. Durante ese mismo periodo, las 500 empresas más grandes del país han despedido a 5 millones de sus trabajadores.

Ya no hay empleo seguro. En el nuevo entorno laboral son muy pocos los que tienen garantizado su puesto de trabajo de por vida. ¿Qué es más arriesgado, crear su propia empresa o colocarse en un “empleo fijo”?

\* La Bolsa de Wall Street llamó la atención de Jeff Bezos al terminar sus estudios universitarios, interés que le llevaría a iniciar una meteórica carrera en el sector de los bancos de inversión y que le convertiría en 1990 en el vicepresidente más joven del prestigioso Banker's Trust.

Cuatro años después, Bezos decidió dar por finalizada su etapa como empleado y empezar a hacer cosas por sí mismo. Los índices del entonces reciente fenómeno de Internet habían llamado poderosamente su atención: crecimiento anual del 2300%.

Bezos hizo una lista con 20 productos que podían venderse por Internet y, tras valorar las alternativas, optó por los libros por su gran volumen de referencias y los ahorros de costes que podía conseguir frente a las librerías tradicionales.

Con la decisión firmemente tomada, en 1994 se trasladó junto a su mujer, Mackenzie, de Nueva York a Seattle para estar más cerca de las empresas editoras de libros y de los jóvenes con la mejor preparación en informática.

El matrimonio Bezos tardó todo un año en desarrollar las bases de datos y el sitio web que permitieron poner Amazon.com en marcha utilizando como primera sede física el garaje de su vivienda.

El esfuerzo valió la pena: Amazon es hoy el tercer vendedor de libros del mundo, con 13 millones de clientes en más de 160 países. La empresa creada por Bezos vende 57.000 libros cada día, lo que al año supone unos ingresos de 600 millones de dólares (1999).

Bezos fue elegido en 1999 "Hombre del año" por la prestigiosa revista TIME. La fortuna personal de Bezos está estimada en un billón y medio de pesetas.

Crear una empresa no es imprevisible si se hace siguiendo la metodología adecuada. El propósito de este programa es minimizar el riesgo de fracaso del nuevo negocio mediante la preparación exhaustiva del emprendedor.

\* Leopoldo Fernández Pujals abandonó a los 40 años su puesto de ejecutivo en la multinacional americana Johnson & Johnson para fundar Telepizza.

*"A los cuarenta, tienes una edad que no puedes dejar pasar de largo. Es el momento de intentar algo propio. De lo contrario, te vas haciendo viejo y cada vez es más difícil cambiar".*

*Leopoldo Fernández Pujals, fundador de Telepizza.*

Usted no tiene por qué abandonar su puesto de trabajo hasta que no sepa con seguridad que su proyecto empresarial funcionará. Puede seguir trabajando en su actual empleo mientras chequea la viabilidad de abrir su propio negocio, y decidir dar el paso sólo cuando esté seguro de que la nueva andadura tiene un futuro prometedor.

\* En 1985, Steve Case, con 27 años, dejó su puesto como ejecutivo de Pizza Hut para lanzarse a la aventura de Internet. Sin dinero pero con ilusión, visión y una gran tenacidad puso en marcha America On Line.

En 1995, Bill Gates le hizo una oferta multimillonaria por su empresa. Se negó a vender.

Hoy AOL -tras comprar Netscape, aliarse con Sun Microsystems y fusionarse con Time Warner- es una de las empresas más grandes del mundo, con un valor en Bolsa de 56,7 billones de pesetas y 80.000 empleados.

Si es usted empleado desde hace años, cuenta con una experiencia muy valiosa. Conoce a sus clientes, conoce su negocio por dentro, conoce a los agentes que trabajan en su sector... Si decide crear una empresa en la misma área de negocio en la que ha estado trabajando como empleado, estos conocimientos le serán de gran ayuda a la hora de estudiar la viabilidad de su nuevo proyecto y al ponerlo en marcha.

\* Jorge Mata, licenciado en Ciencias Físicas, utilizó las experiencias adquiridas en sus diversos empleos (telecomunicaciones, consultoría e informática) para diseñar Myalert.com

Puesta en marcha en abril de 1999, ha conseguido 9.000 millones de pesetas en dos rondas de inversión.

Si es usted empleado desde hace años va a tomar las decisiones con fundamento y sensatez. No se va a precipitar, sino que va a estudiar con calma si crear su propio proyecto empresarial le interesa más que continuar como empleado.

\* Gonzalo De la Cierva dejó su trabajo como director comercial de Tele 5 para fundar la filial española de Icon Medialab, una consultoría centrada en Internet.

En declaraciones al suplemento "Expansión y Empleo" del diario "El Mundo" (22 de Octubre de 2000), De la Cierva se refiere a este cambio del siguiente modo: <<Tenía que jugármela y arriesgar para ganar. Trabajé y puse muchísimo esfuerzo para que la empresa saliera adelante. Estábamos a 8 millones de pesetas de la quiebra cuando entraron dos grandes clientes y la compañía empezó a crecer.>> Icon Medialab cotiza actualmente en Bolsa y emplea a 350 personas.

¿La seguridad de su actual empleo? ¡Aburrimiento! ¿Qué hay del placer de disfrutar las sensaciones intensas de la vida? ¿Por qué no saborear la inigualable experiencia de crear una nueva empresa? ¿Tan pronto se quiere usted hacer viejo?

*“La mayor parte de la humanidad muere a los cuarenta y los entierran a los setenta”.*

*General George S. Patton.*

\* Fernando Espuelas abandonó su puesto de ejecutivo para introducirse en el nuevo mundo de Internet. En febrero de 2000, declaraba el diario “El Mundo”: “Había trabajado intensamente durante dos años para ser promovido al puesto de director ejecutivo de ATT para América Latina, y después de lograrlo me sentí completamente decepcionado conmigo mismo”.

Fundó Starmedia Network en 1996, una empresa que empezó como portal de Internet para América Latina y que hoy en día realiza un amplio número de actividades relacionadas con Internet y las telecomunicaciones en Latinoamérica y España. “Me llamó la atención la idea de desarrollar un negocio, de ser constructor en vez de destructor”.

Muchos en su situación han dado este paso. Esta es una de las modalidades de creación de empresa más repetidas y exitosas.

\* Ray Kroc tenía 52 años y trabajaba como vendedor de electrodomésticos para restaurantes cuando quedó fascinado por la pequeña hamburguesería de los hermanos Maurice y Richard McDonald, y su sistema de comida sencilla, barata y rápida.

Kroc propuso a los hermanos McDonald extender su concepto de hamburguesería por medio de franquicias y los tres se asociaron para este fin.

En 1961, Kroc compró a los hermanos McDonald su parte en el negocio por algo más de dos millones y medio de dólares convirtiéndose así en el principal propietario de la cadena, que llegaría a convertirse en la empresa de comida rápida más importante del mundo.

*“¿Que por qué cree una empresa? Para no tener que aguantar a un jefe más estúpido que yo”.*

*Wenceslao Casares, fundador de Patagon.com.*

\* Los fundadores de Intel Corporation decidieron crear su propia empresa cansados de soportar durante años el control tiránico de su jefe en Semiconductores Shockley. “Éramos jóvenes y arrogantes. Queríamos la independencia para hacer las cosas a nuestro modo”, señala Robert Noyce, uno de los cofundadores de Intel.

# DESEMPLEADO

Se estudiará en relación a este punto el tópico siguiente:

**\* Falso tópico nº 17:**

*“¿Cómo voy a crear una empresa si ni siquiera puedo encontrar trabajo como empleado?”*

**FALSO TÓPICO Nº 17: “¿Cómo va a crear una empresa si ni siquiera puede encontrar trabajo como empleado?”**

*“Cuando uno no consigue empleo tiene que empezar su propio negocio”.*

*Walt Disney, fundador de Walt Disney Company.*

La precariedad del actual mercado laboral español excluye a muchas personas perfectamente válidas para trabajar.

El desempleo es una situación dramática en la que el individuo pierde autoestima y agilidad mental.

Si está usted desempleado, trabajar en la creación de una empresa puede ser una decisión muy acertada como mínimo por dos razones:

- 1) En primer lugar, porque siguiendo la metodología de este programa usted *puede* poner en marcha un negocio que le dé trabajo para el resto de su vida.
- 2) Y en segundo lugar, porque trabajar en la creación de una empresa supone mantenerse muy activo y adquirir un importante grado de conocimiento sobre el sector empresarial que elija, factores ambos que le ayudarán a encontrar un empleo en ese sector si es eso lo que finalmente decide.

\* En 1933, la compañía Shibura Electric Company -ahora conocida mundialmente con el nombre de Toshiba- rechazó la solicitud de empleo de Masaru Ibuka, quien años más tarde se convertiría en cofundador de Sony junto a Akio Morita.

# JUBILADO

Se estudiará en relación a este punto el tópico siguiente:

**\* Falso tópico nº 18:**

*“Los jubilados deben dedicarse a descansar y a entretenerse. No tienen futuro, luego es absurdo que se embarquen en la creación de una empresa”.*

## NO ME DECIDO A CREAR MI PROPIA EMPRESA PORQUE ESTOY JUBILADO.

**\* Falso tópico nº 18: “Los jubilados deben dedicarse a descansar y a entretenerse. No tienen futuro, luego es absurdo que se embarquen en la creación de una empresa”.**

Los jubilados actuales están en mejor forma física, mental y profesional que los de cualquier generación anterior. Su esperanza de vida después de la jubilación es altísima; tienen por delante una media de 25 a 30 años, tiempo más que suficiente para poner en marcha y gestionar no una, sino varias empresas.

¿Por qué deben estar condenados a *descansar y entretenerse*? La jubilación así entendida provoca la pérdida de agilidad mental y autoestima. Crear una empresa produce los efectos contrarios.

\* En 1997, tras jubilarse como piloto de Iberia, Víctor Castillo puso en marcha Loring, empresa que introduce las gafas premontadas de coste económico para la corrección de la presbicia (vista cansada) sin prescripción médica u oftalmológica. En el año 2000 Loring vendió 200.000 gafas en España e iniciaba su introducción en Francia, Portugal y otros países de la Unión Europea.

En mayo de 2000, Castillo declaraba al diario “El Mundo”: “Podría haber disfrutado jugando al golf, viajando o gozando de la compañía de mis familiares o amigos, pero mi espíritu inquieto no me permitía dedicarme a la vida ociosa; me llamaba a seguir en activo”.

Poner en marcha un nuevo negocio es una de las actividades más ilusionantes que puede emprender un jubilado.

El 21% de los nuevos empresarios estadounidenses es mayor de 40 años.

Los mayores conocen mejor que nadie uno de los mercados con mayor potencial de crecimiento futuro: el suyo propio. Como se verá en el Curso ME-4, el sector de los jubilados es una de las áreas que más oportunidades de negocio ofrece de cara al futuro.

\* El coronel Harland Sanders puso en marcha la cadena multinacional de restaurantes Kentucky Fried Chicken con la primera paga mensual de su pensión de jubilación.

Si está usted jubilado, se encuentra en un momento idóneo para crear una empresa: dispone de tiempo, ahorros, experiencia, sentido común y de un programa completo, sencillo y práctico que le ayudará a minimizar el riesgo de fracaso de su futuro negocio.

## BARRERAS CULTURALES

Se analizarán a continuación una serie de prejuicios instalados en la cultura popular. Como se verá, estos argumentos no obedecen a la realidad, pero se mantienen en vigor *porque todo el mundo piensa así*.

- Crear una empresa es muy arriesgado.
- Crear una empresa es muy complicado.
- Ser "comerciante" está *mal visto*.

# RIESGO

Se estudiarán en relación a este punto los tópicos siguientes:

**\* Falso tópico nº 19:**

*“Crear una empresa es como jugar a la lotería, no sabes si va a funcionar hasta que no la pones en marcha”*

**\* Falso tópico nº 20:**

*“Fracasar en la puesta en marcha de una nueva empresa implica perder mucho dinero”.*

**\* Falso tópico nº 21:**

*“El empresario nunca tiene el futuro asegurado”.*

**\* Falso tópico nº 22:**

*“Crear una empresa es mucho más arriesgado que trabajar como empleado”.*

**FALSO TÓPICO Nº 19: “Crear una empresa es siempre como una lotería: hasta que no la pones en marcha, no sabes si va a funcionar”.**

Al crear una empresa, nadie está totalmente seguro de que será un éxito, pues siempre van a existir factores de incertidumbre imposibles de prever (crisis económicas generadas por causas incontrolables, problemas de salud, catástrofes naturales, etc).

Ahora bien, desde el 0% de garantías de éxito hasta el 100% se puede cubrir una parte muy significativa gracias al aprendizaje y la puesta en práctica de los conocimientos que le enseña este programa.

**FALSO TÓPICO Nº 20: “Fracasar en la creación de una empresa significa perder un montón de dinero”.**

Que una nueva empresa no funcione no significa que el emprendedor vaya a perder una fortuna.

Gracias a herramientas como la planificación financiera o el plan de salida (detalladas en el Curso ME-5), la posibilidad de perder dinero está siempre controlada y delimitada: antes de tomar la decisión de crear su empresa, usted sabrá cuánto dinero puede perder y decidirá objetivamente si acepta asumir este riesgo.

**FALSO TÓPICO Nº 21: “El empresario nunca tiene el futuro asegurado”.**

La seguridad del empresario de cara al futuro puede ser hasta superior a la del empleado. El empresario cobra un sueldo y unos beneficios, cotiza en la Seguridad Social y tiene derecho a su propia pensión. Además de esto, el buen empresario está observando permanentemente las tendencias del consumidor, lo que le otorga gran flexibilidad, le indica cuándo debe modificar su oferta y le permite detectar nuevas oportunidades de negocio.

Por lo tanto, si el empresario hace bien su trabajo el futuro no será un enemigo, sino un aliado y una fuente continua de oportunidades.

**FALSO TÓPICO Nº 22: “Crear una empresa es mucho más arriesgado que trabajar como empleado”.**

¿Es tan seguro trabajar como empleado? Ya no. Sólo hay que observar las cifras de despido, la precariedad del mercado laboral actual (contratos temporales, movilidad geográfica, jubilaciones anticipadas, etc) y la ansiedad permanente en la que vive el trabajador, para constatar que los tiempos del empleo fijo han terminado.

Crear una empresa tampoco le garantiza por completo que tendrá un trabajo de por vida, pero las compensaciones de asumir este riesgo son ampliamente superiores a las de “arriesgarse a ser un empleado”: mejor estilo de vida, autoestima, satisfacción personal, mayor control sobre sus actos, posibilidad de traspasar empleo y riqueza a su familia, etc.

# COMPLICACION

Se estudiará en relación a este punto el tópico siguiente:

**\* Falso tópico nº 23:**

*“Una empresa es algo muy complejo”.*

### **FALSO TÓPICO Nº 23: “Una empresa es algo muy complejo”.**

Cuando la gente piensa en *una empresa* piensa en IBM, en Microsoft, en Coca-Cola... Todas ellas son empresas, desde luego, pero también lo son la panadería de la esquina o el puesto de verduras del mercado. Y todos los negocios se rigen por los mismos principios básicos.

No piense que “crear una empresa” es crear una multinacional. Recuerde que hay infinidad de alternativas más y menos complejas, más y menos simples, que suponen más o menos tiempo y esfuerzo.

Usted puede crear una empresa para trabajar sólo por las mañanas, por las tardes, los fines de semana o en determinadas épocas del año; invirtiendo 10.000 pesetas o 10 millones; sin empleados o con 200 trabajadores... Las posibilidades son infinitas y el grado de dificultad varía muchísimo de unas a otras.

No se deje engañar por la terminología técnica con la que muchos *expertos* complican innecesariamente los mundos de la economía y la empresa.

*El Curso ME-2 explica el funcionamiento de la economía y las empresas demostrando que detrás de los términos técnicos se esconden conceptos sencillos y asequibles que cualquiera puede desarrollar a base de planificación, esfuerzo y perseverancia.*

# ANTI-CAPITALISMO

Se estudiarán en relación a este punto los tópicos siguientes:

**\* Falso tópico nº 24:**

*“El empresario es un egoísta. Lo único que busca es su propio beneficio, ganar cuanto más dinero mejor”.*

**\* Falso tópico nº 25:**

*“El empresario roba a sus clientes. Vende siempre al precio más caro que puede y compra al precio más barato”.*

**\* Falso tópico nº 26:**

*“El empresario explota a sus trabajadores. Él se lleva todo el dinero, a sus empleados les paga una miseria y los trata como esclavos”.*

**FALSO TÓPICO Nº 24: “El empresario es un egoísta. Lo único que busca es su propio beneficio, ganar cuanto más dinero mejor”.**

Todos trabajamos para ganar dinero, necesario para vivir y mantener a nuestra familia. ¿Qué hay de malo en eso?

El mayor beneficio que obtiene un empresario es lo que le motiva a asumir el riesgo. Sin ese mayor beneficio no existiría estímulo para la creación de empresas, actividad que tanto beneficia al conjunto de la sociedad.

El empresario crea empleo -el mayor beneficio social que puede generarse- y riqueza social. Es justo que eso se recompense adecuadamente.

Son muchos los casos de los empresarios comprometidos con causas sociales y decididos a devolver a la sociedad parte de la riqueza que esta les ha hecho ganar. Son destacables entre otros el caso español de la fundación impulsada por Ramón Areces -fundador de El Corte Inglés- o el caso americano de Ted Turner, el empresario que aportó recientemente una cifra multimillonaria a la ONU.

\* Antonio Catalán, fundador de la cadena hotelera NH, ha promovido en su pueblo natal, Corella, una fundación (La Fundación María Villar Díaz, nombre de su madre) cuyos fines son ayudar a la gente mayor y organizar actividades culturales.

\* En julio de 1999, Bill Gates (co-fundador de Microsoft) anunció que legará su fortuna a causas científicas relacionadas con la investigación médica del SIDA y la distribución gratuita de vacunas en el Tercer Mundo.

\* Leopoldo Fernández Pujals, fundador de Telepizza, ha promovido una Fundación que lleva su nombre para financiar investigaciones científicas sobre ciertas enfermedades del hígado. Telepizza colabora en campañas para la prevención de la drogadicción y la ayuda a los países del Tercer Mundo.

En 1999, las fundaciones estadounidenses recibieron 9.700 millones de dólares, un 22% más que el año anterior y la mitad de lo previsto para el 2000. Seattle (sede de Microsoft) y Silicon Valley se han convertido en los nuevos centros de la filantropía norteamericana.

*“Una empresa tiene la responsabilidad de devolver a la sociedad parte del apoyo que ha recibido de ella”.*

*Ben Cohen, cofundador de la cadena de heladerías Ben & Jerry's.*

Las donaciones de los empresarios filántropos se alejan del tradicional concepto de la caridad: nada de grandes edificios o bailes benéficos, los proyectos son pequeños y van directamente al grano, centrándose principalmente en acciones que fomenten la educación y la creación de nuevas empresas. Las actividades no lucrativas de Estados Unidos suponen el 8% de su PIB y emplean al 10% del total de los trabajadores.

**FALSO TÓPICO Nº 25: “El empresario roba a sus clientes. Ve vende siempre al precio más caro que puede y compra al precio más barato”.**

En competencia -la situación habitual en las economías desarrolladas- es la ley de la oferta y la demanda (es decir, el acuerdo entre los intereses de los consumidores y de las empresas) la que fija los precios, no el empresario. Es decir, el empresario no pone el precio que quiere, sino aquel que están dispuestos a pagar los consumidores.

El cliente no suele apreciar la cantidad de costes en los que incurre el empresario antes de vender el producto (local, maquinaria, mobiliario, empleados, trámites legales, seguros, publicidad, etc), costes que el empresario está obligado a reflejar en sus precios si quiere que su empresa sobreviva.

**FALSO TÓPICO Nº 26: “El empresario explota a sus trabajadores. Él se lleva todo el dinero, a sus empleados les paga una miseria y les trata como esclavos”.**

El empresario es quien asume el riesgo y quien genera empleo y riqueza social. Es normal que esto se recompense e incentive con una mayor ganancia.

En economías como la española un empresario no puede pagar los sueldos que quiera, sino que debe respetar los salarios mínimos fijados por la ley. El que no cumpla este requisito puede ser denunciado.

En cuanto a la forma de tratar a los empleados, cabe destacar que desde Estados Unidos empieza a llegar una nueva tendencia en la forma de gestionar las relaciones laborales: ante el fracaso del autoritarismo y del *yuppismo*, se abre paso con fuerza el trato familiar e informal entre los distintos miembros de la empresa, trabajadores y directivos.

# CONCLUSIONES DEL CURSO ME-1

En este primer curso se han analizado las principales barreras para emprender y se han indicado soluciones concretas para cada una de ellas.

## 1. Barreras principales.

- Falta de una idea de negocio.
- Falta de financiación.
- Desconocimiento del sector en el que se quiere abrir la empresa (falta de experiencia laboral en el mismo).
- Falta de formación empresarial.
- Falta de apoyo del entorno próximo.

## 2. Barreras psicológicas.

- Falta de "carácter emprendedor".
- Miedo ante la dureza de los primeros meses de vida de la empresa.
- Ser "demasiado joven".
- Ser mujer.
- Trabajar como empleado.
- Estar desempleado.
- Estar jubilado.

## 3. Barreras culturales.

- Crear una empresa es muy arriesgado.
- Crear una empresa es muy complicado.
- Ser "comerciante" está *mal visto*.

En los cursos siguientes conocerá las técnicas en las que se basan las soluciones propuestas.

Recuerde: no existe una "píldora mágica" que convierta en empresario de la noche a la mañana, existen caminos más o menos sencillos y más o menos esforzados para lograrlo. Usted *puede* crear una empresa y en este programa va a encontrar técnicas sencillas para conseguirlo, pero el resultado final dependerá siempre de su esfuerzo para ponerlas en práctica.

## **CUESTIONES A RESPONDER DESPUES DE LA LECTURA DE ESTE CURSO:**

**¿Qué me ha aportado la lectura de los prejuicios que más comúnmente se plantean a la hora de crear una empresa (idea, dinero, complejidad, formación, desconfianza del entorno, carácter emprendedor, riesgo, dureza de los primeros meses, estereotipo del empresario capitalista)? ¿Pienso ahora de forma distinta que antes de leerlos? ¿En qué?**

**¿Me identifico con alguno de los prejuicios centrados en un grupo concreto (jóvenes, mujeres, desempleados, empleados con larga trayectoria, jubilados)? ¿Qué me ha aportado lo que se dice en el programa en relación al mismo? ¿Pienso ahora de forma distinta que antes de leerlo? ¿En qué?**

**¿Se me ocurren otros prejuicios que detengan a la gente a la hora de plantearse la posibilidad de crear su propia empresa? ¿Cuáles?**

**¿Cuáles son mis barreras para emprender y cómo las voy a superar?**

## COMO CONTACTAR CON EL CENTRO EMPRENDE!

**Teléfono (España):** 902-157-658.

**Fax (España):** 96-392-03-38.

**Correo postal:**

Centro Emprende!

C/ Avellanas, 14 - 4º D.

46003 Valencia (España).

**Internet:**

[www.centro-emprende.com](http://www.centro-emprende.com)

**Correo electrónico:**

Información y pedidos: [informacionypedidos@centro-emprende.com](mailto:informacionypedidos@centro-emprende.com)

Asesoramiento: [asesoramiento@centro-emprende.com](mailto:asesoramiento@centro-emprende.com)

Servicios a entidades: [servicio-entidades@centro-emprende.com](mailto:servicio-entidades@centro-emprende.com)

Dirección: [direccion@centro-emprende.com](mailto:direccion@centro-emprende.com)

