

# Cuando la política se olvida de los emprendedores

Los promotores de pymes innovadoras, pieza clave en la creación de empleo, se quejan de falta de apoyo institucional

ISABEL LAFONT  
Madrid

Arriesgan su patrimonio personal, su prestigio según en qué ámbitos es mínimo y, si fracasan, la sociedad les colgará un sambenito. Los emprendedores nunca lo han tenido fácil en España y, sin embargo, convertirse en uno de ellos puede acabar siendo la única solución para muchas de las 4,9 millones de personas que ya engrosan las filas del desempleo. En ese contexto, la mayoría se queja de la ausencia de propuestas para favorecer la creación y la promoción de pequeñas empresas en los programas electorales de los candidatos municipales y autonómicos madrileños.

Un grupo de emprendedores afincados en Madrid demuestra que hay alternativas al funcionario o a la nómina de empleado. Todos comparten una característica: han puesto en marcha negocios basados en Internet, en las redes sociales y en las nuevas plataformas móviles, inexistentes hace 15 años, como los *smartphones* o el iPad. A partir de ahí todo es una casuística de trayectorias profesionales, formaciones y tipos de actividad. ¿Cuál es la diferencia con los miles de negocios que caldearon la burbuja de los noventa? "La experiencia", asegura John Wood, que con 20 años fundó una de aquellas empresas que subieron como la espuma para luego volatilizarse. Una década después sigue en la brecha, esta vez con

Implicate.org, una agencia de comunicación especializada en instituciones sin ánimo de lucro o con fines sociales o medioambientales. Un sector que se adapta como un guante a las nuevas formas de comunicación surgidas en la Web y las redes sociales, como las campañas virales. "En los noventa nadie sabía qué era Internet. Hoy lo conocemos bien y los modelos de negocio están más refinados. Eso sí, nadie vendrá a darte una financiación colosal para montar una web para mascotas. Para captar fondos de un inversor le tienes que presentar un producto que tenga ya 100.000 usuarios, por ejemplo", añade.

Pablo Álvarez, consultor especializado en internacionalización de empresas innovadoras, identifica dos perfiles tipo de emprendedor: "Uno es el joven dinámico, con buena formación académica y algo de experiencia internacional; otro, el profesional con una larga experiencia en una gran empresa".

La opacidad típica de muchos negocios de los noventa ha desaparecido. A veces las ideas son tan sencillas como la venta *online* de cartuchos de tinta: "En España el comercio por Internet representa solo el 2%, frente al 6% ó 7% de los países escandinavos. Yo creo que habrá un crecimiento exponencial y ese retraso es una oportunidad de negocio", asegura Niklas Gustafson, fundador de Conzumo.com. Además de ampliar su catálogo con productos dietéti-



Arriba, Miguel Ángel Díez, de Redkaraoke.com. Abajo a la izquierda por Pepe Arcos y Sonia Villanueva, de Noneko. A la derecha

"Con cinco millones de parados, las pymes son las que arreglarán la cosa"

"En España, montas una empresa y empiezas a saltar obstáculos"

cos para deportistas, este empresario sueco, residente en Madrid desde 1998, apunta hacia Latinoamérica.

No es el único que está listo para cruzar fronteras. Miguel Ángel Díez, fundador de Redkaraoke.com, se instala en San Francisco a partir de junio para lanzar en todo el mundo su karaoke *online*, que ya funciona en Estados Unidos y Japón con

catálogos de canciones. Sonia Villanueva de la firma de disolución Noneko, muestra la posibilidad de pie en Estados Unidos muy útil que se creó: incubadora institucional y oriente a la españolas que quiera to", indica.

Pero la lista de emprendedores es la paña, montas una empresa a saltar obstáculos Evelio Perea de Science Tools, una especializada en el serio, que ofrece formación de interactivos, enfermeros y otros. La clave es que valoración social del Estados Unidos no fracasa: si te va mal, vo. Aquí, si emprendes y no sale, está Gauthier Peyrouzet

# política e los dores

nes innovadoras,  
ón de empleo, se  
yo institucional

licate.org, una agencia de  
unicación especializada en  
tuciones sin ánimo de lucro  
n fines sociales o medioam-  
tales. Un sector que se adap-  
como un guante a las nuevas  
as de comunicación surgi-  
en la Web y las redes socia-  
como las campañas virales.  
los noventa nadie sabía qué  
Internet. Hoy lo conocemos  
y los modelos de negocio  
n más refinados. Eso sí, na-  
endrá a darte una financia-

colosal para montar una  
para mascotas. Para captar  
os de un inversor le tienes  
presentar un producto que  
a ya 100.000 usuarios, por  
plo", añade.

ablo Álvarez, consultor es-  
alizado en internacionaliza-  
de empresas innovadoras,  
tifica dos perfiles tipo de  
rrender: "Uno es el joven  
mico, con buena formación  
émica y algo de experiencia  
nacional; otro, el profesio-  
con una larga experiencia  
na gran empresa".

a opacidad típica de mu-  
negocios de los noventa ha  
parecido. A veces las ideas  
an sencillas como la venta  
e de cartuchos de tinta: en  
España el comercio por In-  
t representa solo el 2%,  
e al 6% ó 7% de los países  
dinavos. Yo creo que han  
n crecimiento exponencial  
: retraso es una oportuni-  
le negocio", asegura Niklas  
afson, fundador de Conzumo.  
Además de ampliar su  
ogo con productos dietéti-



Arriba, Miguel Ángel Díez, de Redkaraoke.com. Abajo a la izquierda, John Wood, de Implicate.org, flanqueado por Pepe Arcos y Sonia Villanueva, de Noneko. A la derecha, Niklas Gustafson, de Conzumo.com. / ULY MARTÍN

**"Con cinco millones  
de parados, las  
pymes son las que  
arreglarán la cosa"**

**"En España, montas  
una empresa  
y empiezas a  
saltar obstáculos"**

cos para deportistas, este empre-  
sario sueco, residente en Ma-  
drid desde 1998, apunta hacia  
Latinoamérica.

No es el único que está listo  
para cruzar fronteras. Miguel  
Ángel Díez, fundador de Redka-  
raoke.com, se instala en San  
Francisco a partir de junio para  
lanzar en todo el mundo su ka-  
raoke *online*, que ya funciona  
en Estados Unidos y Japón con

catálogos de canciones especifi-  
cos. Sonia Villanueva, fundadora  
de la firma de diseño e inno-  
vación Noneko, también explora  
la posibilidad de poner un  
pie en Estados Unidos: "Sería  
muy útil que se crease allí una  
incubadora institucional que fa-  
cilite y oriente a las empresas  
españolas que quieran dar el salto", indica.

Pero la lista de quejas de los  
emprendedores es larga. "En Es-  
paña, montas una empresa y  
empiezas a saltar obstáculos", se  
lamenta Evelio Perea, fundador  
de Science Tools, una empresa  
especializada en el sector sanitario,  
que ofrece formación y una  
plataforma de intercambio a mé-  
dicos, enfermeros y farmacéuti-  
cos. La clave es que cambie la  
valoración social del riesgo: "En  
Estados Unidos no hay miedo al  
fracaso: si te va mal, es un acti-  
vo. Aquí, si emprendes un pro-  
yecto y no sale, estás acabado".  
Gauthier Peyrouzet, socio de

Gluly, firma que ha desarrollado  
un *software* que permite crear  
una red social a partir de cual-  
quier web corporativa, cree que  
no queda más remedio que apo-  
yar a las pequeñas empresas pa-  
ra reducir el desempleo: "Cuan-  
do se llega a cinco millones de  
parados, no va a ser Telefónica  
la que va a solucionar la situa-  
ción, sino la pequeña y mediana  
empresa innovadora. Las insti-  
tuciones tienen que apoyar la  
contratación con menores car-  
gas sociales".

Según el informe Global En-  
trepreneurship Monitor (GEM),  
que en España coordina la IE  
Business School, la actividad em-  
prendedora total, calculada co-  
mo porcentaje de población de  
entre 18 y 64 años que está invo-  
lucrada en una actividad em-  
prendedora de reciente crea-  
ción —hasta 42 meses— se situó  
en España en el 4,3% en 2010, el  
nivel más bajo desde que se ini-  
ció este proyecto en 2000. La

## Elecciones municipales y autonómicas



cifra es inferior a la media de las economías más avanzadas —un 5,6%— y queda muy a la zaga de países como Islandia (el más emprendedor, con una tasa del 10,6%), Australia (7,8%), Noruega (7,7%) o Estados Unidos (7,6%). “Tiene que haber un cambio cultural, que la gente deje de pensar que te tienes que forrar comprando y vendiendo casas. Estaría muy bien que se crease un fondo de inversión con aportaciones de mil euros de madres, por ejemplo. Tenemos que dejar de ser paseadores de turistas. Pero esto no va a surgir de un movimiento ciudadano: tiene que venir de arriba”, clama Josu Rebollo, socio de Gluly. Pepe Arcos, fundador de Noneko, apunta a las deficiencias del sistema educativo: “La formación en nuevas tecnologías es escasa. Además, el diálogo entre la Universidad y las empresas es inexistente. En Estados Unidos, Stanford está metida en el capital de muchas empresas”.

Sobre todo, la escasez de financiación es el principal freno a la creación de empresas. “Estamos a años-luz en captación de fondos e inversores”, señala David Moreno, consejero delegado de Impok, una red social finan-

**Evelio Perea, consejero delegado y fundador de Science Tools, empresa online del sector sanitario. /**

SANTI BURGOS

ciera que permite a sus participantes compartir sus carteras de inversión. “Se tira de las 3F, *Friends, Fools and Family* [amigos, tontos y familiares] en la primera ronda de financiación y, a partir de ahí, es difícilísimo conseguir más”, añade. El incipiente desarrollo de las firmas de capital riesgo en España se desbarató con la crisis financiera de 2008. Ese año, este tipo de inversión alcanzó en España su máximo histórico, 426 millones de euros; en 2010 tan solo llegó a 218,6 millones de euros. Tampoco abundan los *business angels*, inversores dispuestos a impulsar proyectos innovadores.

Conclusión, los emprendedores españoles se financian por vías más precarias. Todos emplean sus ahorros, algunos sus finiquitos y, muchos, las 3F. “Muchas de estas empresas innovadoras quieren abrirse a Estados Unidos, no solo por el mercado, sino por la visibilidad que ganarían ante las firmas de capital riesgo”, señala Álvarez.