

La hora de los emprendedores

La iniciativa emprendedora es clave en el crecimiento de una economía y más aún en tiempos de incertidumbre. En este marco, el IESE ha organizado este año la primera edición de la Semana Mundial de la Iniciativa Emprendedora en España (Global Entrepreneurship Week). La directora académica de este evento, la profesora María Julia Prats, explica las claves de esta iniciativa.



La semana del 17 al 23 de noviembre el **Centro de Empresa Familiar e Iniciativa Emprendedora del IESE (CEFIE)**, con el apoyo del **Ernst&Young** y la fundación **Kaufmann**, organizó en el campus del IESE en Barcelona la primera Semana Mundial de la Iniciativa Emprendedora en España (Global Entrepreneurship Week). El principal objetivo ha sido ayudar a los jóvenes emprendedores a conectar con actividades del mundo empresarial y, en definitiva, crear valor para sus propias economías locales. Más de cuarenta organizaciones españolas han participado en el evento; y representantes de agrupaciones de emprendedores tan importantes como **EO** (Entrepreneur Organisation), instituciones líderes en el fomento de la iniciativa emprendedora como el **Sistema madri+d**, **Madrid Emprende**, **Barcelona Activa**, **ACC1Ó**, **CIDEM I COPCA**, **Active Capital Partners**, **Eurecan**, **Training Games**, **Caixa Capital Risc**, o **Junior Achievement España** han apoyado conjuntamente el lanzamiento de este proyecto pionero en nuestro país.

¿Cuáles han sido las claves de la gran aceptación de la Global Entrepreneurship Week?

En primer lugar, se trata de un proyecto que ilusiona, que tiene un impacto no sólo en nuestro futuro inmediato sino también en las futuras generaciones de emprendedores. La segunda clave tiene que ver con contar con personas y firmas comprometidas. Ningún proyecto como los que se han presentado esta semana sale adelante si no hay personas detrás que se comprometen a que esto prospere. Y en este sentido, el rol del IESE ha sido el de aglutinador de los distintos patrocinadores y organizadores. Y por último, porque el IESE lleva muchas décadas de trabajo en el ámbito de la iniciativa emprendedora. Esta semana es una muestra de ello.

«En el IESE somos conscientes de la importancia del papel de los emprendedores en las economías y por ello ofrecemos cursos y actividades que transmiten los conocimientos necesarios y apoyan el desarrollo de habilidades y actitudes que incrementan la posibilidad de éxito».

¿Por qué concentrarlo todo en una semana?

Enfocar esfuerzos colectivos permite ofrecer actividades muy diversas tanto por el contenido como por los participantes. En una semana tienes la oportunidad de aprender de emprendedores singulares, contrastar tus ideas con otros, conocer de cerca las nuevas oportunidades, los inversores que están activamente en el mercado y sobre todo formar parte de una plataforma con impacto.

¿Por qué la formación recibida en las escuelas de alta dirección como el IESE influye tanto en el rendimiento como en el buen funcionamiento de una nueva empresa?

Las escuelas de alta dirección han generado a lo largo de los años una sólida base de conocimiento y han identificado habilidades y actitudes clave del comportamiento emprendedor. Si emprender es un proceso, es posible aprenderlo y llevarlo a la práctica. Además, como todo proceso, es objeto de innovación y de mejora. Por el IESE pasan miles de emprendedores que generosamente comparten con nosotros aprendizaje práctico, sus claves de éxito, sus fracasos. En muchos casos estamos muy cerca del proceso desde la financiación inicial hasta la venta de la empresa. Es difícil encontrar una plataforma que aune de forma tan eficaz un conocimiento profundo y bien estructurado y la acción.

Otra faceta muy importante es la confluencia de factores que facilitan la concepción de nuevas ideas con potencial para llegar a ser una buena oportunidad. Los participantes de nuestros programas trabajan sobre cientos de casos exponiéndose a situaciones muy diversas que ayudan a la reflexión y al descubrimiento de nuevas combinaciones de elementos, enriqueciendo la acción

del emprendedor cuando se lanza ello. Asimismo, se desarrollan competencias directamente asociadas a la acción: capacidad de trabajo, perseverancia para conseguir los objetivos, entusiasmo y liderar equipos, negociar con eficacia, etc.

Por último, hay estudios que demuestran que las oportunidades surgen en la intersección de conocimientos diversos; en la mezcla de redes de personas distintas, por trabajar en grupos multidisciplinares. Estas tres condiciones se dan en nuestra escuela.

En el IESE somos conscientes de la importancia del papel de los emprendedores en las economías y por ello ofrecemos cursos y actividades que transmiten los conocimientos necesarios y apoyan el desarrollo de habilidades y actitudes que incrementan la posibilidad de éxito.

¿Cuáles serían los criterios para saber si se está apostando por un buen negocio?

Habría que definir primero qué entendemos por un buen negocio. En este sentido, las respuestas de un inversor, de un emprendedor con ambición de crecimiento, de un autoempleado podrían ser distintas. Pero si definimos como buen negocio aquel que genera valor para el emprendedor, el cliente, el inversor, los empleados y la sociedad, debemos poder identificar un buen producto/servicio dirigido a un cliente dispuesto a pagar por él; un mercado suficientemente grande o con el crecimiento necesario para sostener un negocio rentable; un equipo emprendedor que tenga las capacidades críticas para lanzar el negocio; y una financiación suficiente para poder sentar bien las bases de la empresa. Encajar cada uno de estos elementos en el momento adecuado incrementa las posibilidades de apostar por un buen negocio.

PRINCIPALES RECOMENDACIONES DE LOS EMPRENDEDORES

✓ «Tienes que dedicarte a lo que realmente te apasiona». El emprendedor ha de «pensar en el cliente, capacidad de superar fracasos, creatividad, honestidad, humildad, curiosidad y paciencia», Antonio González-Barros (PADE-1-01), socio fundador y principal accionista del **Grupo Intercom**, impulsor de **Softonic**, **MailX-mail** o **Infojobs**.

✓ «Para conseguir el éxito, lo más importante es tener ganas de aprender», David Tomás, director de la empresa española **Cyberclick Livedoor**.

✓ «El mundo real puede ser mucho más duro de lo que un empresario espera». La experiencia que se obtiene trabajando en una gran compañía o formándose en el ámbito universitario contrasta en numerosas ocasiones con las vivencias que se deben afrontar cuando se dirige un negocio propio. Timo Bütetfisch (MBA '04), director general de **Cooltra**.

✓ «Diversificar, diversificar y seguir diversificando», Carlos Blanco, CEO del **Grupo ITNet**.

✓ «En ocasiones hay que dejar de analizar y pasar a la acción», John Erceg (MBA '96), fundador de **EnGrande.com**

✓ Ilusión, muchas horas de trabajo, escuchar mucho y trabajar con los mejores, son algunas claves para fundar una empresa. Manuel Roca (**Atrápalo**), Jan-Willem Bode (**One Carbon**) y Gerard Olivé (**Be Republic**).

✓ Los más difícil al principio es «que te crean, conseguir credibilidad ante los inversores y ante los clientes», Gerard Olivé, fundador de **Be Republic**.

✓ La financiación ha de ser la imprescindible, no más: «pide prestado, busca servicios gratuitos antes de gastar», mientras que la inversión necesaria, «dedícala a los aspectos clave del negocio», Manuel Roca (PDG-1-05), fundador de **Atrápalo**.