

CULTIVANDO EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL

Los emprendedores se dieron cita en el IESE en una semana plagada de eventos dirigidos a fomentar la iniciativa, las ideas innovadoras y a potenciar las mejores prácticas de negocio.



Del 14 al 20 de noviembre el IESE coordinó la Global Entrepreneurship Week (GEW) en España. Esta iniciativa de la Fundación Kauffmann, la mayor del mundo dedicada al sector empresarial, facilita el contacto entre las empresas y los profesionales a través de actividades que permiten crear una plataforma que fomenta el ecosistema empresarial.

Solo en 2011, esta iniciativa se llevó a cabo en 123 países, donde más de 25.000 entidades asociadas organizaron cerca de 40.000 eventos. “Y este año hemos contado en el IESE con más de 75 socios y hemos cumplido nuestro objetivo de

superar la cifra de las 300 actividades que realizamos el año pasado” comenta **Mathieu Carenzo**, director ejecutivo del Centro de Iniciativa Emprendedora e Innovación.

LA VISIÓN DE LOS EMPRENDEDORES

● Emprendedores actuales y futuros se reunieron en el auditorio del Campus Sur del IESE para asistir a la conferencia sobre los *search funds* organizada por el Centro Iniciativa Emprendedora e Innovación del IESE, el 16 de noviembre, dentro del marco de la GEW.

Tras el panel de expertos, compuesto por cuatro pioneros del sector: **Simon Webster**, CEO de European Search;



Simon Webster, Rob Johnson, Will Thorndike y Kirk Riedinger.

Kirk Riedinger, CEO de Alta Colleges; **Will Thorndike**, CEO de Housatonic Partners; y el profesor del IESE **Rob Johnson**, tuvo lugar un interesante debate sobre la visión de los *search funds* de los inversores y los emprendedores que se centró en los retos específicos que plantea este tipo de fondos en Europa.

Según **Simon Webster**, cuando él intentó captar fondos por primera vez en el Reino Unido para una *search fund*, el término “emprendedor” era considerado casi una palabrota y, a pesar de que las cosas han cambiado en el país, sigue existiendo cierto estigma asociado a este término que, sin embargo, no se da en Estados Unidos.



LAS PERSONAS QUE HAN SUFRIDO ALGÚN FRACASO EMPRESARIAL PUEDEN RESULTAR MUY VALIOSAS PARA UN NEGOCIO”.

Kirk Riedinger

CEO de Alta Colleges

Según **Kirk Riedinger**, “las personas que han sufrido algún fracaso empresarial pueden resultar muy valiosas para un negocio. El temor al fracaso no está justificado. Se puede aprender mucho de él”.

Rob Johnson, por su parte, destacó que los *search funds* son un negocio arriesgado: “es lo último en inversiones de capital riesgo, dado que ofreces tu respaldo a una persona sin conocer su negocio. El verdadero riesgo consiste en ver si dicha persona realmente puede llevarlo adelante. En muchos casos se puede crear un *search fund*, pero no encontrar una compañía adecuada en la que invertir. Además, muchos acuerdos no llegan a materializarse. En conclusión, no se trata de un proceso sencillo ni de un trabajo a tiempo parcial”.

Para ser emprendedor, se necesitan habilidades muy diversas, afirmó **Riedinger**: “tienes que hacer un poco de todo. ¿Y qué es lo más importante? Ser persistente y tener ambición”. Por su parte, **Will Thorndike** añadió: “además de ambición, se necesita humildad durante la fase de búsqueda, pero la humildad no es un término que suela asociarse a un MBA”.

Una vez adquirida una empresa, **Webster** recomendó “escuchar atentamente y no realizar demasiados cambios al principio”, y sentenció que muchas de las mejores inversiones son aquellas que se realizan en tiempos difíciles, aunque no está claro si esto también es aplicable a la coyuntura actual.

Según **Johnson**, la diferencia entre realizar este tipo de negocio en Estados Unidos o en Europa es que a California no le importa si todos los inversores se encuentran en Nueva York. “En Europa hay diferencias culturales entre los países, por lo que las cosas deben presentarse de forma diferente. Si se invierte en un país europeo, necesitas a algunos inversores de ese país para poder atraer a otros”.



PREMIO EMPRENDEDOR

Durante la Global Entrepreneurship Week se eligió a los finalistas de la 16ª edición del Premio al Emprendedor del Año en Cataluña.

Este premio, patrocinado por el IESE, Ernst & Young y BNP Paribas, se concederá a uno de los tres finalistas, que posteriormente participarán en el premio nacional de Madrid, en febrero. Los tres elegidos fueron:

- **Tomás Diago Esteva**, presidente y fundador de Softonic, la plataforma de descargas líder en Europa y Latinoamérica.
- **Thomas Meyer** y **Manel Adell Domingo**, fundador y director ejecutivo, respectivamente, de la cadena Desigual.
- **Miquel París Terré** (PDG '96), presidente del Grupo Genebre, que fabrica válvulas industriales y grifería doméstica.

UNA PLATAFORMA DE CONTACTOS DIRECTOS

● Durante la GEW también tuvo lugar el 57º Foro de ● la Red IESE de Inversores Privados y Family Offices que se celebró el día 14 de noviembre, bajo los auspicios del profesor **Juan Roure**. El foro es la principal plataforma de contacto entre inversores y emprendedores. Durante el mismo, cada emprendedor dispone de 10 minutos para captar el interés de los inversores y presentar las bases de su proyecto. En esta edición, participaron unas 180 personas, 100 en Barcelona y 80 en Madrid, que estuvieron conectadas por videoconferencia. Además, se presentaron siete proyectos y se impartió una sesión magistral a cargo de **Alberto Zoilo Álvarez** de Padeinvest; **Josep Maria Casas**, de Neoko Capital; y **Miquel Costa**, de EDAP2007.

ESCAPARATE PARA EMPRENDEDORES

● Otra de las actividades que se realizaron durante ● la Global Entrepreneurship Week fue la Feria Tecnológica, el 17 de noviembre, en la que se presentaron varios proyectos de negocio desarrollados en Cataluña en busca de colaboraciones con alumnos y antiguos alumnos del IESE, y cuya organización corrió a cargo del Centro de Iniciativa Emprendedora e Innovación

(EIC), junto con ACCIO, la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) y la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC).

Este año, los proyectos de la feria estuvieron enfocados en industrias innovadoras con modelos de negocios rompedores. Cada proyecto contó con tres minutos para presentar su idea y se llevó a cabo también una sesión de *Speed matchmarketing* para poder profundizar en los diferentes puntos del plan de negocio con los emprendedores.

También durante la Global Entrepreneurship Week, Telefónica lanzó su nuevo proyecto acelerador de *start-ups*, Wayra, en el Campus del IESE de Barcelona el 15 de noviembre. De la mano de la oficina de Career Services, **Gonzalo Martín-Villa** (EMBA '07) lo presentó a los alumnos del MBA.

Wayra busca proyectos de TI en sus primeras etapas en los que poder invertir y apoyar a través de asesoramiento y formación. Aquellas personas interesadas en enviar el suyo, pueden hacerlo junto con el formulario correspondiente a través de www.wayra.org.

PARA SABER MÁS:
www.iese.edu/eic

M Á S T E R S



POTENCIA TU PERFIL PROFESIONAL

MÁS DE 150 PROGRAMAS DE MÁSTER, POSTGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA

ARQUITECTURA • HUMANIDADES • GESTIÓN CULTURAL • COMUNICACIÓN • EDUCACIÓN • DERECHO •
EMPRESA • FAMILIA • MEDICINA • ENFERMERÍA • FISIOTERAPIA • ODONTOLOGÍA • INTERDISCIPLINARES

www.uic.es



uic Universitat
Internacional
de Catalunya

*A personal way
A professional step*

LECCIONES DE EMPRENDEDORES

Durante la Global Entrepreneurship Week, cinco emprendedores contaron a los MBA del IESE su experiencia.

En muchas ocasiones, una actitud de compromiso, seriedad y trabajo duro suele ser más útil que las capacidades técnicas de cada uno”, explicó **Jordi Vallverdú**, director general de Tailor & Co., la franquicia de arreglos y transformaciones de ropa que decidió poner en marcha cuando su carrera le pedía un paso adelante.

Vallverdú habló durante el primero de los almuerzos con emprendedores que se celebraron en el campus del IESE en Barcelona con motivo de la Global Entrepreneurship Week, entre los días 14 y 18 de noviembre.

“La pasión, la ambición, el optimismo y la energía” son cualidades fundamentales para el emprendedor, explicó **René Lönngren**, fundador de Le Cool Publishing, editorial surgida de su proyecto *Le Cool*, un boletín semanal on-line, gratuito e independiente que se publica cada jueves con una selección de eventos culturales y de ocio elegidos según la zona de residencia del suscriptor.

También hay que ser perspicaz y capaz de sentir qué necesidad requiere ser cubierta, y destacó la importancia de la “tracción”: la capacidad de demostrar con resultados y cifras contundentes que la idea tiene futuro.

Francisco Giménez (PDD '99) tenía un sueño romántico: crear un negocio con el que conseguir un impacto social. Con ese objetivo creó en 2001 Augere, una consultoría especializada en servicios corporativos y en programas abiertos de *coaching* y liderazgo.

“¿Por qué emprender?”, se preguntó: “quieres transformar algo, hacer las cosas de forma distinta, dirigir tu vida... marcar la diferencia”. Aunque a veces se olvide, el directivo recordó que también se debe “promover la iniciativa emprendedora dentro de las empresas”.

Santiago Peribáñez, director general de Vinus & Brindis, es, ante todo, un amante del vino. Esa es, en su opinión, una de las características esenciales de un emprendedor: “amor por tu proyecto”. Tras poner en marcha un negocio de lavanderías, decidió que “quería ser alguien en el mundo del vino”, y de esa idea nació Vinus & Brindis, la primera cadena bodegas urbanas de España. **Peribáñez** cree que la constancia y la ilusión son fundamentales para sacar adelante un proyecto, y define las claves de su éxito: “pasión por el producto, coherencia en el concepto y un buen equipo”.

“Hay que intentar aportar valor al cliente, pero lo más importante es que éste perciba el valor”, explicó **Joan Pons**, CEO de Workmeter. Es importante presentar el producto destacando las ventajas que pueden aportar valor al cliente, y no las que uno mismo crea, afirmó el emprendedor del sector tecnológico, que también gestiona la empresa NTR Global. **Pons** insistió también en ser conscientes de las debilidades propias, y en rodearse de un equipo que complemente esas debilidades. Sobre los inversores, **Pons** se financió gracias a “inversores estratégicos”. Prefiere no involucrarse con fondos de capital riesgo, ni tampoco hacerse socio de amigos muy cercanos que puedan influir en la toma de decisiones y dañar la relación amistosa.



EL FRACASO NO EXISTE, SIEMPRE ES UNA OPORTUNIDAD PARA EMPEZAR ALGO NUEVO”.

René Lönngren, Le Cool Publishing





EMPRENDES PARA TRANSFORMAR, HACER LAS COSAS DE FORMA DISTINTA... PARA MARCAR LA DIFERENCIA”.

Francisco Giménez (PDD '99), Augere



ES CLAVE: PASIÓN POR EL PRODUCTO, COHERENCIA EN EL CONCEPTO Y RODEARSE DE UN BUEN EQUIPO”.

Santiago Peribáñez, Vinus & Brindis



HAY QUE SER AVISPADO PARA IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES. QUIEN NO BUSCA, NO ENCUENTRA”.

Jordi Vallverdú, Tailor & Co



HAY QUE APORTAR VALOR AL CLIENTE, PERO LO MÁS IMPORTANTE ES QUE ESTE LO PERCIBA”.

Joan Pons, Workmeter

