

María Luisa Medrano. Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales. URJC
Luis Tomás Díez de Castro. Catedrático de Universidad del Área de Economía financiera y contabilidad. URJC.
Marcos Aza Hidalgo. Doctor en Finanzas. URJC.

Oportunidades y ayudas financieras para emprender

Si bien es cierto que la obtención de financiación es uno de los temas que más preocupan y frenan el emprendimiento en la juventud española, esto no debe ser un obstáculo para llevar a cabo una buena idea empresarial.

En este artículo trataremos de dar pistas de las muchas oportunidades y ayudas financieras a disposición de los emprendedores españoles, que serán de utilidad para aquellos que estén pensando en dar el salto al emprendimiento.

Por un lado, se analizan las ayudas procedentes de las instituciones públicas españolas, europeas, nacionales y autonómicas para seguir con la descripción de las ayudas de las entidades privadas, entre las que se encuentran la banca, Business Angels, fondos de capital riesgo o el fenómeno conocido como crowdfunding, para finalizar con pistas y recomendaciones sobre cómo elaborar un Plan de Negocio adecuado para cada uno de los casos y conseguir las ayudas ofertadas.

Palabras clave: Financiación, Microcréditos, Business Angels, capital riesgo, crowdfunding, plan de negocio.

Introducción

A pesar de que España no es un territorio fácil para emprender, hay pocas materias que atraigan tanto interés como el emprendimiento y el desarrollo de nuevos proyectos empresariales. De hecho, buena parte de las iniciativas impulsadas tanto por las autoridades públicas como por entidades privadas se centran en potenciar la actividad emprendedora y animar a que se lancen nuevos negocios.

Si bien es cierto que la obtención de financiación es uno de los temas que más preocupan y frenan el emprendimiento en la juventud española, esto no debe ser un obstáculo para llevar a cabo una buena idea empresarial. En palabras de Fernández Aguado (2009), es frecuente citar la financiación como uno de los principales obstáculos para la puesta en marcha de un negocio. Pues bien, los buenos proyectos salen prácticamente siempre adelante.

En este mismo sentido, Medina (2012) afirma que “el riesgo financiero es probable el riesgo que más preocupa a los nuevos emprendedores, aunque lógicamente depende de las circunstancias personales de cada uno. En el caso de los jóvenes salidos de la universidad, este riesgo es casi inexistente al no tener un trabajo remunerado que perder ni probablemente una familia que mantener. Solamente arriesgarán su tiempo y algunos pequeños recursos que su familia o amigos les procuran en la mayoría de los casos. Normalmente estos emprendedores no suelen iniciar su proyecto en solitario, sino en unión de otros compañeros de estudios que comparten sus mismas inquietudes. En este caso, el riesgo es aún menor, ya que la financiación resulta menos gravosa para todos. Se puede decir que el tiempo que deberían invertir en encontrar trabajo si pensasen en ser asalariados, que en estos momentos sería un trabajo precario y mal remunerado, lo dedican a poner en marcha un proyecto personal que es una inversión potencialmente más rentable”.

La crisis, la falta de liquidez y de financiación, no pueden ser una barrera para la creación de nuevas empresas. Siempre que hay problemas surgen oportunidades. De hecho, es aconsejable recordar que muchas grandes empresas han visto la luz en tiempos de crisis. Lo que para la mayoría es un desastre, para algunos puede ser una gran oportunidad. Lo importante es la idea y saber ejecutarla adecuadamente, adaptándose a las circunstancias concretas del entorno.

A este respecto, Fernández Aguado (2009) recuerda que las crisis económicas generales son inevitables, porque según afirma, la economía es un arte, y a la vez un misterio. Lo único que sabemos a ciencia cierta es que hay ciclos y que después de uno malo vendrá uno bueno. Este autor señala también que las crisis no han de ser paralizantes, sino motivadoras, movilizadoras. En tiempos de facilidad, todo el mundo avanza. En las crisis se demuestra la valía. La persona tiene una capacidad de adaptación ilimitada.

En este artículo trataremos de dar pistas sobre las muchas oportunidades y ayudas financieras a disposición de la juventud emprendedora española, que serán de utilidad para aquellos que estén pensando en dar el salto al emprendimiento.

En primer lugar, repasaremos los distintos tipos de ayudas ofertadas por los organismos públicos españoles, ya sean de carácter local, autonómico o nacional, cuyo objetivo es siempre el fomento del emprendimiento, reflejado de diferentes formas: subvenciones, financiación bonificada, ayudas a la contratación de trabajadores, bonificación de cuotas de la Seguridad Social, etc.

Por otro lado, repasaremos algunas de las ayudas prestadas a los emprendedores por parte de entidades financieras privadas, inversores institucionales y particulares, para terminar el artículo con algunas recomendaciones sobre la adecuada elaboración del Plan de Negocio, documento que sirve al emprendedor para dar a conocer su proyecto empresarial a terceros.

Recuérdese que la suerte no existe, salvo en la lotería. Sólo preparación, estudio, trabajo, esfuerzo, visión e ilusión. Fruto de todo eso, antes o después, vendrá lo que llaman suerte (Medina, 2012).

1. Ayudas públicas

En España, son muchas las ayudas y subvenciones dedicadas al fomento de la creación de empresas. La mayoría están focalizadas a las nuevas empresas innovadoras e industriales con elevado componente tecnológico. Casi todas las ayudas se conceden a nivel autonómico, aunque también existen organismos nacionales cuya finalidad es ayudar al emprendedor.

En concreto, existen 415 ayudas públicas distribuidas por las comunidades autónomas para poner en marcha un negocio o consolidarlo (Mateos, 2012). Estos incentivos pueden tener diferentes formas tales como financiación, formación, becas, concursos, ayudas para proyectos empresariales dirigidas a la creación de puestos de trabajo de los nuevos yacimientos de empleo, I+D+i, microcréditos para emprendedores o avales.

Expansión y Econet (2012) en el apartado “Busca las mejores ayudas para tu empresa” dentro del libro “Las 185 ayudas para emprender” destacan que las ayudas más habituales suelen estar dirigidas hacia los siguientes objetivos:

- Bonificación en la contratación de trabajadores
- Bonificación de las cuotas de la Seguridad Social
- Promoción del empleo autónomo
- Promoción de proyectos de creación de empleo
- Incentivos fiscales

- Incentivos industriales
- Incentivos económicos
- Ayudas a la inversión
- Fomento de la innovación
- Mejora de la competitividad
- Ayudas a la Investigación y Desarrollo (I+D)
- Préstamos sin aval (en colaboración con una entidad financiera).
- Microcréditos
- Asesoramiento empresarial

Las ayudas públicas pueden dividirse en 4 grandes grupos:

En primer lugar, las bonificaciones en la cotización de autónomos, que suelen ir dirigidas a jóvenes de hasta 30 años, ampliando el rango hasta los 35 en el caso de las mujeres.

En segundo lugar, las bonificaciones a la contratación de trabajadores, donde la Seguridad Social ofrece bonificaciones de las cuotas empresariales, cuya cuantía depende del perfil del trabajador a contratar, siempre que esté en situación de desempleo.

En tercer lugar, las ayudas a las contrataciones que realice un emprendedor autónomo, que pueden ser para el primer contrato indefinido o para personas con especiales dificultades de acceso a un puesto de trabajo.

Por último, las ayudas a las iniciativas locales de empleo, que consisten en ayudas a proyectos empresariales de actividades emergentes que generen empleo, fomentados a nivel local o autonómico y que se dividen en varios tipos de ayudas, como la incorporación de socios en cooperativas y sociedades laborales, contratación de desempleados, de expertos cualificados, ayudas financieras, etc.

En concreto, se describen a continuación algunas de las ayudas que pueden ser de gran utilidad para la juventud emprendedora española. Entre las ayudas de la Unión Europea, destacan las siguientes:

- Programa Erasmus para jóvenes empresarios, donde el emprendedor pasa unos meses trabajando en una empresa consolidada en el extranjero, adquiriendo experiencia y nuevas habilidades, además del indudable valor añadido que supone una estancia profesional en algún país europeo. (www.erasmus-entrepreneurs.eu)
- Eco-innovación de la Executive Agency for Competitiveness and Innovation (EACI). (http://ec.europa.eu/eaci/index_en.htm)
- La Dirección General de Investigación de la Unión Europea, anuncia una serie de ayudas dentro del Séptimo Programa Marco de I+D+I que pueden verse en: http://europa.eu.int/comm/dgs/research/index_es.ht

Entre los organismos nacionales que ofrecen ayudas, destacan los siguientes:

- Empresa Nacional de Innovación (ENISA) (www.enisa.es).
- Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (www.cdti.es).
- Instituto de Crédito Oficial (ICO) (www.ico.es)
- Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, de la Secretaría General de Industria, Energía y Turismo del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (www.ipyme.org).
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social: Programa de Fomento del Empleo (www.mtin.gob.es)
- Instituto de Comercio Exterior (ICEX) del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (www.icex.es).
- Dirección General de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, de la Secretaría General de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (www.minetur.gob.es).

- Fundación para el Desarrollo de la Investigación Genómica y Proteómica (www.gen-es.org).
- Ministerio de Economía y Competitividad (www.economiayhacienda.gob.es)
- Dirección General de Fondos Comunitarios de la Secretaría de Estado de Presupuestos y Gastos del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. (www.dgfc.sggp.meh.es).
- Consejo Superior de Cámaras de Comercio.
- Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (CEAJE)

Entre los organismos autonómicos que ofrecen ayudas a los emprendedores, destacan los siguientes:

ANDALUCÍA.

- Junta de Andalucía: Dirección General de Economía Social y Emprendedores de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, o la Dirección General de Formación Profesional, autónomos y programas de empleo de la Consejería de Empleo. (www.juntadeandalucia.es).
- Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, con programas específicos de apoyo a la innovación como el "Innocámaras". (www.camarasandalucia.com/es/).
- Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA), para el fomento de la innovación y el desarrollo empresarial. (www.agenciaidea.es).

ARAGÓN.

- Instituto Aragonés del Empleo del Gobierno de Aragón, para promoción del empleo autónomo. (www.aragon.es).
- Programa Emprendedores del Departamento de Economía y Empleo del Gobierno de Aragón. (www.aragon.es).
- Ayudas complementarias a incentivos económicos regionales del Departamento de Economía y Empleo del Gobierno de Aragón. (www.aragon.es).

ASTURIAS.

- Programa "Innocámaras" de apoyo a la innovación, de la Cámara de Comercio de Gijón. (www.camaragijon.es).

BALEARES.

- Ayudas para el mantenimiento de puestos de trabajo en centros especiales de empleo de Baleares de la Dirección General de Trabajo y Salud Laboral del Govern Balear. (<http://dgtrebal.caib.es>).
- Vicepresidencia Económica de promoción empresarial y ocupación del Govern Balear. (<http://econ-hisenda-innova.caib.es>).

CANARIAS.

- Consejería de Industria y Comercio del Gobierno de Canarias. (www.gobcan.es/cicnt).

CANTABRIA.

- Dirección General de Trabajo de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo del Gobierno de Cantabria. (www.gobcantabria.es).
- Programa "Innpulsa" y otras ayudas de la Dirección General de Comercio y Consumo de la Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria. (www.gobcantabria.es).

CASTILLA Y LEÓN.

- Programa de creación de empresas (de innovación o de base tecnológica), programa de inversiones de pymes, ayudas para financiar inversiones empresariales, y otras ayudas de la Agencia de Inversiones y Servicios (ADE) de la Junta de Castilla y León. (www.ade.jcyl.es).
- Ayudas regionales a la inversión de la Consejería de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León. (www.jcyl.es).

CASTILLA-LA MANCHA.

- Ayudas a proyectos y empresas de la Dirección General de Empleo del SEPECAM de la Junta de Castilla la Mancha. (www.jccm.es).
- Plan Regional de Investigación Científica, desarrollo tecnológico e innovación de la Consejería de Educación, Cultura y Deportes de la Junta de Castilla-La Mancha. (www.jccm.es).

CATALUÑA.

- Ayudas a la promoción del empleo autónomo, a la internacionalización de la empresa, bonificación de cuotas de SS, etc. del Departamento de Empresa y Empleo de la Generalitat de Cataluña. (www.gencat.cat).

CEUTA.

- Ayudas a proyectos de desarrollo e innovación empresarial, al autoempleo, a la contratación indefinida, fomentar la empleabilidad e innovación de PYMES de la Sociedad Municipal de Fomento de Ceuta (PROCESA) de la Ciudad autónoma de Ceuta. (www.procesa.es).

EXTREMADURA.

- Ayudas al fomento del autoempleo, a la contratación de parados de larga duración, Incentivos industriales a la inversión empresarial, financiación empresarial, etc. de la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación de la Junta de Extremadura. (www.juntaex.es).
- Ayudas al fomento del empleo del Servicio Extremeño Público de Empleo (SEXPE) de la Junta de Extremadura. (www.empleaextremadura.com). Líneas de financiación privilegiada para PYMES y empresas de la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Extremadura. (www.juntaex.es).

GALICIA.

- Ayudas a las empresas con iniciativa de empleo de base tecnológica (IEBT), Programa de iniciativas emprendedoras y de empleo (I+E+E) de la Consejería de Trabajo y Bienestar de la Xunta de Galicia.
- Instituto gallego de Promoción Económica (IGAPE) de la Xunta de Galicia. (www.igape.es).
- Agencia Gallega de Innovación (GAIN) de la Xunta de Galicia.

MADRID.

- Línea AVALMADRID de la Sociedad de Garantía Recíproca AvalMadrid. (www.avalmadrid.es).
- Ayudas para mejorar la competitividad de las PYMES de la Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Madrid. (www.madrid.org).

MELILLA.

- Plan de Acción de Energías Renovables (PER) de la Consejería del Medio Ambiente de Melilla. (www.melilla.es).

MURCIA.

- Consejería de Universidades, Empresa e Investigación del Gobierno de Murcia. (www.carm.es).

NAVARRA.

- Ayudas a la promoción del empleo autónomo, a la inserción laboral de mujeres y de colectivos con mayor dificultad para el empleo, a la contratación indefinida de trabajadores con discapacidad, del Servicio navarro de empleo del Gobierno de Navarra. (www.navarra.es).
- Departamento de Política Social, Igualdad, Deporte y Juventud del Gobierno de Navarra. (www.navarra.es).
- Ayudas a la inversión industrial de la PYME, ayudas regionales a la inversión industrial y ayudas a proyectos de investigación y desarrollo y a la innovación, de la Dirección General de Empresa e Innovación del Gobierno de Navarra. (www.navarra.es).

PAÍS VASCO.

- Programas Connect y Mini Connect a proyectos empresariales desarrollados por jóvenes empresas industriales o de servicios con alto potencial de crecimiento, Programa Cooperar para emprender, programa transmisión empresarial y emprendimiento, Programa AFI, Programa de incorporación de las TICs en PYMES, etc. de la Sociedad para la transformación competitiva (SPRI) del Gobierno vasco. (www.spri.es).
 - Ayudas al empleo de la Dirección de Planificación e Innovación en el empleo del Gobierno vasco. (www.gizartelan.ejgv.euskadi.net).
- Departamento de Industria, Innovación; Comercio y Turismo del Gobierno vasco. (www.industria.ejgv.euskadi.net).

LA RIOJA.

- Ayudas a la promoción de emprendedores, a la innovación en la gestión empresarial, de la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER) del Gobierno de la Rioja. (www.ader.es).
- Ayudas al empleo de la Consejería de Industria, Innovación y Empleo del Gobierno de La Rioja. (www.larioja.org).

VALENCIA.

- Plan de Emprendimiento del Instituto de la Pequeña y media Industria de la Generalitat Valenciana (IMPIVA). (www.impiva.es).
- Ayudas para la reinserción laboral de la Consejería de Educación, Formación y Empleo de la Generalitat Valenciana. (www.gva.es).

Para ver éstas y otras ayudas a la creación desarrollo de empresas, puede dirigirse a la web www.ayudasaunclic.com. Según Mateos (2012), Cataluña, País Vasco y Castilla y León, son las comunidades que más ayudas ofertan. En el Caso de la Sociedad de Garantía Recíproca AvalMadrid, ha financiado a 7.000 empresas desde 2004 por importe total de 700 millones de euros.

Además, es interesante contactar con las asociaciones de jóvenes empresarios como www.ajemadrid.es, donde puedes encontrar personas con tus mismas motivaciones, información de interés, además de ofertas de cursos formativos.

Llegados a este punto, pasamos a enumerar algunas recomendaciones que pueden ser de utilidad. Teniendo en cuenta el consejo de Kenn Morse sobre la importancia de la liquidez en la empresa, “Cash flow is more important than your mother”, a la hora de elegir el tipo de ayuda que más interesa al emprendedor, lo principal es acudir a los organismos competentes para conocer exactamente el contenido de la ayuda. Ajustarse a los requisitos señalados en las bases de la convocatoria de la ayuda o subvención es primordial para tener éxito en la consecución de la misma.

Otro factor a tener en cuenta es que las ayudas locales suelen ser de menor cuantía e importancia que las procedentes de entidades autonómicas y nacionales. No obstante, es recomendable acudir en primer lugar a los organismos locales, ya que muchas de estas ayudas van dirigidas al fomento empresarial de la zona y normalmente hay menos solicitantes, por lo que puede haber mayor probabilidad de obtenerlas, y servirán de punto de partida.

Si los requisitos de financiación son mayores, o se trata de empresas en desarrollo, puede apostarse por las ayudas autonómicas y nacionales, de mayor cuantía. En este sentido, conviene recordar que cada vez son menos las ayudas que se dan al emprendedor a fondo perdido. La financiación suele ser bonificada, más ventajosa que en las operaciones bancarias, y habitualmente cuentan con grandes periodos de carencia y bajos tipos de interés.

A este respecto, Medina, A. (2012) manifiesta abiertamente que “prefiere las inversiones sin retorno, a fondo perdido, a los préstamos bancarios, que exigen avales y que hay que devolver en cualquier caso, vaya la empresa

bien o haya fracasado. Cuando la inversión necesaria no es elevada, lo mejor es recurrir a familiares o amigos que nos conozcan bien y realmente confíen en nuestro proyecto". El autor se refiere a la conocida "financiación de las 3Fs", *Family, friends and fools*, es decir, financiación procedente de familiares, amigos y otros inversores confiados, normalmente procedentes del entorno del emprendedor.

También es positivo recordar que las líneas de financiación suelen ser a largo plazo, por lo que no es recomendable contar con esas cuantías concedidas para la puesta en marcha del negocio. Téngase en cuenta que estas ayudas suelen financiar entre un 15% y un 49% de la inversión realizada, pero en ningún caso el 100%. Así, Medina, A. (2012) afirma que "en todos los casos se puede recurrir a dinero ajeno, aunque mi consejo es que éste sea lo menos posible, ya que la independencia está reñida con la sumisión a los inversores. Idealmente se debe contar sólo con recursos propios, pero si es necesario buscar dinero de otros, debe hacerse si ceder jamás la mayoría absoluta de la empresa, es decir, el 51% de las acciones, porque esto es lo único que nos garantiza el poder de decisión".

Por otro lado, se debe contemplar la posibilidad de que no te concedan la ayuda, por lo que en el Plan de Negocio se debe contemplar este escenario. En este sentido, Medina (2012) en su libro "Hoja de ruta para emprendedores" aconseja que a la hora de planificar el coste de la aventura, no se debe iniciar ningún proyecto si no cuenta con un mínimo de capital para cubrir los gastos de 6 meses con nivel cero de ingresos. Si pasado este tiempo no han conseguido ningún cliente, ni tienen a la vista la inmediata posibilidad real de tenerlos, lo mejor es abandonar y dar por perdida la inversión, antes de endeudarse más y entrar en una espiral diabólica de pérdidas irre recuperables. Es muy duro fracasar, pero hay que asumir que eso puede suceder y estar dispuestos a dar por perdido el dinero invertido en esos seis meses.

2. Financiación privada

INSTITUCIONES FINANCIERAS

La financiación bancaria es una alternativa complicada para los emprendedores. Las entidades financieras suelen tener unos planteamientos de aversión al riesgo difícilmente compatibles con los proyectos de financiación que suele solicitar las empresas de reciente creación o Start-Ups. No obstante, a pesar de las dificultades hay casos que confirman que es posible desarrollar un proyecto empresarial con financiación bancaria.

De hecho, recientemente las entidades financieras están intentando atraer proyectos de emprendedores por diversos motivos tales como: compromiso social, imagen, e incluso como parte de programas de captación de futuros clientes (la idea de ayudar en el inicio para fidelizar al cliente a futuro).

En cualquier caso, la financiación bancaria va a ser reacia a financiar proyectos que muestren altos niveles de riesgo o cuyas inversiones vayan dedicadas a activos que no se puedan tomar en garantía por la entidad financiera.

BUSINESS ANGELS

Para la Asociación Española de Business Angels (AEBAN), un Business Angel es un individuo que toma sus propias decisiones de inversión y que aporta su propio dinero, y en ocasiones su tiempo, a empresas no cotizadas promovidas por personas que le son ajenas. Aunque invierte en cualquier etapa del desarrollo, el Business Angel desempeña un papel fundamental en la creación de empresas innovadoras al apoyar a los emprendedores en las fases iniciales del ciclo de vida de sus empresas (semilla y arranque).

Empresas de tanto éxito como The Body Shop, Amazon, Skype, Starbucks o Google contaron en sus inicios con el apoyo de un Business Angel (AEBAN, 2012).

Conocidos en EE.UU como Angel Investors o simplemente Angels, en referencia a los empresarios que a principios del siglo XX apoyaban las producciones teatrales de Broadway, en España se han propuesto distintas traducciones como ángeles de los negocios, inversores privados, inversores informales, inversores ángel, inversores particulares, inversores de proximidad o inversores providenciales sin que de momento ninguna de ellas haya desplazado al término Business Angel, que es el utilizado más frecuentemente en Europa al referirse a este tipo de inversores.

Respecto a las principales características de estos inversores, La Asociación Española de Business Angels (AEBAN) manifiesta que tienen un perfil heterogéneo y difícil de tipificar, pero existen algunas características que son comunes a todos ellos y que sirven para diferenciarlos de otro tipo de inversores:

- Invierten su propio dinero, a diferencia de las entidades de Capital Riesgo que invierten el dinero de terceros.
- Toman sus propias decisiones de inversión.
- Invierten en empresas con cuyos promotores no tienen una relación de parentesco o amistad.
- Buscan ganar dinero, aunque ésta no sea su única motivación para invertir, ni siquiera la principal.

Los Business Angels ayudan a cubrir la falta de financiación con que se encuentran los emprendedores en las etapas iniciales del ciclo de vida de sus empresas (equity gap). La inversión en estas etapas iniciales lleva asociados unos elevados niveles de riesgo y una falta de liquidez. Estos factores, unidos a la ausencia de garantías, hacen que la financiación bancaria resulte inadecuada en estas fases. Al mismo tiempo el volumen de fondos demandados por las nuevas empresas, aunque superan las posibilidades de aportación de los emprendedores y de su grupo de familiares y amigos, son en general demasiado pequeñas para captar el interés de las entidades de capital riesgo (venture capital) cuya dinámica de funcionamiento las obliga a invertir cada vez mayores cantidades de dinero en cada operación y en etapas más tardías de su ciclo de vida (AEBAN, 2012).

En cuanto a las características que buscan los inversores privados en los emprendedores a quienes van a financiar, la implicación total en el proyecto es fundamental. En el apartado “Como consigues ser atractivo para los inversores” (Expansión-Econet, 2012) se explica que las virtudes que se espera de un emprendedor son las mismas que las de un buen trabajador de una empresa. En general, los Business Angels valoran la energía, vitalidad, ambición y liderazgo personal del emprendedor. También es fundamental la formación y experiencia previa del emprendedor así como de los socios del proyecto empresarial.

Respecto a los criterios que siguen los Business Angels a la hora de invertir en un proyecto o en otro, la Revista Emprendedores en un interesante artículo de Julia Coronas (2012), presenta a D. Luis Martín Cabiedes, Fundador de Cabiedes & Partners y uno de los Business Angels más conocidos de España, quien comenta que no es muy partidario de hablar de los criterios que sigue a la hora de seleccionar un proyecto. Sin embargo, Cabiedes mantiene que “en realidad tiene un listado de 24 criterios agrupados en 6 grandes bloques, que contemplan conceptos tales como equipo, escalabilidad, mercado, ventaja competitiva... Todo proyecto que analiza este inversor particular lo somete a la criba de estos 24 criterios y si pasa el primer análisis, tiene muchas posibilidades de ser financiado.

Cabiedes ha financiado algunos de los más destacados proyectos de los últimos tiempos, como Privalia, Trovit o Nvivo. Suele invertir una media de

500.000 euros en proyectos que cuentan con un equipo medio de 5 o 7 personas desde el primer día (Coronas, 2012).

Cabiedes señala tres propuestas de proyectos que considera interesantes para invertir.

El primero de ellos es el denominado *Ocio Hiperrebajado* del que afirma “tiene un futuro enorme. Son esos modelos de negocio tipo Groupon, en los que a primera hora de la mañana te mandan una propuesta de ocio con un 70% de descuento si acudes ese día”.

El segundo es el denominado *Móvil-PC*, es decir, “todas aquellas iniciativas que promuevan el desarrollo de aplicaciones para los dispositivos móviles son muy atractivas”.

Por último, los *Comparadores* “porque facilitan la toma de decisiones y ahorran tiempo al consumidor, además contribuyen a la transparencia de información. Son Servicios muy útiles”.

El apartado “Dónde están los negocios del futuro” (Expansión-Econet, 2012), señala los sectores e ideas innovadoras que cuentan con más probabilidades de éxito de conseguir financiación. Destacan los proyectos relacionados con la tecnología, los nuevos hábitos de consumo, los modos de vida cambiantes, las transformaciones sociolaborales...Así, enumeramos a continuación algunos de estos. Los negocios on line, la ciencia y la tecnología, el medio ambiente, la medicina y la biotecnología, como uno de los campos más atractivos para desarrollar innovadoras ideas de negocio.

Para finalizar, exponemos algunas definiciones que pueden resultar útiles para el emprendedor novel.

- Business Angel: Inversor capitalista que invierte temporalmente en una empresa de reciente creación, tomando temporalmente parte de su accionariado.
- Capital Riesgo: inversión en empresas de reciente creación. Actividad financiera que consiste en invertir en participaciones temporales y minoritarias de empresas de reciente creación que tengan elevado potencial de crecimiento, con el objetivo de obtener importantes plusvalías.
- Venture Capital: Denominación anglosajona del término Capital Riesgo, con idéntico significado. Puede ser utilizado indistintamente para referirnos Capital Riesgo.
- Capital Inversión: Inversión en empresas ya consolidadas.
- Private Equity: Denominación anglosajona del término Capital Inversión, con idéntico significado. Puede ser utilizado indistintamente para referirnos Capital Inversión.
- Capital Semilla: cantidad de dinero necesaria para implementar una empresa y financiar actividades claves en el proceso de puesta en marcha de un proyecto empresarial. El capital es aportado por terceros.

CROWDFUNDING O FINANCIACIÓN EN MASA

Una nueva tendencia de obtener financiación, cada vez más en alza, es el crowdfunding o financiación en masa, también denominada financiación colectiva, microfinanciación colectiva o micromecenazgo (Wikipedia, 2012).

En España, el banco BBVA ha puesto en marcha una aplicación para facilitar y promocionar el crowdfunding. Hace referencia a la financiación en masa, la implicación de recursos colectivos o micropagos, aportados por particulares o empresas en beneficio de un interés u objetivo común o individual (BBVA, 2012). Otra entidad que fomenta el crowdfunding es Wayra, bajo el lema “la unión hace la fuerza”.

Este fenómeno puede verse también en determinadas redes sociales, como comunidades que permiten los préstamos entre personas y que suponen un

avance al producirse un intercambio monetario entre los miembros. Se constituyen en una alternativa a las vías convencionales de obtención de financiación. Normalmente se trata de préstamos de pequeñas cantidades que reportan beneficios a los inversores que los conceden y ofrecen un interés atractivo para los prestatarios.

En Estados Unidos son pioneros en este ámbito al contar con sistemas automáticos para calcular el riesgo crediticio, con sitios como Lending Club, Kiva, que financia proyectos de emprendedores en países en vías de desarrollo. En Europa destacan sitios como Zopa, que ofrece sus servicios en Gran Bretaña e Italia. Lending Club nació como comunidad en mayo de 2007 dentro de Facebook y constituye un sistema para pedir y dejar dinero entre particulares. En España se ha lanzado en este segmento el sitio Comunitae, que cuenta con más de 2.600 usuarios registrados a pesar de estar en fase de pruebas (Medrano et al, 2010).

MICROCRÉDITOS

La importancia de las microfinanzas ha aumentado en los últimos años en Europa. El enfoque microfinanciero mostró un positivo impacto socioeconómico en los países subdesarrollados en los años setenta y ochenta, donde una gran parte de la población no tenía acceso al sistema financiero tradicional, por carecer de garantías. Mediante diferentes programas de microfinanzas, se promovió el acceso al crédito a los más necesitados para permitirles desarrollar sus propios negocios y salir adelante (Medrano, 2007).

El principio de las microfinanzas –ayudar a las personas a ayudarse a sí mismas- cobra cada vez mayor relevancia entre la política socioeconómica europea. Si bien es cierto que la práctica totalidad de países europeos tienen un sector bancario con una amplia oferta de productos financieros, muchas pequeñas y micro empresas encuentran grandes dificultades para obtener financiación. La creación de programas de microfinanzas que resuelvan los problemas socioeconómicos específicos de determinados grupos objetivos es una de las preocupaciones actuales de la política europea.

Las microfinanzas, son un concepto que integra una gama variada productos y servicios financieros destinados a atender las necesidades de determinados grupos de población que carecen de garantías crediticias. En la actualidad, prácticamente el único producto de características microfinancieras ofertado en la Unión Europea es el microcrédito.

El microcrédito nació como propuesta del catedrático de economía Muhammad Yunus, quien en su lucha contra la pobreza de su país natal, Bangladesh, descubrió que cada pequeño préstamo podía producir un cambio sustancial en las posibilidades de aquellos que no contaban con recursos para sobrevivir. Así, en 1976, Yunus fundó el Banco Grameen para realizar préstamos a los más necesitados del país. Desde entonces, el “banquero de los pobres” y su banco de microcréditos han distribuido más de 3.000 millones de dólares en préstamos a 2,4 millones de prestatarios. Yunus fue premiado con el Nobel de la Paz 2006 por su lucha por una economía justa para las clases más desfavorecidas del planeta.

Un microcrédito en España es un préstamo de hasta 25.000 euros otorgado a personas que encuentran serias dificultades para que bancos o instituciones financieras tradicionales les concedan créditos por carecer de avales. Habitualmente, en los países desarrollados, los microcréditos tienen como finalidad el fomento del autoempleo y el dinero suele estar destinado a para montar pequeños negocios (microempresas).

En Europa occidental, el fenómeno microcrédito comenzó en los noventa aunque el mayor número de este tipo de operaciones se ha producido en la pasada década. En este periodo, los niveles persistentes de desempleo y la

presión sobre el estado de bienestar centraron la atención en el microcrédito como herramienta de apoyo al autoempleo para aquellas personas excluidas social y financieramente del sistema por carecer de garantías o avales crediticios. Muchos de los programas existentes reciben subsidios públicos y se centran en la inclusión social y financiera. En España, cada microcrédito crea de media 2,5 puestos de trabajo.

La característica más reseñable del sector microfinanciero en Europa es sin duda su juventud. El 70% de las organizaciones desarrollan su actividad microcrediticia desde el año 2000. La juventud de las entidades prestamistas tiene consecuencias en el tamaño y calidad de la cartera de microcréditos en Europa. La mayoría de las instituciones están en fase experimental, desarrollando y adaptando sus metodologías a situaciones específicas o grupos objetivos concretos, de más difícil acceso que en los países en vías de desarrollo.

Por otro lado, también destaca la heterogeneidad de las instituciones inmersas en esta actividad, en cuanto a diferencia de estructuras, misiones, objetivos, prioridades, métodos y medios empleados. En Europa encontramos principalmente cuatro modelos de negocio:

1. Organizaciones no gubernamentales de microfinanzas;
2. Organizaciones no gubernamentales con gestión de carteras de microcréditos;
3. Programas de apoyo de instituciones existentes y bancos de desarrollo;
4. Unidades especializadas de Bancos comerciales.

Las ONGs de corte microfinanciero se centran en exclusiva en proveer a sus clientes de servicios financieros. La mayoría tienen una clara misión social.

Algunas de las entidades más destacadas a nivel europeo son Adie (Francia), ANDC (Portugal), Aspire (UK e Irlanda del Norte) y Street UK (UK).

El segundo modelo de negocio son las ONGs dedicadas a atender a los grupos sociales objetivos de las microfinanzas (mujeres, parados de larga duración, discapacitados, minorías étnicas, emigrantes, jóvenes y emprendedores). Estas instituciones disponen de una amplia gama de servicios, generalmente relacionados con el fomento del empleo. Incluyen servicios financieros en sus programas. Los mejores ejemplos son: el fondo de microcrédito de la ciudad de Hamburgo (Alemania), Weetu (UK), IQ/Enterprise (Alemania) y Hordaland Network Credit (Noruega).

El tercer modelo de negocio se refiere a instituciones existentes y bancos de desarrollo que integran programas de ayuda a la pequeña y micro empresa entre su tradicional oferta de servicios. Estas entidades han establecido programas especiales de microcréditos y los principales ejemplos son los programas focalizados en la pequeña empresa de Finnvera (Finlandia), KfW Bankengruppe (Alemania), BDPME-Oséo (Francia) e ICO en España. El cuarto modelo de negocio es el más reciente. Unidades especializadas de entidades financieras distribuyen microcréditos directamente o a través de organizaciones colaboradoras. Este es el modelo prevaleciente en España, donde las Cajas de Ahorro jugaban un papel de liderazgo en el desarrollo del sector.

La tasa de devolución de los microcréditos es muy elevada a pesar de que el único aval exigido es de tipo moral. En 2005 era del 92% en la UE, y en España las cifras de fallidos se sitúan en entre el 4,8% y el 4,18%, con tendencia a la baja. El 78% de los beneficiarios son de origen extranjero y el perfil tipo responde a mujeres de 35 años con el objetivo de crear una empresa, mayoritariamente del sector servicios.

A pesar de que miles de personas han tenido la oportunidad de crear su propio negocio gracias al microcrédito, el número de beneficiarios en la Unión Europea no ha llegado a los porcentajes de otras regiones geográficas, siendo los países de mayor cobertura Polonia, Francia y Finlandia.

Se estima que en la Unión Europea se ha distribuido un total de 27.000 microcréditos por valor de 210 millones de euros, mientras que la tasa de exclusión financiera por falta de garantías se estima en el 10%. Tan sólo el 1% de la población en edad laboral ha tenido acceso al microcrédito. Estas cifras ponen de manifiesto el potencial de crecimiento del producto microcrediticio en Europa. No obstante, es necesario que se produzca una mayor concienciación del problema y posterior cambio de regulación de varios países miembros de la Unión.

3. El plan de negocio

Si eres emprendedor y quieres poner en marcha tu propia empresa, deberás partir de una idea de negocio y elaborar un Plan de empresa que te ayude a planificar y reflexionar cómo llevar a cabo la misma además de servirte de tarjeta de presentación ante terceros.

Muchas son las definiciones que podemos encontrar en la literatura especializada sobre el término Plan de Negocio. Estas son algunas de ellas:

- Es un documento que especifica, en lengua escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado (Wikipedia).
- Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto. (Ipyme.org)
- Es el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha, y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica. Se trata por ello de una herramienta básica para poder hacer un seguimiento del desarrollo de la actividad empresarial, analizando y comparando previsiones y resultados (crear-empresas.com).
- Es un documento que elabora la persona que tiene una idea de negocio para poder analizar todos los aspectos claves que conlleva su puesta en marcha y de los que depende la estabilidad de su futura empresa (Madrid.org).
- Es un documento formal y debidamente estructurado que sirve como mapa o guía de gestión durante un periodo o para una misión determinada (Miranda Oliván, 2004).
- Es la tarjeta de visita o carta de presentación con la que el emprendedor transmitirá tanto los conocimientos que acredita sobre el negocio y su mercado, como la propia solidez y rentabilidad empresarial que proyecta la idea que promueve (Cámara de Comercio e Industria de Madrid).
- Es una hoja de ruta o carta de presentación con la que el emprendedor, el empresario o el equipo directivo de una organización transmitirá tanto los conocimientos que acredita sobre el negocio y su mercado, como la propia solidez y rentabilidad empresarial que proyecta la idea que promueve (Neira Rodríguez, 2008).
- Es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial (Velasco, 2007).
- Es una herramienta imprescindible cuando se quiere poner en marcha un proyecto empresarial, sea cual fuere la experiencia profesional del promotor o promotores y la dimensión del proyecto. Incluso para empresas ya establecidas, un Plan de Empresa bien diseñado ha de ser la base sobre la que se levanten proyectos de crecimiento o diversificación de la actividad principal. (Consejo de Cámaras).
- El Plan de Negocio es comúnmente denominado Plan de Empresa, o *Business Plan*, en terminología anglosajona y sirve al emprendedor para tener un profundo conocimiento de la oportunidad de negocio que desea aprovechar, constituyendo una hoja de ruta para establecer la estrategia empresarial inicial.

Por otro lado, el Plan de Negocio servirá como tarjeta de presentación del proyecto empresarial ante terceros (entidades financieras, instituciones o posibles socios, proveedores, clientes, colaboradores, etc.), siendo imprescindible para la búsqueda de financiación. Además, el Plan de Negocio pone de manifiesto el rigor y la profesionalidad del emprendedor, o equipo emprendedor, promotores del negocio.

La elaboración de un Plan de empresa es parte de un proyecto más amplio. El punto de partida es la idea, pero ésta puede ir evolucionando, por lo que el Plan de Negocio servirá como base para el desarrollo de estrategias y actividades.

Respecto a la elaboración del Plan de Negocio o Plan de Empresa, éste debe adaptarse a los requisitos de la ayuda que se pretende obtener. Así, en el caso de elaborar un Plan de Negocio cuya finalidad sea la obtención de *financiación pública*, se deberá tener en cuenta que las entidades u organismos públicos que otorgan ayudas financieras suelen exigir que los Planes de Negocio se presenten en un formato o estructura predeterminada.

De este modo, nuestro Plan de Negocio deberá seguir la estructura formal propuesta por la entidad, y en el caso de que el Plan haya sido previamente elaborado, deberemos adaptarlo al formato requerido por la institución.

Por otro lado, también es importante recordar que las convocatorias públicas suelen tener unos plazos determinados, por lo que el Plan de Negocio deberá cumplir los requisitos de tiempo y forma.

Los criterios de valoración que el organismo toma en consideración para la concesión de las ayudas (préstamos bonificados o subvenciones), estarán también detallados en la convocatoria y normalmente se especificará su ponderación o baremo. De este modo, es importante leer detenidamente la convocatoria pública y ver si nuestra idea de negocio se adapta a los requisitos de la misma.

En estos casos, la flexibilidad es limitada. El Plan de Negocio tiene que dar respuesta a las solicitudes específicas que solicite la institución y enfocarse al objetivo de la ayuda. Así, si se trata de una convocatoria pública de una sociedad que fomenta la innovación, el emprendedor deberá elaborar su Plan de Negocio poniendo mayor énfasis en el componente innovador del proyecto empresarial; si por el contrario, el organismo convocante es una sociedad de desarrollo regional, en el Plan de Negocio habrá que enfatizar la aportación que el proyecto tendrá sobre la región objeto de la ayuda, etc.

Normalmente este tipo de convocatorias no inciden especialmente en el componente financiero del proyecto, aunque si suelen exigir que se presenten proyecciones que garanticen la viabilidad económica (especialmente si se está solicitando un préstamo que hay que devolver), sino que suele tener más peso el componente que se quiera promover con la ayuda propuesta en la convocatoria, bien sea la innovación, la promoción de cierta industria, región, etc.

En España tenemos varios ejemplos de entidades que solicitan Planes de Negocio para este tipo de ayudas, tales como ENISA (Empresa Nacional de Innovación), los programas CDTI (Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial) que cuentan con programas de colaboración multinacional, diversas ayudas regionales procedentes de Ayuntamientos, Diputaciones, Comunidades Autónomas, viveros de empresa, etc.

Por otro lado, en caso de solicitar financiación a una *entidad bancaria*, el Plan de Negocio para entidades financieras tendrá que estar muy enfocado a la consistencia del negocio en cuanto a la capacidad de

devolver deuda o de ofrecer garantías. Generalmente estas entidades solicitan conocer la historia de la empresa, así como la de sus dirigentes y promotores, la situación patrimonial y el destino de los fondos que se pretenden conseguir.

En este tipo de Planes de Negocio se deberá hacer especial énfasis en los factores que contribuyan a reducir el riesgo, adjuntando cuanta documentación podamos para que lo justifique.

Otro caso diferente es el de los programas de responsabilidad social de entidades financieras que tienen por objetivo el apoyo a emprendedores. En este caso, el planteamiento es distinto, ya que se trata de modelos de subvención más que de financiación. En estos casos también se exigen Planes de Negocio que expliquen el proyecto, pero las exigencias suelen estar más centradas en cumplir con los criterios del programa de responsabilidad social de la entidad.

Respecto a cómo deben ser los planes de negocio para inversores, o socios capitalistas, existe cierta controversia. Generalmente los inversores, ya sean institucionales (fondos de capital riesgo, también denominados Venture Capital) o particulares (Business Angels), cuyo objetivo es invertir en empresas de nueva creación, suelen solicitar un Plan de Negocio formal para lanzar un proceso de inversión.

No obstante, una investigación llevada a cabo en EE.UU. por David Gumpert, analizó la influencia que los Planes de Negocio preparados por los emprendedores habían tenido en la toma de decisión de inversión de las empresas de Capital Riesgo, obtuvo resultados paradójicos: De las 42 empresas de Capital Riesgo analizadas, sólo el 36% de los inversores consideraba realmente importante que un emprendedor elaborase un Plan de Negocio y anecdóticamente el 98% sentía curiosidad por una empresa que se dirigía a ellos sin Plan de Negocio. Además, el 43% de los inversores confirmó que había invertido en al menos una iniciativa emprendedora sin haber revisado siquiera el Plan de Negocio y el 88% afirmaba estar dispuesto a escuchar a un emprendedor con un proyecto interesante aunque no dispusiera de un Plan por escrito.

Otra investigación realizada por Stettinius et al (2009), publicada en la prestigiosa revista académica *Strategic Management Journal* sobre una muestra de más de 722 solicitudes de financiación a inversores, mostraba que disponer de Planes de Negocio no era un factor determinante a la hora de conseguir financiación y que los Planes aportaban poca información a los inversores (el estudio afirma que los inversores prácticamente no se leían los Planes de Negocio).

A pesar del estudio más o menos detallado que los fondos de capital riesgo o potenciales inversores particulares hagan del Plan de Negocio, éstos suelen ser requeridos por los inversores. Normalmente los inversores no leerán los Planes de Negocio en profundidad en una primera fase de decisión, sin embargo, la correcta elaboración y presentación del Plan de Negocio mostrará la personalidad, el interés y el compromiso del emprendedor con su proyecto. Inicialmente, su atención se centrará en el *Resumen Ejecutivo* del Plan de Negocio, un documento reducido más sencillo de analizar que contiene los verdaderos puntos clave del proyecto. De este modo, el emprendedor debe preparar un Plan de Negocio formal y completo, con una presentación impecable, que demuestre que se ha trabajado en el proyecto y que existe un interés real en desarrollarlo y ponerlo en marcha, y a la vez, el emprendedor desarrollará un Resumen Ejecutivo, o Plan de Negocio Reducido, donde se expongan las ideas clave, acompañado de un discurso convincente y atractivo para llamar la atención de los inversores.

Téngase en cuenta que los inversores tienen diversos perfiles y muchos de ellos están especializados en sectores, empresas de determinado tamaño o

determinadas aspiraciones y exigen determinadas tasas de rentabilidad. El emprendedor al acercarse a un inversor debe asegurarse de que el contenido de su Plan de Negocio esté alineado con su estrategia de inversión.

Por último, recuerda el consejo de Medina (2012): “Antes de invertir en desarrollar tu idea, asegúrate de que emprender es realmente lo que quieres. Una vez empezado el camino, los retrocesos tienen un coste demasiado elevado”. MUCHA SUERTE.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AEBAN (2012). *Business Angels. ¿Qué es un Business Angel?* <http://www.aeban.es/sector>

BBVA (2012). *BBVA Friends and Family: por el camino del crowdfunding.* <http://bancaparatodos.com/bbva-friends-family-por-el-camino-del-crowdfunding/>

CORONAS, J. (2012). *24 criterios para elegir la inversión. Cabiedes & Partners.* http://www.emprendedores.es/empresa/finanzas/business_angels/business_angels_5

EXPANSIÓN-ECONET (2012). *Las 185 ayudas para emprendedores. Guía para montar tu empresa.*

FERNÁNDEZ AGUADO, J. (2009). *1010 Consejos para emprendedores.* LID Editorial Empresarial.

MATEOS, M (2012). “Aprovecha las ayudas de las autonomías para crear tu empresa”. *Emprendedores & Empleo. Expansión / El Mundo* 26/2/2012.

MEDINA, A. (2012). *Hoja de Ruta para emprendedores. Crear una empresa en tiempos difíciles. Una ayuda para empezar a caminar. Por qué hacerlo, cuándo hacerlo y cómo hacerlo.* Ediciones Pirámide.

MEDRANO GARCÍA, M.L., DÍEZ DE CASTRO, L.T. y SAN MILLÁN

FERNÁNDEZ, E. (2010). “El comercio y las finanzas de la juventud a través de los nuevos medios” en *Juventud y nuevos medios de comunicación. Revista de Estudios de Juventud*, nº 88, pp. 165-181.

MEDRANO GARCÍA, M.L. (2007). “Microcréditos: ayudar a ayudarse”. *AUSBANC*, Nº 208, pp. 44-46.

READY4VENTURES (2011). *Informe de actividad de los Business Angel y fondos de Venture Capital en Europa Occidental - primer trimestre del 2011.* <https://docs.google.com/file/d/0B95Gn-PwvWKyYmEwYmJiNDItNzZhMS00ZGM5LTkyMTMtOTY5NGUyNWUyNWZk/edit?hl=en&authkey=CLPq4UJl>

SALAS DE LA HERA, M. (2012). *El Venture Capital en España.* <http://www.webcapitalriesgo.com/descargas/BOLETINVC2011AN.pdf>

SALAS DE LA HERA, M. (2009). *Venture Capital en España. Evolución y principales cifras.* http://www.webcapitalriesgo.com/descargas/3017_11_09_1818291323.pdf

