

Ha llegado la hora de montar tu empresa

**ALEJANDRO SUÁREZ
SÁNCHEZ-OCAÑA**



EDICIONES DEUSTO

Índice

1. Introducción	9
1.1. ¿Quieres montar tu propia empresa? ¡Felicidades, entonces tienes espíritu emprendedor!	9
1.2. ¿Qué es emprender?	11
1.3. Tu perfil	14
1.4. Dificultades	16
1.5. Frases de emprendedores célebres	18
2. Empezando a emprender	
2.1. La idea	27
2.2. Cómo surge la idea de negocio	35
2.3. Fabricando ideas de negocio	38
2.4. Viabilidad de la idea de negocio	42
2.5. Ideas para montar empresas	55
3. Dar el salto	
3.1. Marco socioeconómico del emprendedor	69
3.2. Motivación para emprender	76
3.3. Todo lo que debes saber sobre ayudas y subvenciones	80
3.4. Cuánto dinero necesitas	91
3.5. Dando el salto	94
3.6. Tipos de emprendedores	101

4. Plan de empresa	
4.1. Cuándo es necesario un plan de empresa	111
4.2. Consejos para redactar un plan de empresa.....	113
4.3. Errores comunes	116
4.4. Estructura y contenido.....	117
4.5. Equipo humano.....	121
4.6. Define tu mercado.....	123
4.7. Plan de marketing.....	129
4.8. Plan económico y financiero.....	135
4.9. Paso a paso	137
5. La ejecución	
5.1. Tipos de empresas.....	147
5.2. Trámites imprescindibles. La ventanilla única	156
5.3. Aceleradores de negocio: franquicias y adquisición de empresas	167
5.4. El equipo: gestión de recursos humanos	169
5.5. Los socios	180
5.6. Buscar financiación.....	190
5.7. ¿Sabes vender tu producto?.....	197
5.8. Consejos para empezar: innovación y esfuerzo.....	199
5.9. Errores comunes del emprendedor novato.....	205
6. Particularidades del caso español	209
7. Reflexiones finales	219

1

Introducción

1.1. ¿Quieres montar tu propia empresa? ¡Felicidades, entonces tienes espíritu emprendedor!

Hombre sin sonrisa no abre tienda.

PROVERBIO CHINO

Si has comprado este libro es porque ya has montado tu empresa o bien estás tratando de hacerlo. Sea como fuere, felicidades, pues eres una persona con espíritu emprendedor.

Emprender es una capacidad humana que tiene su origen en el minuto uno en que el hombre se plantó en este planeta. El impulso de emprender es el motor de las acciones del hombre y lo que las hace evolucionar, y allí reside su importancia como actitud de superación ante las situaciones que nos tocan vivir.

En el mundo empresarial actual se define con el término «emprendedores» al conjunto de personas capaces de encarar el desafío de crear nuevas empresas, servicios y proyectos para superar su situación y crecer, tanto personal como social, emocional y económicamente.

Mi experiencia como emprendedor comenzó con poco más de dieciocho años en un negocio de hostelería. Desde entonces y hasta ahora, ya con treinta y seis años, he abierto y cerrado proyectos sin descanso. He fundado varias compañías y participo como inversor privado en otra decena de ellas, acompañando y apoyando a sus emprendedores. Posiblemente durante los próximos veinte años continúe en la misma senda: creando empresas. Es evidente que esto no se trata de un mérito extraordinario; hay personas que simplemente no sabemos hacer otra cosa.

Durante esta trayectoria he dirigido proyectos que han sido sonoros fracasos económicos, y otros que, por el contrario, han conseguido grandes beneficios. En esta especie de juego compito entre mis capacidades —que no son extraordinarias, pues creo que soy un emprendedor cuya visión y capacidad de trabajo están en la media o por debajo— y la única manera de superarme y conseguir éxitos: la persistencia en mis objetivos.

En las últimas dos décadas del siglo xx se produjeron importantes y drásticos cambios gracias a las nuevas tecnologías. Teléfonos móviles inteligentes, consolas de videojuegos, ordenadores e Internet son algunos de los ejemplos de cómo la tecnología ha penetrado en nuestra vida cotidiana, transformando las relaciones humanas, sociales, políticas, culturales y empresariales. Desde hace poco más de quince años, Internet se ha convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo del mundo empresarial.

Muchos conocimos la época de oro de la burbuja tecnológica a mediados de los noventa y la estrepitosa caída financiera de las empresas *puntocom*. Hoy, en mayor o menor medida, todos estamos inmersos en la ola de la *web 2.0*¹ y las aplicaciones *social media*,² donde cada vez somos protagonistas más activos de los medios de comunicación y del flujo de información que corre a través de nuevos canales como los blogs o las redes sociales. Este

1. Nombre con el que se designa desde 2004 a la web social con comunicación bidireccional, es decir, todos emisores y receptores de mensajes.

2. Programas de interacción con redes sociales, como Facebook o Twitter.

nuevo paradigma ha cambiado las reglas del juego de manera que resulta imprescindible conocerlas antes de emprender. En este escenario vertiginoso, es interesante que te detengas un momento a pensar qué significa crear una empresa y cómo el término «emprender» ha logrado abrirse camino en nuestra sociedad.

1.2. ¿Qué es emprender?

Cuando pienso en la palabra «emprender», mi cerebro la relaciona directamente con la palabra «aprender». Veamos el significado de ambos términos según la Real Academia Española:

Emprender

(Del lat. *in*, en, y *prendere*, coger).

1. tr. Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierra dificultad o peligro.

Aprender

(Del lat. *apprehendere*).

1. tr. Adquirir el conocimiento de algo por medio del estudio o de la experiencia.

A primera vista no parecen tener relación directa. Sin embargo, aprender y emprender son actitudes que se tienen o no, dependiendo del espíritu de la persona. Desarrollar la capacidad de leer el entorno próximo, identificar necesidades y ver posibilidades donde todos ven obstáculos, aprender de sus aciertos y errores, superar la adversidad para seguir luchando a pesar de las dificultades, todo ello define la actitud que caracteriza al emprendedor. Para mí, emprender es atreverse a crear un mundo propio, saltar al vacío y enfrentarse a un entorno en el que parece estar predestinado a otra cosa. Por ejemplo, a seguir el camino marcado por tu familia, por tu formación. Estamos en una sociedad que se ha especializado en quitarnos la singularidad, en fabricar hombres grises cortados por el mismo patrón.

Emprender es revelarse, es buscar tus respuestas y, sobre todo, es soñar con escribir tu propio camino.

Se trata de hacer algo que entraña dificultades y que requiere cierto aprendizaje. Por desgracia, en las universidades de nuestro país no se forma a emprendedores. El emprendedor, independientemente de su formación, suele ser una persona autodidacta, un hombre hecho a sí mismo. Ahora bien: ¿en qué momento el emprendedor se transformó en una nueva categoría de empresario? De un tiempo a esta parte se ha extendido el uso del término «emprendedor» para hacer referencia a los nuevos empresarios o a las personas que crean empresas. Lo cierto es que este cambio terminológico encuentra su explicación en las connotaciones del término «empresario» y sus implicaciones.

José María Veciana, investigador del perfil empresarial, arroja algunas luces sobre el tema:

«El uso del término “emprendedor” en lugar de empresario puede deberse a la influencia anglosajona. En efecto, en inglés el término *entrepreneur* significa y desde siempre se ha traducido al español por “empresario”, no por “emprendedor”. En los países de habla inglesa, al no disponer de un término anglosajón propio, se utiliza el francés *entrepreneur*.

»Este hecho tiene su origen histórico por haber sido precisamente un economista francés, Jean-Baptiste Say (1767-1832), el primero que desarrolló magistralmente el concepto de empresario como sujeto económico distinto del capitalista.

»Los economistas clásicos no conocieron al empresario, sino sólo al capitalista. En español existe el término “empresario”, de uso corriente tanto en el lenguaje cotidiano como en el técnico-científico que traduce perfectamente al de *entrepreneur* francés e inglés, al de *Unternehmer* alemán». ³

El empresario es considerado en nuestra sociedad como una persona que posee un capital importante para la creación de riqueza y capaz de ofrecer empleo, aunque también como el que retiene

3. Veciana, José María. *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*, Colección Estudios Económicos N° 33, La Caixa Servicios de Estudios, Barcelona, 2005, p. 32.

la plusvalía de esa fuerza de trabajo, que se traduce en ganancias, meramente acumulando beneficios. Además, es siempre el jefe y, en algunos casos, el responsable moral de la situación económica de sus empleados; en pocas palabras, en España comúnmente el empresario es visto en ciertos sectores como un explotador.

Quizá en este punto radica la diferencia entre el empresario y el emprendedor. Hoy día, el emprendedor no dispone necesariamente de un gran capital para su proyecto ni proviene de una familia acomodada que le allanará el camino. De hecho, i generalmente no es así! Tampoco tiene una connotación social peyorativa; al contrario, ser emprendedor es simpático, incluso me atrevería a decir que tiene un matiz romántico. Si te consideras emprendedor es muy posible que a nadie le resultes molesto, al menos hasta adquirir la categoría de empresario.

Dicho de otra manera, a diferencia del empresario, cualquiera de nosotros puede ser un emprendedor. Si cuentas con una idea y con ganas de llevarla a la práctica, no hay más que hablar: eres un emprendedor, al margen del capital de que dispongas, pues aunque es una necesidad insoslayable, has de tener presente que para buenos proyectos y buenos emprendedores siempre hay dinero. Así pues, emprendedores son tanto los propietarios de pequeñas empresas familiares, quienes apuestan por una franquicia, y o los profesionales que se independizan para trabajar como autónomos (o *freelance* en inglés, un término muy en boga).

Tanto el empresario como el emprendedor buscan en primer término crear un negocio que les reporte tranquilidad económica y realización personal. En este sentido, tanto doña Rosa con su pequeña empresa de venta de dulces caseros como Bill Gates con su imperio informático son emprendedores y empresarios a la vez. Las diferencias están en los modos o perspectivas con los que se encaran estos fines; para el emprendedor, su interés está centrado en el ansia de superarse, alcanzar la autorrealización e independizarse, mientras que para el empresario tradicional se sitúa en el crecimiento y en la acumulación de capital.

Aun así, los límites entre empresarios y emprendedores son muy sutiles y cada vez más tienden a desaparecer. En definitiva, si

eres un idealista, un soñador y una persona dispuesta a luchar por crear un nuevo futuro en primera persona, eres emprendedor.

1.3. Tu perfil

Si tuviera que destacar un denominador común entre los grandes emprendedores con los que me he cruzado durante los últimos quince años sería su personalidad o, mejor dicho, su carácter de espíritu inquieto; no quiere depender de nadie, se rebela ante la autoridad y las estructuras jerárquicas, lee y analiza su entorno en busca de oportunidades y tiene una enorme capacidad para desarrollar ideas innovadoras.

A una mente emprendedora le molesta la dependencia laboral y los límites a la libertad que ésta le impone. En palabras de Erich Fromm, «mientras que el hombre ha pedido y logrado cada vez más derechos y más libertad, cuanto más gana en libertad (...) y cuanto más se transforma en individuo, tanto más se ve en la disyuntiva de unirse al mundo del trabajo creador o bien buscar alguna forma de seguridad que acuda a vínculos tales que destruirán su libertad y la integridad de su yo individual».⁴

Pero no sólo un individuo puede ser un emprendedor, sino que un colectivo de personas puede resumir en sí este conjunto de características que definen el espíritu emprendedor. En definitiva, emprender es una actitud marcada por ciertas características, ya sea encarada de forma individual o en equipo.

Para David McClelland⁵ el emprendedor se caracteriza por:

- **Asumir la responsabilidad individual** por el resultado de sus acciones (logro personal), por tanto, prefiere aquellas situaciones en las que los resultados que se consiguen dependen de sus propias aptitudes, esfuerzo y decisiones.

4. Extracto de su obra: *El miedo a la libertad*.

5. Psicólogo estadounidense, profesor en la escuela de Harvard y autor de numerosos libros.

- **Aceptar riesgos moderados**, en función de sus capacidades y no del azar; especialmente de su capacidad de decisión.
- **Poseer capacidad de innovación**. No le interesan las tareas fáciles y rutinarias, ya que éstas, al exigirle muy poco esfuerzo e implicación personal, no le permiten experimentar sentimientos de logro.
- **Desear conocer el resultado de sus decisiones y acciones**, y de la eficacia conseguida en la realización de sus tareas, es decir, quiere retroinformación (*feedback*). El dinero lo considera como una medida de los resultados y de su éxito.
- **Anticiparse a las posibilidades futuras**, es decir, tiene interés en planificar a largo plazo y capacidad para hacerlo.

Visión, innovación, creatividad, planificación y apuesta por el riesgo son los elementos fundamentales del espíritu emprendedor.

Ésta es una matriz de los niveles de innovación y creatividad para los emprendedores:

Nivel de creatividad de la persona

		ALTO	MEDIANO	BAJO
		NIVEL DE INNOVACIÓN DE LA PERSONA	BAJO	GANADORA
MEDIANO	INNOVADORA CREATIVA		PROMEDIO	INDECISA NO CREATIVA
ALTO	EXTRAVAGANTE CREATIVA		DESPILFARRADORA CREATIVA	PERDEDORA

(Cuadro 1). Fuente propia.

Está claro que el ideal es la persona ganadora, con el mayor nivel de creatividad e innovación, pero éste es un perfil que no se da en la mayoría de la gente, por lo que los emprendedores con más éxito son generalmente:

Personas innovadoras creativas: dado su alto nivel de creatividad, logran un hueco en el mercado.

Personas imitadoras creativas: copian y adaptan principalmente éxitos establecidos en el mercado, pero aportando algo nuevo y propio.

Para un espíritu emprendedor, lo más importante es conocer a fondo su idea y su público objetivo. En este análisis hay interrogantes que el emprendedor debe responder antes de comenzar su proyecto:

1. ¿Mi idea es diferente e innovadora?
2. ¿Qué apporto yo y qué aporta mi idea al público objetivo para que la elijan por encima de las demás?
3. ¿Cuáles son las estrategias para poner en marcha mi idea?
4. ¿Con qué recursos cuento para hacer realidad mi idea?

1.4. Dificultades

¿Difícil? Claro que emprender es difícil, como todo lo que se quiera hacer bien en la vida. Emprender requiere sacrificio, muchas horas de trabajo, capacidad para asumir el fracaso, capacidad de análisis, búsqueda de recursos, planificación y, muy importante, ser valiente, dado que hay que estar dispuesto a asumir riesgos. Hasta para los empresarios de más renombre, comenzar a emprender fue una tarea difícil, pero no por ello imposible. Veamos algunos ejemplos.

Sam Walton comenzó siendo el cajero de lo que años después sería su primer supermercado. Hoy en día es el dueño de la cadena de tiendas **Wal-Mart** y dispone de cerca de 5.000 centros comerciales propios.

Cuando en 1975, en un garaje de California, Steve Jobs y Steve Wozniak tuvieron la ilusión de crear una empresa de ordenadores, Jobs tenía sólo veintiún años y Wozniak tenía veintiséis. El capital inicial salió de la venta de la calculadora HP-65 de Wozniak y del ómnibus VW de Jobs. Hoy en día esa empresa se llama **Apple** y el resto ya es historia.

La leyenda dice que la fórmula de Coca-Cola es un secreto comercial guardado en un banco de Atlanta, al que sólo tienen acceso dos personas. Lo cierto es que la fórmula la inventó un emprendedor llamado John Pemberton, en 1885, como una medicina para calmar la sed, las náuseas y los dolores de cabeza, cosa que, todo sea dicho, no parece haber conseguido. Se vendía en las farmacias a 5 centavos de dólar el vaso. Era básicamente una mezcla de hojas de coca y semillas de cola, de allí su nombre Coca-Cola. La patente de la fórmula secreta fue vendida en 1886 por 2.300 dólares a Asa Griggs Candler, un empresario que la distribuyó por todo Estados Unidos. En 1919 el bufete de abogados Woodruff Syndicate compró la empresa por 25 millones de dólares y así nació **The Coca-Cola Company**.

La era digital ha traído nuevos modelos de emprendedores, que son los responsables de la popularización del concepto «del garaje al éxito».

Yahoo! por ejemplo, nació en abril de 1994, cuando Jerry Yang y David Filo crearon desde una furgoneta estacionada en un solar de Palo Alto el primer índice de páginas web organizado por categorías. La página web de los estudiantes recibía un millón de visitas al día y, en ese momento, consiguieron el apoyo de una sociedad de capital de riesgo y así Yahoo! convertiría a estos jóvenes en los primeros ejemplos de nuevos millonarios de Internet, con una fortuna de 850 millones de dólares tan sólo cuatro años después de comenzar el proyecto.

Amazon.com nació en 1994 cuando Jeff Bezos decidió dejar su trabajo en el mercado bursátil para vender libros desde el

sótano de su casa. La apuesta por el nombre fue acertada ya que, por aquel entonces, los buscadores recogían los resultados por orden alfabético, de manera que se colocó entre las primeras. En 1999 Jeff Bezos era el hombre del año en la revista *Time*. Amazon es uno de los ejemplos de las empresas digitales con más éxito.

Winston Churchill tenía razón con su lapidaria frase, «un pesimista ve dificultades en cada oportunidad; un optimista ve oportunidades en cada dificultad». Emprender es una tarea difícil, pero desde luego resulta muy gratificante. Hoy día las nuevas tecnologías y la web 2.0 nos ofrecen miles de posibilidades de llevar a cabo proyectos y crear empresas de forma casi inmediata en un mercado global.

1.5. Frases de emprendedores célebres

El mundo del emprendedor está repleto de historias de éxitos y fracasos. Es un escenario cambiante, donde la rápida toma de decisiones determina si tendremos éxito o no. Una actitud agresiva, mezcla de optimismo y realismo, nos permite interpretar con claridad las oportunidades de un contexto para llevar adelante nuestra empresa. Para alimentar el espíritu optimista de los emprendedores en ciernes y para motivarles en sus primeros pasos, a continuación he recopilado algunas frases inspiradoras de grandes emprendedores:

Henry Ford

Henry Ford es el mejor ejemplo del emprendedor nato, de esos tipos que combinan innovación y creatividad en una sola persona. Su apuesta por los automóviles económicos, la cadena de producción y la producción en masa le convirtió en un reconocido empresario con una inmensa fortuna. Sus inicios fueron duros y su éxito muy simple: detectar el enfoque correcto, pues apostó por el hombre medio y el precio económico de sus auto-

móviles en el contexto de una industria que fabricaba coches caros para hombres adinerados.

Pero, además, la historia también le recuerda por algunas de sus frases:

«Si usted cree que puede, entonces puede; si usted cree que no puede, entonces no puede. De cualquier manera usted está en lo correcto.»

«A ningún hombre debe obligársele a hacer el trabajo que puede hacer una máquina.»

«El fracaso es, a veces, más fructífero que el éxito.»

«El secreto de mi éxito está en pagar como si fuera pródigo y vender como si estuviera en quiebra.»

«El verdadero progreso es el que pone la tecnología al alcance de todos.»

«Imposible significa que aún no has encontrado la solución.»

«La mayoría de las personas gastan más tiempo y energías en hablar de los problemas que en afrontarlos.»

«Lo que es deseable y correcto nunca es imposible.»

«Los obstáculos son esas cosas espantosas que ves cuando apartas los ojos de tu meta.»

«Los que renuncian son más numerosos que los que fracasan.»

«Pensar es el trabajo más difícil que existe. Quizá sea ésta la razón por la que haya tan pocas personas que lo practiquen.»

«Si hay un secreto del buen éxito reside en la capacidad para apreciar el punto de vista del prójimo y ver las cosas desde ese punto de vista, así como del propio.»

Thomas Edison

Thomas Edison, inventor y empresario, patentó más de mil inventos; entre ellos la lámpara incandescente y el fonógrafo. Es un ejemplo de hombre innovador en su tiempo:

«Nunca he perfeccionado una invención sin pensar en términos del servicio que podría dar a otros. Averiguo lo que el mundo necesita y entonces me dedico a inventar.»

«El genio es un 1 % inspiración y un 99 % transpiración. En consecuencia, un genio es a menudo simplemente una persona con talento que ha hecho todos sus deberes».

«El primer requisito para el éxito consiste en desarrollar la capacidad de atención y aplicar sus energías físicas y mentales para el problema en cuestión. Porque tales ideas son con frecuencia difíciles, no se puede evitar el esfuerzo y el trabajo que están asociados a ellas».

«Si todos hiciéramos las cosas que somos realmente capaces de hacer, literalmente, nos sorprenderíamos a nosotros mismos».

«Tengo mucho más respeto por una persona con una sola idea que llega a algún lugar, que por una persona con mil ideas que no hace nada».

«Muchos de los fracasos de la vida son experimentados por personas que no se dieron cuenta de cuán cerca estaban del éxito cuando se rindieron».

«La buena fortuna a menudo ocurre cuando la oportunidad se reúne con la preparación».

Thomas J. Watson

Thomas J. Watson fue el presidente de IBM (International Business Machines) y llevó a la empresa, desde los años veinte a la década de los cincuenta, a convertirse en la multinacional que conocemos. Sus orígenes fueron humildes y trabajó como vendedor de máquinas de costura antes de montar su propia compañía.

Sus palabras son conocidas por la fortaleza de la visión empresarial, llegando hasta el punto de que logró predecir el mundo que llegaría veinte años después de su muerte:

«Un gerente es un asistente de sus hombres».

«Todos los problemas del mundo podrían resolverse fácilmente si los hombres sólo estuvieran dispuestos a pensar. El problema es que los hombres muy a menudo recurren a todo tipo de dispositivos a fin de no pensar, porque pensar es un trabajo duro».

«Un hombre aplastado por un oponente puede levantarse de nuevo. Un hombre aplastado por la conformidad, no».

«Lo más difícil es el poder de la confianza porque es muy difícil de construir y muy fácil de destruir. La esencia de la confianza es poner de relieve las similitudes entre tú y el cliente».

«Cuando un individuo o una empresa decide que el éxito se ha alcanzado, el progreso se detiene».

«La sabiduría es el poder de disponer de nuestro tiempo y de nuestros conocimientos para el uso adecuado».

«No aprovechar nuestras oportunidades es nuestra culpa».

«El hombre que basa sus acciones en el pensamiento independiente, que refleja y considera antes de hacer, y a cuyas sentencias llegó a través de la lógica, es el hombre que irá más lejos hoy en día».

«Si queremos tener éxito en los negocios, hay una cosa que debemos hacer: trabajar. No se puede tener éxito sin el trabajo. Yo no he dicho nada nuevo. Los hombres que quieren trabajar tienen entusiasmo. Nunca he visto un hombre entusiasta que fuese pere-zoso».

Donald Trump

Se confiesa sin rubor un amante del dinero. Es el paradigma del empresario convertido en magnate. El conocido como «Señor Fortuna» da consejos tan ególatras como certeros, recopilados en varios libros como *El arte de la negociación* y *Secretos de un emprendedor*, entre los que destacan:

1. Enseñe a sus hijos el valor del dinero y lo apreciará aún más.
2. Conviértase en su propio consejero financiero. No encontrará otro mejor.
3. Invierta de manera sencilla, siguiendo el sentido común.

4. Confíe en su instinto.
5. Sepa exactamente lo que quiere lograr y guárdese para sí.
6. Aprenda a bajar la guardia para obtener un beneficio posterior.

Para Trump, el emprendedor es tenaz, paciente, trabajador compulsivo y una persona con actitud y constancia. Cuando le preguntan qué define un éxito, Trump responde: «La postura frente al mundo de quien comienza con una sola tienda debe ser como la de quien tiene una cadena comercial y los resultados de ese comercio serán los mejores».

Carlos Slim

Carlos Slim Helú es un gran magnate mexicano que ha invertido en muchas empresas y ha creado muchos negocios. Por la diversidad de su actividad empresarial, es llamado el «Mr. Monopoly», ya que es el fundador de multinacionales tan diversas como el Grupo Carso, Telmex Internacional y América Móvil.

En la web de Slim podemos encontrar los diez principios básicos del Grupo Carso, que marcan su acción empresarial y social.

1. Estructuras simples, organizaciones con mínimos niveles jerárquicos, desarrollo humano y formación interna de las funciones ejecutivas. Flexibilidad y rapidez en las decisiones. Operar con las ventajas de las empresas pequeñas que son las que hacen grandes a las grandes empresas.
2. Mantener la austeridad en tiempos de vacas gordas fortalece, capitaliza y acelera el desarrollo de la empresa, asimismo evita los amargos ajustes drásticos en las épocas de crisis.

3. Siempre activos en la modernización, crecimiento, capacitación, calidad, simplificación y mejora incansable de los procesos productivos. Incrementar la productividad, competitividad, reducir gastos y costos guiados siempre por las más altas referencias mundiales.
4. La empresa nunca debe limitarse a la medida del propietario o del administrador. No sentirnos grandes en nuestros pequeños corralitos. Mínima inversión en activos no productivos.
5. No hay reto que no podamos alcanzar trabajando unidos con claridad en los objetivos y conociendo los instrumentos.
6. El dinero que sale de la empresa se evapora. Por eso reinvertimos las utilidades.
7. La creatividad empresarial no sólo es aplicable a los negocios, sino también a la solución de muchos de los problemas de nuestros países.
8. El optimismo firme y paciente siempre rinde sus frutos.
9. Todos los tiempos son buenos para quienes saben trabajar y tienen con qué hacerlo.
10. Nuestra premisa es y siempre ha sido tener muy presente que nos vamos sin nada; que sólo podemos hacer las cosas en vida y que el empresario es un creador de riqueza que administra temporalmente.

Warren Buffett

El septuagenario empresario estadounidense es un modelo de éxito y adaptación a nuevos tiempos. Es conocido por sus controvertidas opiniones acerca del mundo empresarial y económico. Algunas de ellas son éstas:

«Nunca temas pedir demasiado cuando vendas, ni ofrecer muy poco cuando compres».

«Nunca inviertas en un negocio que no puedes entender».

«El precio es lo que se paga. El valor es lo que se obtiene».

«No es necesario hacer cosas extraordinarias para conseguir resultados extraordinarios».

«A la hora de invertir, el pesimismo es tu amigo, y la euforia, tu enemigo».

«Regla n.º 1: Nunca perder dinero. Regla n.º 2: Nunca olvidar la regla n.º 1».

«Sólo cuando baja la marea se sabe quién nadaba desnudo».

Amancio Ortega

Amancio Ortega es el fundador y presidente del grupo empresarial textil Inditex, cuya cadena de tiendas de ropa más conocida es Zara. Aunque ahora sea caso de ejemplo en escuelas de negocio en nuestro país, no es el arquetipo de empresario de éxito. Es un hombre humilde que apenas ha cambiado sus hábitos con el éxito económico.

La fórmula del éxito de Inditex se resume en los siguientes principios:

1. Dedicación plena.
2. Lo peor es la autocomplacencia.
3. Innovar sin mirar los resultados.

4. En diseño, el mundo copia a Europa.
5. Es importante estar viendo las novedades y adaptarlas al mercado propio.
6. Hay que potenciar la unidad entre el diseño y el área comercial.
7. No diseñar con ninguna idea preconcebida.
8. Dar una autonomía muy importante a las personas.

Amancio Ortega considera que «el crecimiento es un mecanismo de supervivencia».

El denominador común de todos estos personajes es el trabajo constante, paciente, lúcido y perseverante.

RECUERDA

- Emprender es acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierra dificultad o peligro.
- El perfil del emprendedor supone:
 - Aceptar riesgos moderados.
 - Poseer capacidad de innovación.
 - Desear conocer el resultado de sus decisiones y acciones.
 - Anticiparse a las posibilidades futuras.
- Para ser emprendedor has de tener espíritu de sacrificio, además de invertir muchas horas de trabajo. Debes tener capacidad para asumir el fracaso, capacidad de análisis, búsqueda de recursos, planificación y ser valiente.