

Consultor financiero de empresas, divulgador en un blog de negocios y coautor de un libro sobre la burbuja emprendedora, el asturiano Javier García Álvarez desmontó en el Club de Marketing los falsos mitos de la trinchera del emprendimiento

# Pinchando la 'burbuja' emprendedora

PILAR MORRÁS

Mutilva

**É**RASE una vez un país con mucha gente en paro, necesitados de un proyecto para vivir. Un país con empresas -y ciudadanos- con mucho dinero en caja que los bancos no remuneraban. El país estaba seco. Pero estaba el dinero y estaba la urgencia de buscarse la vida. Ese país era España entre 2008 y 2010. Cuando se instaló la "burbuja emprendedora" y cuando "todas las soluciones pasaban por crear emprendedores", afirma el asturiano Javier García Álvarez, economista y consultor de empresas. Su firma se dedica a analizar estrategias financieras para grandes empresas. Seleccionan proyectos de inversión para ellas, los valoran, afloran los riesgos y miran formas de entrar sin adquirir compromisos suicidas en ello.

Autor del *blog* de negocios *Sintetia.com*, usó en él por primera vez las palabras "burbuja emprendedora" en 2011. Bajo ese título, es coautor de un libro, publicado en noviembre de 2017, donde relata sus experiencias personales, "y también de *pringaos*", junto a un grupo de socios, en la financiación de *start ups*. Porque tampoco él escapó al 'burbujeo'. "Invertimos hasta 2 millones de euros en empresas jóvenes. Y, cuando digo empresas jóvenes, quiero decir 'powerpoints', reconoce. "Nadie pedía menos de 1 millón de euros. Y los proyectos pasaban de 0 a 5 millones como el coche de cero a cien", relata. Por suerte, salieron "airosos" de la "quemá".

## El silencio del perdedor

Tras la publicación, le han llovido palos "por todos los lados", apunta. "Los financieros estáis matando la innovación". Ese es el debate hoy", lamenta. "Se piensa que estoy contra el emprendimiento y no es así. Estoy contra la burbuja de expectativas irracionales que se crean". Asegura que "cada vez más, surge prensa especializada de *start up* donde la única noticia es la cantidad de dinero que ha conseguido alguien de un inversor. Y, luego, cuando vendes, la cantidad de millones que has levantado. Eso es el indicador de éxito. No es el negocio. No es lo que estás haciendo. Pero eso no es la realidad del carniceiro que monta un negocio en la esquina. Mi modelo no es que me compren, sino generar caja para pagar las nóminas", alerta.

"Veíamos que la forma en que se creaban estas empresas, de alto riesgo, sin pilares para afianzarse, era temeraria", argumenta. "Porque mucha gente ha perdido mucho dinero. Empresarios que tenían un dinero y decían: 'total, el banco no me da nada. ¿Por qué no meto aquí 50.000€? Que es amigo...' Porque, en el burbujeo hay mucho capital relacional, de familiares, amigos..." abunda. "Pero eso es algo muy silencioso. No sale en ningún titular. Nadie se ha enterado", critica, por oposición al mito del garaje (*google*) o de la servilleta del *Starbucks* (*Instagram*).



**EN PRIMERA PERSONA.** Javier García Álvarez, de Sensum Finanzas, segundo por la izda, durante la presentación de su libro este jueves en el Club de Marketing de Navarra. De izda a derecha, le escuchan los empresarios y profesores de ESIC, Jesús Sancho Sánchez (Glocal Influence); Javier Ongay Teres (Onys Comunicación) y Eduardo Ubide Bosque (Imeanticipa) que analizaron la situación actual del emprendimiento.

JOSE ANTONO GOÑI

"En momentos desesperados, te tragas lo que te digan", reconoce de quienes se aventuraron al emprendimiento, y también a financiarlo, incluso "capitalizando" su paro. "Pero, ¿qué pasa cuando creas una empresa desde cero?" avanza. "Que ocho de cada diez tecnológicas en Europa, fracasan. Y tan solo el 5% dan más de lo invertido", responde con datos del Fondo Europeo de Inversiones.

"Están mandando a los jóvenes a la guerra, sin capacidades, sin capital, sin formación, sin apoyo", cita al emprendedor argentino, afinado en España, Martín Varsavsky, fundador de *Jazztel*, entre otros proyectos de éxito. "Porque, además, la ley de segunda oportunidad es una chuminada como un piano. En este país, si has dejado algún cadáver de riesgo financiero, no te dan una tarjeta de crédito nunca más", asevera.

## El 'show business'

"Se nos ha ido la olla", enfatiza este economista. "Hoy, con la digitalización, si tu empresa no es *big data*, *blockchain* e inteligencia artificial, no eres nadie. Y eso, ya por sí solo, vale 2; 3; 7 millones", ironiza. Pero "por mucho que pongamos anglicismos -*marketing*, *networking*, *start up*, *mentoring*- hay cosas de sentido común que no dejan de estar ahí", indica. "¿Dónde está el negocio?" se pregunta en el libro, parafraseando a su abuelo "que sabe más que cualquiera de estos gurús de *Youtube* de dos mi-



## 'LA BURBUJA EMPRENDEDORA'

**Autor:** Javier García y Enrique González  
**Editorial:** Empresa Activa  
**Publicación:** 06/11/2017  
**Páginas:** 256  
**Precio:** 16 euros

nutos", defiende.

Asegura que "quien vive" de lo que llama el '*show business*' del emprendimiento son "los formadores; los consultores de formadores y empresas de eventos que se han creado exclusivamente para ello". Cuenta, escandalizado, que en su federación de empresarios asturiana "trajimos uno que nos pidió 18.000 pavos por una hora".

Considera que la burbuja emprendedora ha generado "fuertes

desilusiones" y, en consecuencia, "ahora pasa que se deja de ir a los foros; que 'esto ya no me lo creo', etc..." Aunque "por desgracia, todavía hay mucha liquidez en el mercado para desinflarla", justifica. "En una empresa que tiene 25 millones en caja, al 0,15% de interés, es que para el director financiero es un imperativo legal buscar algo para rentabilizarlo".

Apunta que en Latinoamérica la 'burbuja' está en pleno "auge". Y aquí se está "corrigiendo" por la parte financiera, con un inversor más activo, al estilo anglosajón, "que no se limita a poner pasta y ya está" sino que exige al emprendedor "estar a 20 minutos de distancia en persona". Y por otra parte, mediante formas de gestión "imaginativas" para evitar "decisiones que no tengan marcha atrás y si pierdes, pierdes hasta los pantalones". "Porque puedes tener el mejor proyecto del mundo, pero no sabes vender". Ése, dijo, es "otro gran error" de emprender, como el de "distraerse" por el camino. "Pasa mucho con los ingenieros; estar más enamorados del producto que hacemos que del mercado que tenemos", cuestionó.

"No salgas de tu zona de confort y contrata un gestor", aconsejó a los emprendedores. Y abogó por "regar" institucionalmente más el '*scale up*' (crecimiento escalonado) que el *start up*. "Durante la crisis, hemos perdido una de cada cuatro empresas de más de 100 empleados. Eso no lo sustituyen 100 emprendedores", concluye.

## FRASES

### Javier García Álvarez

CONSULTOR FINANCIERO

"Se nos ha ido la olla.

Hoy, si en el nombre de tu empresa no pone big data, blockchain e inteligencia artificial, no eres nadie"

### Abuelo de J. García

ASTURIANO Y SABIO POPULAR

-¿Qué tal va la empresa?

-Bien.

-¿Vendiste?

-Sí.

-¿Cobraste?

-No.

-Entonces, no vendiste

## Coloquio

El discurso de García fue celebrado por la quincena de asistentes. Pero también matizado por los dos empresarios que compartieron coloquio. Jesús Sancho, basándose en su experiencia de "tres de tres" proyectos vendidos, abogó por el emprendimiento "a coste cero, sin inversión, donde no pierdes nada, más que tu tiempo". El publicista Javier Ongay defendió cierto *show business* del emprendedor, en cuanto "vendedor" que debe "enamorar" al inversor, lo que exige "parte de apariencia y parte de autenticidad".