

»» Carreras & capital humano.

Me voy a España... a emprender

Extranjeros cualificados buscan oportunidades para crear empresas en nuestro país

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

Emprender no es tarea sencilla. Y menos en plena recesión. Si, además, viene de otro país, no domina el idioma y desconoce los trucos del mercado local, la travesía puede ser interminable. Es la situación de cada vez más extranjeros que escogen España como destino para fundar su empresa.

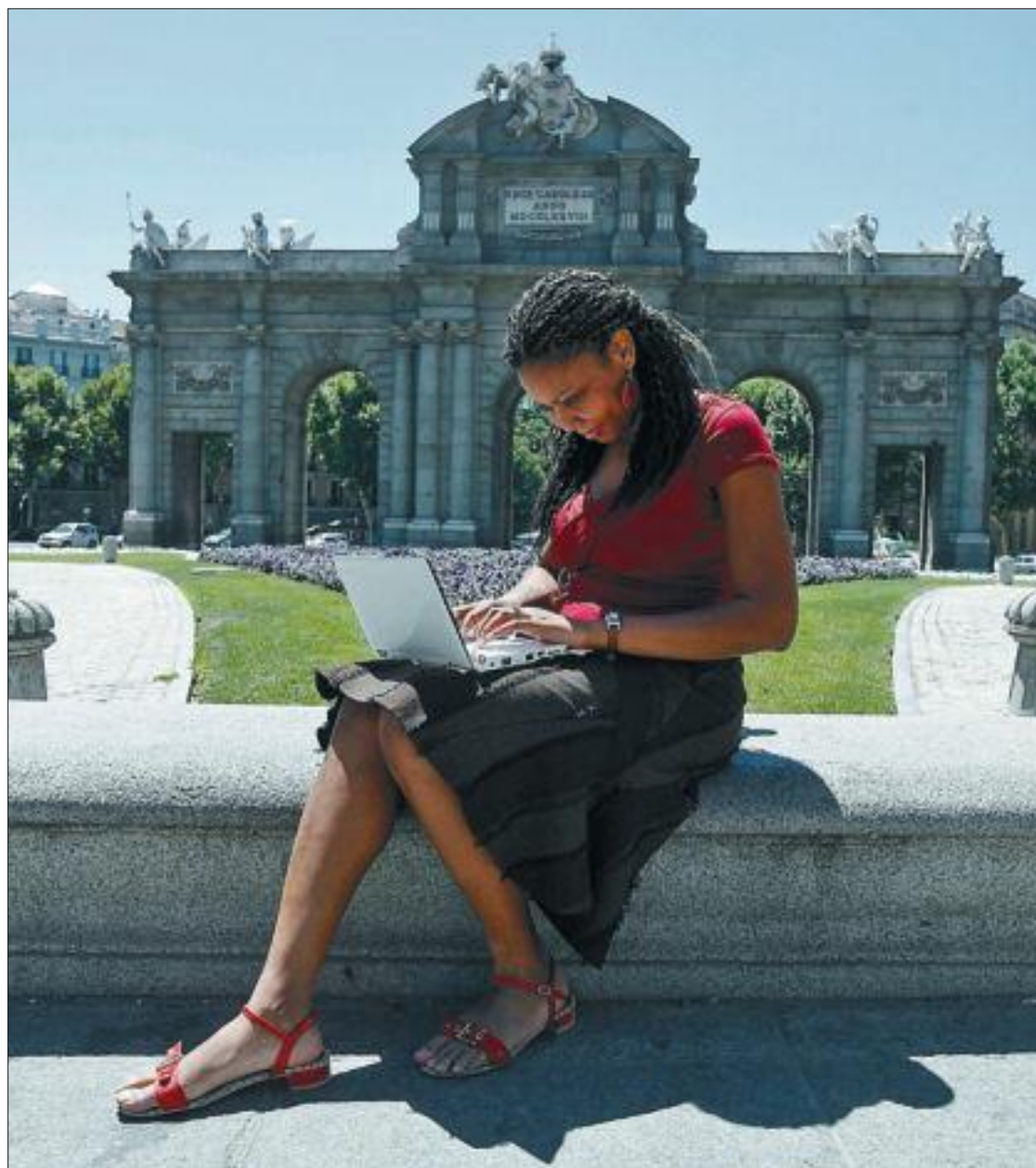
En el 2008 suponían el 12,6% del total de emprendedores, el doble que hace tres años, según datos del Global Entrepreneurship Monitor España (GEM), desarrollado por el Instituto de Empresa. De ellos, el 2,2% son cualificados, provienen de países desarrollados y contribuyen de forma clave al crecimiento de sectores estratégicos como el tecnológico, las telecomunicaciones, la investigación y el diseño. Franceses, alemanes, británicos y belgas son los que más apuestan por nuestro país. Pero, como dice uno de ellos, "con paciencia, en España no hay cultura del riesgo, necesitas un aval para todo".

Así lo ve Meinrad Spenger, austriaco de 33 años afincado en Madrid y cofundador junto al noruego Christian Nyborg del operador móvil virtual MÁSmovil. Como él, muchos llegan atraídos por las escuelas de negocios. Tras un MBA y varios años de experiencia profesional detectan una oportunidad y dan el salto. "Estuve cinco años en McKinsey y me di cuenta de que la telefonía móvil en España era muy cara; el servicio de atención al cliente, muy deficiente, y el mercado, poco competitivo. Había un hueco por explotar y nos lanzamos".

Necesitaron dos años de negociaciones para comenzar el servicio en febrero de 2008. Hoy cuentan con más de 100.000 clientes, una plantilla de 70 empleados y la esperanza de ser rentables en 2010. Pero no ha sido fácil. "En España todo se mueve por relaciones, si no tienes contactos, es muy complejo. La financiación tampoco es buena. No se apuesta por iniciativas de gran volumen. Nos tuvimos que ir a Noruega para conseguir fondos", dice Spenger.

Algunas ventajas compensan la balanza. Sectores como la biotecnología, Internet y telefonía avanzan uno o dos años por detrás de otros países. Existe menos competencia y mayor margen de experimentación. Además, la imagen del extranjero cualificado aún vende más que la de un español. "Hay menos desconfianza hacia países como Alemania, Austria o Reino Unido. Se nos toma más en serio. El *made in Spain* sigue asociándose a menor calidad", opina Spenger.

Quienes provienen de países desarrollados emprenden al descubrir oportunidades y no por ne-



Una emprendedora extranjera consulta su ordenador en la Puerta de Alcalá (Madrid). / SAMUEL SÁNCHEZ

cesidad. Algo determinado por su mayor preparación: el 48% posee estudios superiores, frente al 35% del resto de nacionalidades. Sin embargo, la crisis y la escasez de financiación están complicando la situación. En el primer trimestre la creación de empresas cayó el 31% respecto al año pasado, según el INE, y la inversión de entidades de capital riesgo en compañías en fase de arranque se redujo el 47% en la primera mitad del año, según la Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo.

Ignacio de la Vega, director del GEM España y profesor del IE, apunta un obstáculo adicional: la complejidad de nuestro sistema normativo y jurídico. "Tenemos mercados muy regulados, una maraña de administraciones, sistemas de permisos y lenguas autonómicas que, si a un empresario español le implica un mayor coste, a un foráneo le puede suponer el abandono del proyecto".

David Barrera, nacido en Los Ángeles hace 27 años y criado en Colombia, coincide en el diagnóstico. Estudió dirección y produc-

Emprendedores europeos afincados en España

En %	
31,9	Francia
13,4	Alemania
12,6	Reino Unido
11,4	Bélgica
7,9	Suiza
7,1	Suecia
5,2	Irlanda

Fuente: GEM (Instituto de Empresa) EL PAÍS

ción de cine y trabaja en Barcelona desde 2001. En 2008 lo dejó todo para fundar The Factory Entertainment, una firma de siete empleados dedicada a publicidad y producción audiovisual. "Lo más difícil fue la burocracia, los 20.000 papeles que tuvimos que rellenar". Cuenta con 15 clientes entre España, EE UU y Suecia, aunque la falta de crédito le está perjudicando. "Estamos compartiendo costes y servicios con otras empresas para salir adelante".

Si algo atrae a los emprendedores a España es una combinación imbatible: escuelas de negocios que generan talento, buenas in-

fraestructuras de comunicación y un amplio mercado doméstico. Perfecto para lanzar una compañía local. El problema surge al salir fuera. Crear una organización internacional con sede en España sigue siendo complejo. "Es imposible crecer más allá de *start-up* desde aquí. No puedes encontrar talento con mentalidad internacional y de riesgo, tienes que irte fuera", explica Maria Sipka, australiana, de 34 años, y fundadora de Linqia, una *web* que conecta a anunciantes con 92 redes sociales de todo el mundo. Con ocho trabajadores y sede en Barcelona, Sipka ha conseguido 1,35 millones de euros de financiación. Como para presumir.

España aspira a convertirse en reclamo de jóvenes extranjeros brillantes, sobre todo en el sector de nuevas tecnologías e Internet. Bernhard Niesner, austriaco, es otro de ellos. A sus 30 años ha creado en Madrid la compañía Busuu, un servicio para aprender idiomas *online*. "Si no hablas bien castellano, estás perdido como emprendedor. Es normal, tienes

Consejos para empezar

► Investigar antes el país.

Entre seis y 12 meses de investigación previa sobre el mercado y los requisitos legales de creación de empresas son fundamentales para lanzarse al mercado empresarial. Se ahorrará tiempo y problemas.

► Establecer contactos.

Desarrolle una sólida red de contactos que le guíe en cada momento. Considere incorporar a un socio o consejero local a tiempo completo.

► Buscar inversión internacional. El mercado de capital riesgo español es limitado.

Diversifique sus posibilidades. Busque inversores nacionales e internacionales desde el principio.

► Dominar el idioma. No importa que su organización aspire a ser global desde el principio. Si se establece en España, dominar el castellano será básico en su día a día profesional.

► Construir una reserva de talento. Las nuevas empresas necesitan mentes emprendedoras y con experiencia internacional. Encontrarlas será una prioridad continua.

que adaptarte, pero los españoles deberían mejorar su conocimiento de idiomas", dice.

Para Sipka, el idioma es una barrera. "En Cataluña nueve de cada 10 cosas están en catalán, y sólo una de cada 10, en inglés. Eso retrasa nuestra labor". El resto de singularidades laborales, como el excesivo número de días festivos al año, los largos descansos para almorzar o la jornada intensiva en verano, los emprendedores extranjeros no las acaban de entender. "No podemos permitirnos una siesta cuando tenemos a EE UU o a China como competidores", dice Niesner.

Parar acostumbrarse, David Mears, británico afincado en Madrid, fundador de David Mears & Associates, una consultora de comunicación y desarrollo de marca con clientes como Ono o Amadeus, recomienda una regla muy simple: "Disfrutar de lo positivo que ofrece el país, que es mucho". Algo en lo que, curiosamente, todos coinciden. "Sol, fiesta y buena comida", bromea Sipka. "Ningún país se parece más a Australia". ■