

## ENCUENTROS DE LA AGRUPACIÓN DE MIEMBROS

# 25 factores clave para emprender

## Francisco Ballbé

Director del programa de Continuidad

El pasado día 9 de noviembre, dentro del servicio de Encuentros de la Agrupación, tuvo lugar la Conferencia-Coloquio titulada 25 factores clave para emprender, impartida por **Antonio González Barros, Presidente del Grupo Intercom.**

En 1995 Antonio González Barros inició su andadura en Internet. Desde entonces ha visto nacer y ha impulsado con éxito casi 30 empresas "puntocom" de diversos sectores. Tres de ellas han llegado a ser las de mayor audiencia de Europa de su sector -**Infojobs, Softonic y Emagister**-. Cuatro de ellas han sido vendidas con plusvalías muy importantes. Casi 300 personas trabajan en las 26 compañías que actualmente tiene el Grupo. Este año 2006 facturarán un total de 28 millones de Euros y obtendrán un beneficio antes de impuestos de 10 millones.

Durante estos casi 12 años Antonio González Barros ha ido observando **qué características tenían en común los 25 emprendedores** que han arrancado y desarrollado estas empresas. Por un lado, sorprende el hecho de que, en bastantes casos, los emprendedores no conocían el sector en el que escogieron trabajar. Por otro lado llama la atención que muchas de las 25 características que Antonio cita, tienen más que ver con los valores y forma de ser de las personas, que con sus conocimientos o su experiencia, que era nula en varios de los casos.

Antes de nombrar cuáles eran estos 25



factores, Antonio hizo una breve presentación del estado actual de la implantación de internet. También quiso enumerar previamente 9 factores que facilitan que una idea funcione en internet. Son 9 preguntas que todo emprendedor debe hacerse:

1. ¿Tu proyecto se autoalimenta?, es decir ¿los usuarios te regalan algo que para ti es realmente valioso, algo que después puedes vender o rentabilizar? ¿dispones de una "plantilla virtual" que te dedica muchas horas de trabajo?

2. ¿Cuánto motiva? ¿Qué motivación de verdad, tiene tu target por lo que ofreces?

3. ¿Generas agradecimiento? Es el conocido "marketing viral".

4. ¿Es sostenible? ¿disfruta de economías de escala, de red o de lealtad?

5. ¿Es una aplicación "asesina"? es decir, ¿puedes llegar a sustituir otros conceptos o servicios homólogos, sólo por el hecho de alcanzar un determinado nivel de masa crítica?

6. ¿Es "algo nuevo bajo el sol"? ¿permities algún servicio hasta hoy inexistente?

7. ¿Eliminas "rozamientos"? ¿eliminas costes inútiles?

8. ¿Genera saber hacer? ¿hasta qué punto te generará conocimientos aprovechables en el futuro?

9. ¿Juegas con la personalización? ¿aprovechas las posibilidades que internet te brinda para segmentar?

Seguidamente pasó a desgranar las 25 características que él destacaría de los emprendedores del Grupo Intercom, entre las que se encontraban: motivación, capacidad de asumir riesgos, humildad, sinceridad, integridad, honestidad, iniciativa, generosidad, fe, confianza, responsabilidad, autoconfianza, etc

Al finalizar la conferencia hubo un coloquio muy interesante. En él, el ponente invitado, nombró también algunas características que no había observado en los emprendedores, como por ejemplo: en la totalidad de los casos los emprendedores eran menores de 30 años, no tenían experiencia emprendedora relevante, tenían conocimientos de internet pero no sobre el sector del que trataba su proyecto, no tenían estudios de postgrado -en algún caso no tenían formación superior- ni una situación financiera desahogada.