

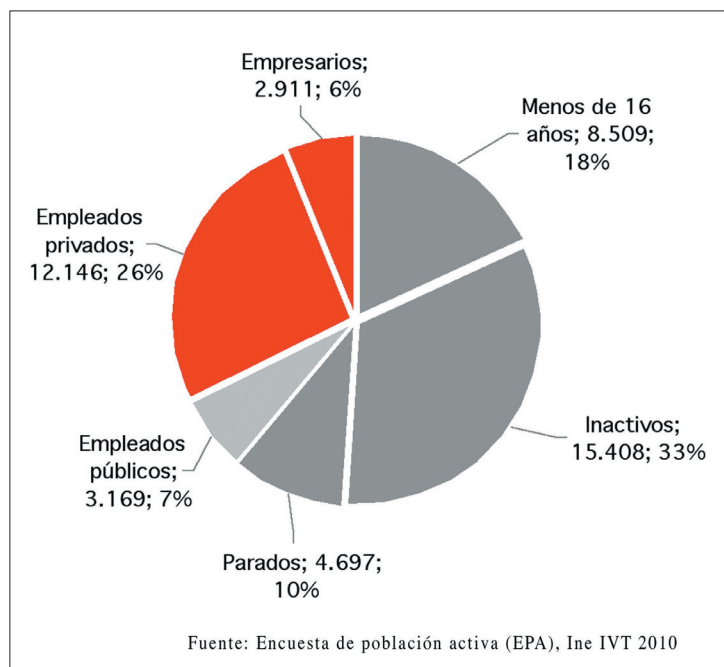
Opinión

El pasado 26 de octubre de 2010, el juzgado de lo Mercantil número 3 de Barcelona dictó un auto que extiende a los particulares la situación de los concursos de empresa y “da por extinguidas las deudas concursales que no hayan podido ser satisfechas con cargo a la masa activa del concurso”. Esta decisión parece que ha puesto en alerta a las entidades financieras, ya que ataca de lleno a uno de los pilares actuales de la banca española: la responsabilidad ilimitada del deudor con todo su patrimonio presente y futuro ante el impago.

Me llama la atención que esta noticia haya pasado casi inadvertida en los medios de comunicación, o que sólo se analice desde el punto de vista de su posible impacto sobre las estructuras de las entidades financieras. Sí, me llama la atención porque este auto no se si será un brote verde, pero seguro que supone al menos un hilo de esperanza para evitar lo que sería un gran descalabro en cualquier proceso de recuperación económica de España: la desaparición de la figura del emprendedor.

Según los datos de la encuesta de población activa del último trimestre del año, los 47 millones de personas que viven en España se pueden agrupar de la siguiente manera: (ver gráfico).

Sin querer entrar en disertaciones macroeconómicas y atendiendo a estos datos básicos sobre la población, parece que en España el sistema económico (desempleo, educación, sanidad, pensiones, Administración pública, derechos sociales...) está soportado, ‘gro-



Blanca López,

Asociada de IREA experta en reestructuraciones financieras de empresas



No es país para emprendedores

“Es verdad que ser empresario significa asumir riesgos, lo cual implica que, si sale bien, puede salir muy bien, pero, si sale mal, ¿debería salir tan mal que no haya una segunda opción de empezar de cero, aún perdiendo todo lo que se tiene? En EEUU se dice que un verdadero empresario es quien se ha arruinado una vez. En España, con las leyes actuales, puede que sólo haya una oportunidad y se pague el resto de la vida”

modo, por unos 15 millones de personas, de los cuales 12 millones, son asalariados privados y 2,9 millones son empresarios. Y lo que es más preocupante, estas cifras han caído un 13% y un 11%, respectivamente, en relación al primer trimestre de 2008, mientras que el número de asalariados públicos se ha incrementado un 10% y el de parados un 81%.

En estos momentos, los empresarios que han terminado en concurso (no culpable) de acreedores como personas físicas (además de las empresas), no sólo tienen elevadas probabilidades de perder todo su patrimonio, sino que si éste resulta insuficiente para cubrir las deudas y todavía mantienen algo de espíritu de emprendedor (basta con tener espíritu de supervivencia), cualquier negocio que intenten poner en marcha estará ‘hipotecado’ desde su origen para seguir purgando los pecados del pasado. Esta circunstancia podría generar, sin lugar a duda, un entorno adecuado para el resurgir de una economía sumergida, algo tremendamente dañino para la situación actual de nuestro país.

Pero, olvidémonos de los empresarios que han vivido el último boom económico y pensemos por un momento en cualquier joven con espíritu emprendedor y con ganas de crear una empresa. La ausencia generalizada de financiación hace que de por sí sea muy difícil, por no decir imposible, poder ponerla en marcha, aunque, con suerte, llegará a tener una pequeña aportación de liquidez que le permita lanzar su idea. Eso sí, lo más probable es que la entidad financiera que llegue a confiar en él, solicite no sólo

garantías reales (la hipoteca de su casa, la de alguien de su familia...), sino garantías personales suyas o de alguien que consideren más solvente. Esto implica que el joven empresario que haya podido ser tan afortunado de poner en marcha su negocio, empieza con la losa de que cualquier fallo, cualquier revés del mercado, puede hacer que pierda lo invertido, su casa, la de sus padres... y todo aquello que sea capaz de generar en el futuro hasta que salde su deuda.

Es verdad que ser empresario significa asumir riesgos, lo cual implica que si sale bien puede salir muy bien, pero, si sale mal, ¿debería salir tan mal que no haya ni una segunda oportunidad de empezar de cero, aún asumiendo que pierdes todo lo que tienes? En Estados Unidos se dice que el verdadero empresario es aquel que se ha arruinado al menos una vez. En España, con la legislación actual, puede que sólo haya una oportunidad y se pague el resto de la vida.

Bajo esta perspectiva y en un contexto en que el empleo público ha crecido más de un 10% en los últimos dos años, resulta tentador preferir un empleo ‘seguro’, con un sueldo de por vida y sin riesgos. La pregunta es, ¿quién va a pagar la factura?. Hoy por hoy, la atención está centrada en la reestructuración del sistema financiero, con la esperanza de que sea éste el que vuelva a reactivar la economía. Ahora bien, no nos olvidemos de que la empresa privada supone una pieza clave para el crecimiento económico y la creación de empleo, y la empresa privada se basa en la iniciativa de personas que están dispuestas a correr el riesgo de perderlo todo, pero... ¿hasta su futuro?.

Espero que España no tarde mucho en reestructurar su sistema financiero y que alguien se acuerde pronto de la figura de los empresarios, que también necesitan apoyo, ya que, de lo contrario, cuando las entidades financieras vuelvan a abrir sus puertas, puede que no encuentren a nadie con quien empezar negocios.

Opinión

Este inicio de década está siendo realmente interesante para todos los profesionales del Marketing y, sin temor a equivocarme, afirmo que habrá que trazar un antes y un después de la etapa presente. Actualmente, estamos viviendo un cambio de ciclo económico y cultural que repercute en todas las áreas de la economía de un país y, lógicamente, en el consumo.

La recesión ha provocado que el consumidor no sólo ralentice su compra, si no que empiece a actuar con cierta racionalidad frente a la conducta impulsiva mantenida en los últimos tiempos. El mercado está sufriendo importantes cambios y pasará factura a aquellas empresas que permanezcan de espaldas a las necesidades del cliente y no sepan reaccionar a ellas.

Percibimos con claridad que el consumidor es cada vez más exigente y que cada vez posee más información sobre

Rafael Muñoz González

Director general de RMG. Miembro de Top Ten Strategic Marketing Spain



Consumo y crisis

productos y mercados a la hora de hacer una compra; por lo tanto, demanda un mayor valor añadido. Internet ha venido para quedarse y el cliente lo sabe y se vale de ello para comprar con conocimiento. Lejos quedarán las etapas en las que la gente actuaba por impulso, por lo que habrá que estar más preparado a la hora de la venta y habrá que reinventar las estrategias para animar al consumidor y activar así el mercado.

A esto se une la competencia, que actualmente se está volviendo cada vez más agresiva, por lo que mecanismos como los sistemas de fidelización debe-

“Gestionar con éxito una crisis nos obliga a centrar nuestros esfuerzos en las ventas y eso pasa invariablemente por saber lograr la satisfacción del cliente, ofrecerle la máxima atención, aportar un valor añadido a sus expectativas, convertir sus necesidades en oportunidades de negocio y vender soluciones y beneficios más que productos”

rán cobrar mayor protagonismo. Todos los cambios que se están gestando en el mercado le están dando el protagonismo al cliente, por lo que las empresas están obligadas a evolucionar bajo una óptica de Marketing Estratégico si quieren seguir en activo. Durante mucho tiempo, no han sabido valorar las aportaciones del cliente.

Por ello, las empresas han de ser conscientes de que mientras tenga la opción de comprar en otro lugar, deben luchar por alcanzar la máxima satisfacción del consumidor. Deberían contar con una base de datos de los clientes actualizada y totalmente operativa, conocer el lugar que ocupa la compañía en la mente del consumidor, establecer los mecanismos precisos para mantener una óptima atención al cliente, aportar un valor añadido a sus expectativas y saber convertir sus necesidades en oportunidades de negocio, aportándole soluciones.