



GUÍA ENISA

GUÍA ENISA PARA EMPRESAS DE
RECIENTE CREACIÓN

lean finance⁷

Guía ENISA para empresas de reciente creación



1. Introducción	3
2. ¿Cómo se desarrolla el proceso?	5
3. La calificación cualitativa en empresas sin históricos	9
4. La figura del analista en la decisión final	15
5. ¿Cuándo es necesario realizar una auditoría de cuentas?	17
6. ¿Qué órgano es el encargado de aprobar o denegar la solicitud? ¿Existen límites de inversión?	19

INTRODUCCIÓN

Como explicamos en el Ebook “Guía ENISA para empresas con más de 2 años de creación” uno de los principales puntos a definir antes de realizar una solicitud ENISA es distinguir si nuestra empresa tiene históricos o no, ya que tanto la solicitud como los métodos de evaluación resultan totalmente distintos.

A diferencia de las empresas con históricos, para este tipo de empresas, los analistas de ENISA **no cuentan con información económica-financiera pasada**. Por lo tanto no pueden hacer una valoración de ella, esto hace que se evalúe las solicitudes únicamente de forma cualitativa.

Sin embargo, como veremos a continuación, se tendrá en cuenta algunos datos numéricos que aporten cierta información sobre la capacidad de la empresa de generar ingresos en el futuro. ¡Es hora de despegar!



¿CÓMO SE DESARROLLA EL PROCESO?

Independientemente del tipo de solicitud que vayamos a realizar y de si nuestra empresa cuenta con históricos o no, el proceso cuenta con las mismas partes: **Admisión y Análisis**.

A. ADMISIÓN

En admisión, la empresa deberá rellenar unos datos básicos a través del **portal del cliente que pone ENISA** a disposición y hará falta completar los siguientes datos:

☒	Contacto
☒	Descripción de la empresa
☒	CNAE
☒	Equipo directivo
☒	Principales accionistas

En este caso, no será necesario incluir los **estados financieros** de ejercicios anteriores puesto que no lo tenemos.

La solicitud se completará con el desarrollo de un **plan de negocios** que incluya la siguiente información:

☒	Descripción de la sociedad y cómo surge la idea.
☒	Hitos se han conseguido en sus primeros meses
☒	Ciclo de vida del sector y la evolución del mercado
☒	Proveedores y competidores principales

Como en un primer momento no tendremos un histórico de clientes, será importante desarrollar el público objetivo al que se dirigirá la empresa, como se captarán y qué valor ofrece la empresa respecto a sus competidores. También será muy importante definir el modelo de negocio, cómo espera obtener ingresos de sus clientes y qué objetivos se marcan a medio/largo plazo.

El desarrollo de todo lo anterior es clave para tener éxito en ENISA, algo que contaremos más adelante.

Desde el momento que se complete la solicitud, ENISA cuenta con un plazo estimado de un mes para validar toda la documentación obligatoria que se recoge en la guía de uso y los principales datos aportados cuando se registró la empresa en el portal del cliente.

B. ANÁLISIS

Luego pasamos al **periodo de análisis**, donde se darán las principales diferencias respecto a las empresas con históricos.

En esta parte, el analista valorará la solicitud de la siguiente manera:

- **Cuantitativa:** Mientras que como vimos en las empresas con históricos, esta parte tenía un peso en la solicitud del 90%, en este tipo de solicitud no se realizará un análisis cuantitativo. Esto se debe al hecho de que no existen históricos y por lo tanto, no pueden ser analizados por el modelo de ENISA.
- No obstante, sí serán valoradas positivamente el hecho de que la empresa en cuestión, cuente con métricas positivas (número de visitas, visitantes recurrentes, porcentaje de rebote, ratios de conversión, etc.) en sus primeros meses de actividad, algo que aumentará la confianza de los analistas en la capacidad de generar ingresos en el futuro.
- **Cualitativa:** Como no se realiza un análisis cuantitativo, esta parte tiene el 100% del peso de la solicitud donde se analizarán un total de 12 variables divididas en tres aportados:
 - Modelo de negocio, demanda y mercado;
 - Equipo emprendedor y principales accionistas; y
 - Plan de negocio



El análisis de las **12 variables** dará como resultado una calificación media que, como en el caso de las empresas con históricos, podrá ser modificado por los analistas en +/- **2 puntos** obteniendo un rating final que irá en una escala entre A1, con riesgo crediticio bajo, y D3 con un riesgo de impago alto y que serán rechazadas ya que para ser propuestas para financiación deben tener una escala mínima de C3.

Modelo de negocio, demanda y mercado

Equipo emprendedor y principales accionistas

Plan de negocio



LA CALIFICACIÓN CUALITATIVA EN EMPRESAS SIN HISTÓRICOS

Como se ha dicho anteriormente, consta de **tres apartados** al añadirse respecto a las empresas con históricos el análisis del Plan de Negocio desde una perspectiva cualitativa y no basada en ratios.

El modelo devuelve un rating recogido en la siguiente escala:

PUNTUACIÓN		RATING
0	16	D3
+16	33	D2
+33	49	D1
+49	55	C3
+55	60	C2
+60	66	C1
+66	72	B3
+72	77	B2
+77	83	B1
+83	89	A3
+89	94	A2
+94	100	A1

Fuente: BOE-A-2019-7107 del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

El **éxito de la solicitud** en este tipo de empresas depende exclusivamente de esta parte, por lo que resulta determinante realizar un buen trabajo en el desarrollo de la memoria y el Plan de Negocio que se presentará a ENISA. Se deberá explicar con claridad el **modelo de negocio**, aportando datos sobre el sector y el mercado apoyados en estudios de mercados de consultoras internacionales y otras empresas, y presentando unas cifras de clientes, ingresos, etc., que sean creíbles y defendibles.

En cada apartado se valorarán las siguientes partes:

Mercado, demanda y producto

El objetivo de esta parte es **conocer el sector** en el que se encuadra la empresa y determinar así tanto el riesgo como el grado de atractivo para lo que se tendrá en cuenta la competencia existente, las barreras de entradas o el nivel de crecimiento futuro.

También se valorará la **posición de la empresa** en su mercado, cómo compite o cuáles son sus ventajas competitivas. A todas estas variables se le asignará una puntuación entre 0 y 100 puntos. Describimos algunas de estas **variables**:

Atractivo del mercado	Se valorará si existen barreras de entradas a nuevos competidores, si el crecimiento interanual de la demanda es alto, el nivel de competencia actual y otros aspectos que tengan incidencia en el atractivo del mercado.
Ventajas competitivas	Tecnología propia, producto diferente respecto a la competencia, acercamiento al mercado de forma innovadora o la existencias de medios de protección como patentes serán los puntos a valorar.
Fase de vida de la empresa	Se valorará los principales hitos alcanzados por la empresa hasta el momento tanto en marketing, desarrollo o internacionalización. A la vez se valorará los planes de futuro y objetivos planteados a medio y largo plazo.
Proveedores	Se estudiará la importancia para la actividad que tienen los principales proveedores de la empresa, su concentración y su diferenciación respecto a otros.
Clientes	Se tendrá en cuenta la concentración de los clientes, su importancia para la empresa y sus principales características.
Competidores	Se hará un estudio de los principales competidores, sus ventajas y debilidades frente a la empresa y las características de sus principales productos o servicios y la diferencia con los nuestros.



Accionistas y equipo directivo

Se tendrá en cuenta la formación del **equipo directivo y los socios** y su dedicación al proyecto, experiencias emprendedoras o de gestión previas, etc.

Del **accionista** se valorará la importancia para el presente y futuro de la empresa, ¿apoya en la gestión?, ¿presta apoyo financiero o comercial?, ¿conoce el sector o colabora en consejos de administración de otras sociedades?

Estos serán los puntos a tener en cuenta y que describimos a continuación:

Experiencia de los socios	¿Han sido emprendedores antes o han sido directivos en otras empresas? Se valorará el éxito en sus experiencias propias y la dedicación al proyecto así como su solvencia económica.
Equipo directivo	¿Tienen experiencia en el sector? En ocasiones coinciden con que son los propios socios los que ocupan puestos directivos, por lo que se valora positivamente su implicación.
Gestión de la sociedad	Se tendrá en cuenta el sistema de gestión de la sociedad, si realizan reuniones cada cierto tiempo, dónde presentan resultados financieros y de otra índole, si en ellas marcan objetivos a corto o medio plazo...



Plan de negocio

En este apartado se analizarán diferentes variables relacionadas con **criterios económicos-financieros** de una manera cualitativa tratando de construir una opinión sobre la viabilidad del proyecto presentado.

Este apartado tiene una valoración entre **0 y 100 puntos** y consta de los siguientes apartados:

Las previsiones de ventas

Se valorará las diferentes líneas de productos o servicios, los precios y márgenes unitarios, si son coherentes respecto a los objetivos comerciales planteados y al mercado objetivo o se identificará las palancas de crecimiento de ingresos.

Estas se presentarán de manera mensualizada para conocer la estacionalidad o recurrencia de los clientes. Aportará mucho valor y credibilidad si la empresa cuenta con contratos con los primeros clientes.

Inversiones y gastos

Se estudiará la capacidad productiva de la empresa y su adaptación a las exigencias del mercado. Será importante detallar una estimación de los recursos humanos y de bienes (maquinarias, intangibles) que serán necesarios para la actividad en cada momento. También se tendrá que diferenciar los costes fijos y variables a los que hará frente el proyecto.

Plan Financiero

En relación con el apartado anterior de inversiones, habrá que aportar las diferentes fuentes de financiación a las que se va a recurrir, recursos propios, inversores privados (Business Angels, Venture Capital, etc) o financiación bancaria además de detallar las necesidades operativas y de fondo en los primeros años.



LA FIGURA DEL ANALISTA EN LA DECISIÓN FINAL

Obtenido la calificación final tras el proceso de análisis cualitativo al que se ha sometido la empresa, el resultado final, al igual que en las empresas con históricos, podrá ser modificado por parte del analista en +/- 2 puntos siempre esgrimiendo los motivos por lo que realiza tal modificación.

De este modo, una empresa que se sitúe en una escala C2, podrá ser modificada a la baja dos puntos hasta la escala D1. Esto significa que sería rechazada y no pasaría al comité de decisión o pasar a la escala B1 aumentando sus posibilidades.

Queda, por lo tanto, marcada la importancia final del analista en la decisión, que es mayor incluso que en las empresas con históricos (al depende de valores objetivos), por lo que habrá que hacer un gran trabajo en el desarrollo de todas las partes.



¿CUÁNDO ES NECESARIO REALIZAR UNA AUDITORÍA INTERNA?

Suelen ser pocas veces las que ENISA obliga a una empresa a realizar auditorías externas de sus cuentas ya que son pocos los casos en los que una empresa solicita más de 300.000€ de financiación, que es el importe a partir del cual se hace un requisito obligatorio.

Además, dado que la gran mayoría de empresas sin históricos no tienen cuentas cerradas, no será posible realizarlas, no obstante destacamos que existen dos momentos en el que se puede pedir; durante el periodo de análisis o tras la aprobación y formalización del préstamo.



¿QUÉ ÓRGANO ES EL ENCARGADO DE APROBAR O DENEGAR UNA SOLICITUD?

¿EXISTEN LÍMITES?

Pues sí, serán diferentes los órganos encargados de la decisión final, siendo la siguiente regla:

IMPORTE FINANCIACIÓN	ÓRGANO DE DECISIÓN
≤ 300.000 €	Comité de Inversiones
> 300.000 €	Consejo de Administración

Fuente: BOE-A-2019-7107 del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Además, ENISA establece un límite de inversión por solicitante no siendo nunca superior a 1.500.000€. Además, la empresa solo puede ser beneficiarias las domiciliadas en territorio nacional y que no pertenezcan al sector financiero o inmobiliario.



lean finance⁷

Desde lean finance, estamos comprometidos con el emprendimiento. Tenemos como objetivo convertirnos en el partner financiero de referencia del ecosistema, basando nuestro trabajo en tres valores principales: transparencia, ética y compromiso.

Si quieres hablar con nosotros, contáctanos en nuestro sitio web o través de hola@leanfinance.es

Contactar

hola@leanfinance.es

¡Estaremos encantados de ayudarte con lo que necesites!