

> EMPRENDEDORES

DIEZ ERRORES A EVITAR AL CREAR TU EMPRESA

Estudiar los fallos que han cometido quienes ya han vivido una aventura empresarial te puede evitar futuros problemas. Por Ángela Méndez y Arancha Bustillo

Como el ave Fénix, la mayoría de los emprendedores que ven las consecuencias de sus errores empresariales, sabe renacer y convertir esos fallos en experiencia para hacer crecer sus negocios. Equivocarse forma parte del aprendizaje y hablar sobre ello y analizarlo es la mejor vía para no volver a tropezar.

Éstos son algunos de los fallos más comunes y habituales:

1. No emprender. No faltan iniciativas interesantes, lo que falta es coraje para aceptar el reto y hacerlas reales. Hay muchas personas que han estudiado, trabajado, analizado e incluso comentado con personas cercanas y expertas una idea de negocio, pero por una mezcla de pereza y miedo no encuentran el momento de lanzarse a la aventura empresarial. «El peligro es que estos profesionales, al final, ven con cierta melancolía que a su proyecto se le ha pasado el momento y cuando comprueban que otros la han hecho realidad sólo pueden decir eso es lo que quería hacer yo. Demasiado tarde...», dicen Francisco José Blanco y Carmen de Pablos en su libro *Los cien errores del emprendimiento*.

2. Falta de formación. Uno de los pecados capitales de los empresarios noveles es creerse suficientemente capacitados para poner en marcha un negocio. Una idea original, un estudio de mercado, un plan de negocio... y listo. Pues no, «la falta de formación real sobre los problemas cotidianos que se producen durante los primeros meses en el lanzamiento de una *start up* puede afectar seriamente a la viabilidad del proyecto», comenta Raúl Mata, fundador y CEO de EGauss. El experto también explica que, aunque no es excusa, hasta hace poco no había centros o programas especializados en el lanzamiento de nuevos proyectos empresariales y las escuelas de dirección de empresas no contemplaban bien las fases de inicio.

A esta falta de información sobre gestión empresarial se añade el des-

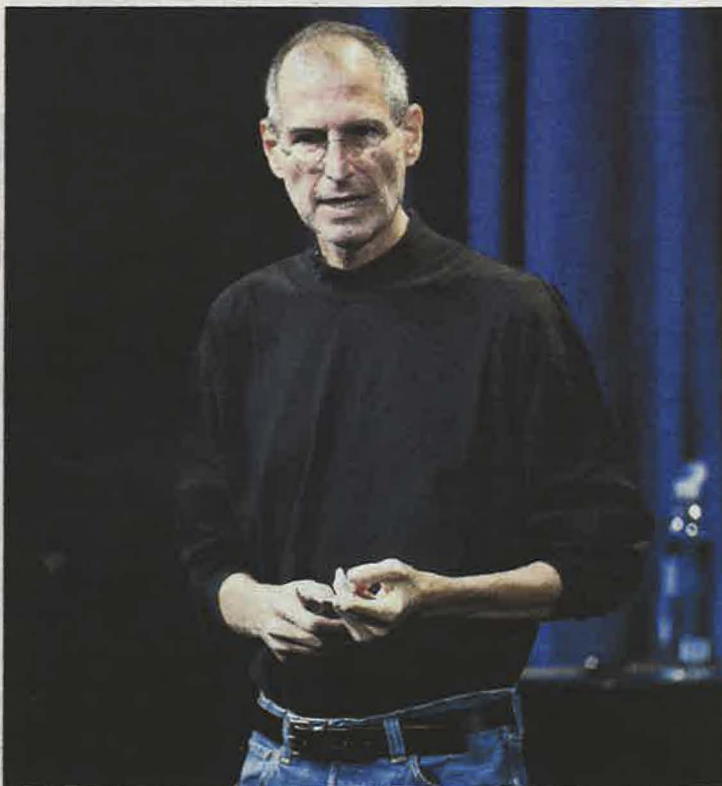
conocimiento del sector. A menudo los empresarios vienen de otros ámbitos profesionales. Aunque en algunos aspectos esto es positivo y aporta frescura, en la mayoría de los casos sólo ralentiza el despegue.

3. Plan de negocio. «Lo tengo todo en la cabeza». Es una frase recurrente de muchos emprendedores cuando se les pregunta si tienen un plan de negocio. «Las ideas, al pasarlas de la mente al papel tienden a aclararse y simplificarse, por lo que escribir un *business plan* es un buen ejercicio de preparación», dice Blanco. Sin embargo, no es una tarea fácil. Para Paco Gimena, cofundador de Mola.com, el error más común es no haber analizado en profundidad las variables del modelo de negocio y pensar que esto se salva improvisando sobre la marcha. Comportamiento que se traduce en fallos de estimaciones de mercado, de creación de valor o de evolución de ventas.

4. Equipo. Equivocarse en la elección del grupo de colaboradores es un error que puede costar muy caro porque después de contratarlos hay que asumir el coste de despedirlos; y si continuas con ellos, la capacidad de innovación y productividad de tu firma se resentirán.

Javier Echaleku, fundador de Kuombo, comenta que «lo correcto es rodearse de los mejores, pero muchas veces no se hace por miedo a tener a alguien que sepa más que el propio dueño». El ego y el temor a perder la batuta sólo limita la capacidad de crecer de tu empresa.

Para Gimena otro de los fallos relacionados con el equipo es que los proyectos se inician sin dedicación plena de la plantilla, trabajando sólo a ratos y compaginándolo con un empleo por cuenta ajena.



/ THE WEINSTEIN COMPANY

SABER SEGUIR ADELANTE. Uno de los errores de Steve Jobs fue mantener un socio estratégico que no funcionó. Pactó con AT&T distribuir el iPhone, hecho que aprovecharon sus competidores para plantear una alternativa.

5. En solitario o con socios. Los emprendedores noveles tienden a iniciar su negocio con otros socios en un porcentaje mucho más elevado que cuando se trata de una segunda o tercera iniciativa. La juventud o el desconocimiento del entorno generan inseguridad y se busca el acompañamiento de otras personas, más por aversión al riesgo que por verdadera necesidad, explica Fernando Trías de Bes, profesor asociado de Esade. Para Mata también es un error escoger compañeros poco formados, con nula experiencia en ges-

ción de empresas y muchas veces con el mismo perfil que el fundador. Se dejan llevar por la amistad y esto conduce a su vez a no establecer las responsabilidades de cada uno.

6. Capital y tesorería. La búsqueda de financiación es uno de los problemas comunes a la hora de emprender. Gimena explica que un error típico es no contar con el capital mínimo -que al menos debe ser el 50% del propio fundador- que se necesita para poner en marcha el proyecto. Aunque también se da el caso con-

trario: tener una elevada cantidad de dinero, a veces proveniente de un premio o por parte de un inversor que confía en la proyección del negocio, no saber gestionarlo y dilapidarlo rápidamente.

7. Análisis del mercado. Un error grave es pensar que el mercado es estático y no dinámico. Por muy bueno que quieras que sea tu producto o servicio no puedes quedarte eternamente perfeccionando el modelo, porque otros se te adelantarán.

Gimena recuerda que la falta de estudio del mercado conduce a dos errores muy comunes: emprender en un sector sobresaturado y demasiado maduro o lanzar una idea de negocio para un mercado inexistente. Por su parte Blanco y De Pablos recogen en su libro otro fallo habitual: ofrecer un producto o servicio inadecuado o malo. Errores de este tipo cometidos por grandes firmas hay muchos como *Windows Vista* de Microsoft, *Nintendo 64* de Nintendo o el *A2* de Audi.

8. Visión amplia del negocio. Una empresa no es sólo el producto que vende. Está formada por muchas secciones y departamentos y un error muy común entre los emprendedores es centrarse sólo en el servicio que se quiere dar y no tener una visión empresarial del negocio.

9. Falta de flexibilidad. Aferrarse a la idea original del proyecto y no saber adaptarla a las necesidades de los clientes es un error habitual. Pero esta actitud sólo conduce al aislamiento. Las empresas no pueden hacer planes estratégicos a cinco años vista. Hoy se imponen los planes a corto plazo y cambiantes.

10. Morir de éxito. Hay momentos en los que parece que todo marcha viento en popa: el producto es acertado, el número de clientes aumenta, hay beneficios... Pero este éxito puede convertirse en el peor enemigo. No saber mantener un ritmo de crecimiento adecuado a tus capacidades puede ahogar la empresa. Así que no te dejes llevar y no trates de abarcar lo que no puedes producir y servir.

GUÍA PARA EMPRENDER, GRATIS CON EXPANSIÓN

Si tu meta es convertirte en tu propio jefe y tener éxito con tu empresa, necesitas mucho más que voluntad y motivación.

Para acompañarte en este viaje nace la *Guía Práctica para Empresas y Emprendedores*, un manual que puedes conseguir gratis el jueves 20 de junio con *Expansión*. En sus páginas se recogen todas las medidas aprobadas recientemente para pymes, emprendedores y autónomos. Asuntos fiscales que debes conocer, como el criterio de caja para el pago del IVA, las condiciones para acceder a las posibles deducciones para tu empresa o los criterios que se exigen para aprovechar las distintas rebajas fiscales.

También se explican las diferentes alternativas financieras de las que puedes beneficiarte; y los cambios administrativos introducidos para simplificar las gestiones necesarias para poner en marcha una nueva compañía.

En la guía encontrarás los diez factores que debes valorar antes de hacer realidad tu iniciativa. Por ejemplo, saber si tu idea tiene cabida en el mercado, qué debes tener en cuenta a la hora de elegir socios y compañeros de equipo o cómo elaborar un plan de negocio.

También se analizan los sectores que reúnen mayores oportunidades de negocio. Sin perder de vista que todos ellos multipli-

Expansión
GUÍA PRÁCTICA PARA
EMPRESAS Y
EMPRENDEDORES

Incluye todas las medidas aprobadas por el Gobierno para promover el emprendimiento



sage

Sage

carán sus posibilidades si se suman al *e-commerce*.

Para no perderte en tu expansión internacional te proponemos una hoja de ruta para salir al extranjero.

Otro de los puntos que se analizan es cómo convencer a los inversores para que apuesten por tu proyecto y cuáles son las mejores estrategias para superar las fases iniciales de tu *start up*.

El manual recoge todas las pautas relacionadas con la gestión de personas, como los aspectos a tener en cuenta en la contratación de personal y en el desarrollo de los equipos de trabajo. Asimismo, reúne distintas fórmulas para no quedarte atrás frente a los competidores.