

Emprendedores & EMPLEO

Expansión

Los errores más frecuentes de los emprendedores novatos

Tropezar en el proceso de creación de una empresa es habitual entre los empresarios noveles. Para que estos fallos no terminen con la compañía hay que reconocerlos, corregirlos y aprender de ellos.

Arancha Bustillo. Madrid

“El éxito es la capacidad de ir de fracaso en fracaso sin perder el entusiasmo”. Estas palabras de Winston Churchill siguen vigentes más de cuarenta años después.

Cometer errores es parte del proceso emprendedor. Cualquier empresario novato no debe pretender crear una empresa sin equivocarse en algún momento. “Lo que hay que hacer es tomar estos fallos como aprendizaje. Cualquier tropiezo debe ser un paso más hacia el triunfo empresarial, y forma parte del día a día de un emprendedor. Hay que convertir en algo positivo estos baches, aprender y corregirlos para que en el futuro no se vuelvan a repetir”, asegura Sébastien Chartier, CEO de Creaventure y fundador del Salón MiEmpresa.

Fallos frecuentes

Errores hay muchos. Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña, emprendedor y *business angel*, considera que el más peligroso se produce cuando se cuenta con un socio que no es realmente necesario y no aporta nada al proyecto. “Un socio te acompaña en el camino, tanto o más que tu pareja en la vida personal, y por eso debe escogerse cuidadosamente”. Pero no es el único. Este inversor enumera otros tantos: creer que todos los que se acerquen a tu proyecto se



Diseñar el plan de negocio al detalle es esencial para evitar errores que cuesten la empresa.

enamorarán de él; minimizar a la competencia y confiar en la publicidad institucional, pues las ayudas públicas, el ICO y el acceso a la financiación “son un punto complejo en estos momentos”. Tampoco hay que desdeñar la necesidad de asesoramiento técnico en labores administrativo-contables; hay que hacer previsiones a largo plazo (más de cinco años) en un escenario como el actual en el que la crisis y la tecnología lo están cambiando todo, y minimizar las necesidades financieras. “Hay que ser realistas o nos veremos abocados a una búsqueda

desordenada de dinero, que pondrá en serio riesgo el proyecto”, afirma Suárez Sánchez-Ocaña.

Chartier afina más en su

Reconocer los fallos, aprender y corregirlos es esencial para que no se vuelvan a repetir

Conocer las limitaciones, contar con buena formación y un buen equipo evita muchos errores

clasificación y cataloga los errores según la parte del proceso en la que se cometen. Así, considera que en bastantes ocasiones, durante la preparación del plan de negocio, los emprendedores novatos confunden a los *business angel* con filántropos; dedican más esfuerzos en buscar financiación que clientes; pretenden conseguir dinero antes de tiempo; pueden llegar a valorar de manera irreal el proyecto; confunden ventas (facturación) con *cash-flow*; regalan acciones demasiado pronto a amigos, familiares o colaboradores que luego pondrán

problemas en futuras operaciones corporativas; equivocan el corto plazo (sobrevivir) con el largo (apuesta y posicionamiento); cuentan con escasos conocimientos financieros y de gestión, y no toman en cuenta la importancia de los aspectos legales.

Los fallos más frecuentes cuando se testa el proyecto en el mercado se producen cuando el emprendedor no escucha a su cliente; piensa que no tiene competencia; se dirige a un mercado demasiado pequeño o complicado; no dispone de un *business model* claro y probado; no tiene visión; no cuenta con una estrategia de marketing bien definida; no se centra en los objetivos reales y piensa que el producto se venderá solo.

Cuando se forma el equipo, muchos emprendedores no saben reclutar a los mejores colaboradores ni retener el talento. Algunos son excesivamente tacaños en la remuneración; muchos no saben delegar y lo quieren controlar todo y a otros tantos les falta motivación, tesón y determinación ante los problemas.

Conocer las limitaciones, rodearse de expertos, contar con una formación específica, estresar previamente el modelo de negocio y ser realista con las previsiones de ingresos puede salvar a los empresarios recién nacidos de muchos de estos problemas.

Claves para evitar que tu nueva compañía quiebre

Á.M. Madrid

El 70% de las nuevas empresas muere antes de los cuatro o cinco años de vida, según datos de la Confederación Española de Asociación de Jóvenes Empresarios (Ceaje). Y, lejos de lo que muchos creen, lo más difícil no es la puesta en marcha sino que los mayores problemas surgen entre el segundo y quinto año de existencia. Aquellos emprendedores que han tenido que echar el cierre a su empresa coinciden que uno de los momentos más duros es cuando comprenden que no hay otra alternativa que terminar con la actividad.

Para evitar estas quiebras prematuras, los nuevos empresarios deberían atender a:

● **El plan de negocio.** Es imprescindible realizar un *business plan* que contemple todos los aspectos empresariales de la nueva firma.

● **Atender a la competencia.** Observar a tus rivales corporativos es esencial. Hay que permanecer al día de lo que hacen las empresas del sector al que pertenece tu empresa.

● **Diversificar.** Es importante tener la capacidad para diferenciar tu producto o servicio, saber adaptarlo a la realidad y a las demandas de los clientes.

● **Previsión de tesorería.** Realizar una previsión financiera a corto y medio plazo es necesario para evitar la falta de liquidez.

Pese a estas claves, en la mayoría de los casos los tropiezos son inevitables. Pero un bache no debería significar el cierre de la compañía. Siempre hay motivos para seguir adelante.

● **Dale la vuelta a la moneda.** Detrás de un fracaso hay un éxito. La clave está en saber darle la vuelta. Para ello, hay que estar alerta y reaccionar con rapidez ante un problema, abordarlo con decisión y saber reciclar lo que vale.

● **Mira la moneda desde abajo.** A veces es tan fácil como ver las cosas desde otra perspectiva y descubrir ventajas e inconvenientes.

● **Lanza otra moneda.** Empeñarse en dar continuidad a algo terminado no tiene sentido. Si algo no funciona hay que buscar nuevas oportunidades. Arriesgarse.

Cuando un fracaso te conduce al éxito

Javier Echaleku es un emprendedor de raza, que desde el instituto lleva creando empresas. Su último proyecto lleva por nombre Logocomunica.com y ya ha cumplido cuatro años en el mercado. Pero no todo ha sido un camino de rosas. Él mismo cuenta que una vez se arruinó emprendiendo, y en su blog relata las causas que le obligaron a liquidar una comercial de calzados que abrió con otros dos socios.

Asegura que el primer error que cometió fue no crear una estructura societaria sólida

con un líder que llevase las riendas, y con un pacto de socios que definiera las funciones y responsabilidades de cada uno. No había ninguna estrategia clara, pues la compañía nació como una sociedad de tres miembros al 33% de propiedad y con firmas mancomunadas y solidarias.

Su segundo fallo fue no prestar atención a la tesorería. “Vivíamos por encima de nuestras posibilidades”, afirma. Llegaron a facturar varios millones de euros en unos cuatro años y tuvieron hasta 10 empleados en plantilla. Es-

te crecimiento tan estrepitoso le cegó y reconoce que uno de sus principales errores fue creerse el mejor cuando apenas conocía el negocio.

Estas equivocaciones le llevaron a saldar la empresa de diseño y fabricación de calzado en 2006, aunque necesitó casi dos años para la liquidación y el pago total de las deudas. Sin embargo, en 2008 empezó de nuevo y se embarcó en otro proyecto: Logocomunica.com, una consultoría para el desarrollo de negocios en Internet, con el que ha encontrado el éxito.



Javier Echaleku, CEO y fundador de Logocomunica.com.