

Guía para evitar los errores más habituales al crear una empresa

Una excesiva euforia y la falta de recursos para aguantar hasta 3 años son algunos de ellos

Un 'smartmoney', socio capitalista que aporta contactos, es el compañero más recomendable

Paula Zapata

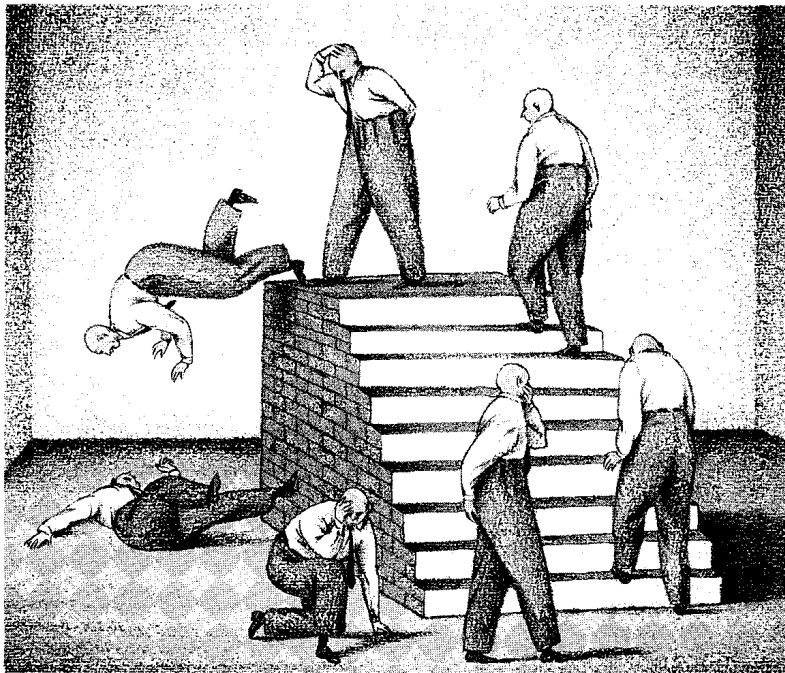
BARCELONA. Si empezara de nuevo, ¿qué no volvería a hacer? Preguntada trampa para las más de 100.000 personas que cada año optan por montar un negocio propio para salir adelante. En tiempos de crisis los emprendedores aumentan, pero también se eleva el número de errores. "En el mundo de la empresa no hay recetas mágicas, pero tampoco hay una clave en concreto que asegure la viabilidad de la compañía. Una buena planificación, ser lo más realistas posible y prever nuestras necesidades hasta que el negocio empiece a tirar pueden ser nuestros salvavidas", aclara Cristian Rovira, presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Cataluña (ALJEC).

Pero pocas son las pequeñas y medianas empresa que emprenden la marcha con los salvavidas correspondientes. Las estadísticas indican que la mitad de las pymes que se crean en España desaparecen después de los cinco primeros años de actividad y a partir del sexto año sólo siguen funcionando el 35 por ciento de ellas. Sin embargo, estas son las afortunadas, dos de cada diez no superan el año de vida y el 35 por ciento no alcanza los dos años en funcionamiento.

"Es verdad que los datos que se arrojan en los últimos tiempos hay que tomarlos con cautela porque a veces el mercado es muy cruel", reconoce Nicolás Hernández, director general de la Fundación del Instituto Cameral de Creación y Desarrollo de la Empresa (Incyde). Pero no duda en enumerar los fallos más comunes que comenten los emprendedores a la hora de poner en marcha su negocio: no tener estudiado el producto, no contar con un plan de empresa y no estar formado para enfrentarse al mercado.

Emprendedores

"Los emprendedores suelen pensar de creer que conocen el mercado y ya piensan que saben cómo hacer funcionar una empresa en un sector concreto. Pero nada más lejos



GETTY

A fondo

LA MOROSIDAD, UNA NUEVA PIEDRA QUE ESQUIVAR EN 2009

Los impagos son un problema serio para la pequeña y mediana empresa. En España, el 23 por ciento de las compañías con más de diez empleados pertenece al sector de la construcción y promoción mientras que un 3,5 por ciento dependen directamente de ambos, según One to One. La agencia de calificación Fitch Ratings asegura que hasta ahora cerca del 65 por ciento de las pymes dedicadas al sector inmobiliario y promotor en España tienen unas tasas de morosidad que superan el 2 por ciento. El cierre del grifo por parte de la banca y la inexperiencia de algunos emprendedores en enfrentarse a crisis económicas anteriores hacen más dura la recuperación.

3,2

Veces su ebitda - beneficio antes de impuestos y amortizaciones - es el endeudamiento que han alcanzado las pymes este último año, según la consultora D&B. Desde 2003, el esfuerzo financiero de las pymes ha crecido más de un 7 por ciento anual.

de la realidad", indica el profesor de creación de empresas de IE Business School, Alvaro Sancho. Para él otro de los errores más comunes es la falta de gasolina al principio. Como el resto de expertos consultados, coincide en que "los tres primeros años de vida de la empresa son esenciales. Pero también lo es asegurarse la liquidez suficiente para aguantar este período en el que no ingresas lo suficiente para cubrir los gastos", añade.

Mathieu Carezno, director del Centro de Iniciativa Emprendedora de IESE, apunta un error "muy común" en los emprendedores: creerse que todo es negocio. "Una buena idea no es siempre una oportunidad. Para que lo sea hay que marcar un timing, poder vender un producto y tener liquidez para ponerlo en marcha. Una idea no tiene todo esto", asegura.

Además de la falta de formación, aseguran que otro de los errores más comunes es la "falta de contactos. Hay que buscar smartmoney", dice Carezno. Los smartmoney son los nuevos tipos de socio que la mayoría de pymes busca: dinero inteligente, esto es: socios que aporten capital pero que vayan más allá y también aporten experiencia y contactos.

Rovira, de la ALJEC, asegura que algunos emprendedores tropiezan varias veces en la piedra del optimismo. "Hacen una planificación de resultados que acostumbra a ser poco realista, pero cuando uno empieza una aventura empresarial lo hace cargado de ilusión. Muchas veces no son conscientes de que el plan debe hacerse pensando en los primeros tres años, que son los más duros".

Alguien con canas

La inexperiencia es un punto en contra de los emprendedores. "Resta credibilidad en el mercado. Va bien incorporar a alguien con canas en la empresa a través de la cesión de un porcentaje por ejemplo", sugiere Sancho. Pero de la incorporación de los socios es de donde se deriva otro de los errores más comunes a la hora de poner en marcha una empresa. "No vale con introducir a un amiguete o un primo. Hay que ver qué necesita la empresa en cada momento, qué formación tiene la persona y qué contactos nos puede aportar. Si los de nuestro entorno no cumplen los requisitos, entonces perfecto. Si no, mejor no contratarlos porque nos quedaremos sin empresa y sin amigo", reflexiona Sancho. Rovira comenta que "no puede ser alguien que sólo aporte dinero, también debe complementarnos".

Henríquez asegura que "hay que racionalizar la selección de personal y procurar no dejarse llevar por el corazón; y tampoco creérselo mucho; es decir, huir de la arrogancia". Además añade que "cuando montas una empresa es fácil que te mojes los pies en la riada, pero con cuatro consejos básicos es muy difícil que la riada te arrastre".