



“No todos los emprendedores sueñan con ser como el fundador de Zara”

Entrevista

Fernando Trías de Bes

AUTOR DE 'EL LIBRO NEGRO DEL EMPRENDEDOR'

Ángeles Caballero

MADRID El nombre de Fernando Trías de Bes estará para siempre ligado al de Alex Rovira, con el que escribió el bombazo editorial *La buena suerte*. Pero en su último libro no habla tanto de la suerte, sino del fracaso y de la dura realidad con la que se topan los que se deciden a montar un negocio.

■ **El título de su libro ya es algo provocador, teniendo en cuenta que en España se sigue prefiriendo aprobar una oposición o trabajar por cuenta ajena. ¿De verdad lo tienen tan negro los emprendedores?**

■ Yo lo que he pretendido es ser realista. Porque incluso ese porcentaje de gente que no quiere montar un negocio, al menos alguna vez se lo ha planteado. El título se refiere a lo desastrosas que son las estadísticas. Ésas que dicen que en cuatro años, entre el 90 y el 95 por ciento de las empresas fundadas por emprendedores fracasan. Y eso deben saberlo, no puedes animar a la gente a que se tire por un barranco.

■ **Pero hoy lo que se lleva es decir que detrás de un gran éxito siempre hay al menos un gran fracaso...**

■ Sí, pero esos no se cuentan. Sólo



GUILLERMO RODRÍGUEZ

Tomar la iniciativa
 “Hay que distinguir entre motivo y motivación; lo primero lo tiene todo el mundo, lo segundo no tanto”

Conciliación
 “En los primeros años hay que estar disponible las 24 horas. Hasta los siete años es realmente complicado”

lo se habla de Google, YouTube, Branson... Y no todos los emprendedores quieren ser como el fundador de Zara.

■ **Quizá sea porque a los que tienen negocios modestos no se les ve como triunfadores...**

■ Hay que analizar hasta dónde puede uno llegar. Porque la viabilidad de los negocios está muy ligada a las ambiciones personales. Qué coche y qué casa tengo. Pero con mucho menos se puede ser empresario. Muchos creen en la teoría de que hay que crecer y morir. Yo no estoy de acuerdo. Lo importante es hacer sostenibles los negocios.

■ **¿Y qué pasa con esos negocios que no conocen la palabra fracaso?**

■ Ojo, no es que yo quiera evitar

los malos momentos. Porque es cierto que antes de consolidar un negocio hay que pasar por etapas muy duras. Más en España, donde siempre se ha tenido mucho miedo al fracaso. Pero hay que evitar los fracasos irreversibles, en los que se apuesta todo a una acción y no funciona. No se te queda el cuerpo para meterte en otra cosa así.

■ **Por si fuera poco, en el libro lanza la idea de que hay que olvidarse de conciliar. Qué panorama, ¿no?**

■ Llega un momento en el que el emprendedor es capaz de saber cuándo puede cogerse un día libre, y eso da cierta sensación de libertad. Pero durante los primeros años hay que estar disponible las 24 horas del día. Hasta que no pasan unos siete años es difícil.

■ **Vamos, que no todo el mundo vale para esto...**

■ Hay que distinguir entre motivo y motivación. Lo primero es irrelevante porque todo el mundo que monta un negocio lo tiene. Lo segundo, no tanto.

■ **Tampoco parece partidario de los socios desde el principio.**

■ Hay dos tipos: los socios capitalistas puros y duros y aquellos con los que compartes propiedad y trabajo. Los segundos son los complicados, porque muchos de los cierres empresariales vienen motivados por las desavenencias entre socios. Muchos emprendedores no quieren empezar solos por miedo, pero mejor tener a alguien que sólo te da dinero. Aunque conviene pactar de antemano cuáles son las ambiciones de ese socio.

■ **Muchos creen que la mejor escuela de negocios es fracasar, más que estudiar cualquier MBA.**

■ Bueno, hay que partir de la base de que las escuelas de negocios normalmente están concebidas para formar a los altos ejecutivos. Pero esto está cambiando con contenidos más aptos para emprendedores y pymes.

■ **¿Qué empresarios deberían estudiarse como caso práctico?**

■ Yo distingo tres prototipos: el aventurero, ese empresario intrépido que se divierte a todas horas arriesgando —como Xavier Gabriel, fundador de La Bruixa d'Or—; luego está el caso de José María Ruíz Millet, un dentista que lleva 25 años con una consulta de seis o siete empleados y que ha sido siempre fiel a su tamaño, lo cual tiene mucho mérito; y Víctor Arrese, fundador de Fresc&Co, que no es Richard Branson pero ha conseguido montar una cadena de restaurantes y luego venderla.