

LOS EMPRENDEDORES EUROPEOS TIENEN MIEDO

Posted on 11/10/2011 by Naider



"No quiero a nadie en el barco que no tenga miedo a la ballena", esgrimía el capitán Ahab en la clásica novela de Moby Dick. El misterioso capitán buscaba hombres valientes para su tripulación pero de ningún modo locos. Buscaba hombres que tuvieran miedo pero supieran enfrentarse a él. Una persona sin miedo es un alienado, un imprudente, un peligro. Igual que la tripulación del ballenero *Pequod* en Moby Dick los emprendedores deben enfrentarse al miedo de afrontar riesgos. Igualmente, deben saber valorarlos, ponderarlos y tomar decisiones en cierta medida arriesgadas pero medidas.

Se dice que en Europa existe un mayor miedo a fracasar en la creación de empresas que en los EEUU. Martin Varsavsky, fundador de Jazztel y Fon, [en su intervención en TEDx Varsovia](#), habla sobre las diferencias entre los europeos y americanos al enfrentar los riesgos. Según Varsavsky, a los europeos no nos gusta arriesgar y no somos suficientemente ambiciosos. Además, asegura que la ambición no se valora suficientemente en Europa.

¿Somos los emprendedores europeos realmente más miedosos? ¿Qué causas sociales, históricas o económicas nos hacen así? En realidad se podría suponer que el colchón del sistema de bienestar europeo nos debería empujar a emprender con menores titubeos que el emprendedor americano, que se mueve en un sistema mucho menos benevolente en cuestiones de ayudas sociales. Pero son los americanos los que nos dicen que tenemos que arriesgar. Tom Byers, profesor de emprendimiento de la Universidad de Standford, asegura que [si no has fracasado es que no arriesgas suficiente](#).

¿Tiene este componente social un efecto directo en la economía europea? Si comparamos las nuevas empresas tecnológicas europeas y americanas se observa una diferencia muy relevante en cuanto a ambición y decisión. Las *startups* americanas se caracterizan por el lanzamiento de productos mucho más disruptivos y arriesgados y por apostar todo a una sola carta. La típica empresa de Silicon Valley pone en el mercado un solo producto, altamente innovador y dirigido preferentemente al mercado mundial. Sin embargo, **las empresas europeas seguimos un patrón diferente. Tendemos a realizar una oferta de productos más diversificada, nos cuesta apostar por una sola cosa y medimos mucho más nuestro alcance geográfico.**

Este modelo de generación de empresas puede estar teniendo un enorme efecto en el tipo de sectores, empresas y tecnologías en los que Europa sigue siendo competitiva. Tal vez por esto, por ejemplo, Europa siga a la zaga en el sector TIC, en el que la generación de productos y servicios disruptivos está constantemente transformando la industria. A Europa le cuesta generar empresas como Apple, Google, LinkedIn, Twitter... El tejido empresarial y financiero europeo aúpa a empresas que puedan crearse con un riesgo moderado mientras que otras iniciativas empresariales de mayor riesgo simplemente no prosperan. Imaginémosnos que un emprendedor hubiera querido crear Twitter en España. Imaginad la cara de inversores, socios, partners al presentar una idea de negocio basada en intercambiar 140 caracteres. **Demasiado arriesgado. Demasiado disruptivo.**

Sin embargo, gran parte de los proyectos más innovadores son proyectos en general de alto riesgo: propuestas radicalmente diferentes o con elementos extraordinariamente novedosos. Tal vez, para crear un tejido empresarial innovador en Europa debamos primero aprender a arriesgar, teniendo miedo, pero aprendiendo a superarlo.

There are no comments yet.