

ASPECTOS CLAVE PARA EVITAR ERRORES A LA HORA DE EMPRENDER

1. Comenzar con optimismo: dar por supuesta la viabilidad comercial del negocio

Muchas veces, las personas emprendedoras piensan que, con una buena idea, es suficiente para desarrollar un negocio. Pero no siempre una buena idea o una idea original se pueden traducir en un negocio viable.

2. No tener claro que nos tienen que comprar: cómo ve el público¹ objetivo nuestro producto?

Es importante mirar el producto o servicio desde el punto de vista de la clientela potencial, para ver cómo debe enfocarse la estrategia comercial.

3. Basarnos en algo que ya se vende bien sin considerar si también nos lo comprarán a nosotros

La imitación no es siempre una estrategia de éxito. A veces es básico tener credibilidad en un mercado, lo que sólo se consigue con muchos años de experiencia y haciendo bien las cosas.

4. No tener claro a quién se debe vender: los productos no interesan a todos por igual

Hay que llevar a cabo una segmentación del mercado para identificar a quién interesa nuestros productos o servicios. A veces, sin embargo, puede ser difícil hacer esta segmentación. Este error es uno de los más comunes entre las personas emprendedoras: no realizar este estudio de mercado o no hacerlo correctamente. Una buena identificación de nuestro público objetivo nos hará ahorrar tiempo y, sobre todo, dinero.

5. Confiar en la llegada de la clientela: no es suficiente que tengamos un producto o servicio interesante

Es básico hacer un esfuerzo económico para darnos a conocer, no podemos esperar que la clientela venga sin que nosotros hagamos nada para conseguirlo. Para ello, podemos combinar muchas estrategias: anuncios, mailings, notas de prensa, etc.

6. Obviar la necesidad de la diferenciación

La diferenciación es la estrategia que nos permitirá no "ser una empresa más" en el mercado, y no tener que competir únicamente por la vía de los precios. Tenemos que conseguir demostrar que nuestro producto o servicio es diferente de los demás y proporciona algún valor añadido que no tiene el resto. Hay que tener en cuenta que la competencia también se querrá diferenciar, por tanto no será fácil encontrar un espacio propio.

¹ Clientela a la que nos dirigimos

7. No saber que la clientela no confía mucho en los "principiantes"

Sobre todo en los servicios, constituye un *handicap* que el nuevo emprendedor, sin un bagaje como empresario en un determinado campo, no dispone de la confianza de la clientela potencial.

8. Pensar sólo en necesidades financieras de inversión

A veces, la persona emprendedora se centra sólo en las inversiones y se olvida del capital circulante, que supone el día a día de la empresa. Es importante elaborar de manera muy cuidadosa un plan de financiación donde queden reflejados los movimientos de tesorería de la empresa.

9. Dar por seguro la financiación externa

Es cierto que los bancos normalmente piden garantías a la hora de dar préstamos. Pero cada vez más, intentan asegurarse de que un proyecto que han de financiar será viable y de éxito. Las ayudas oficiales que dan las administraciones públicas no son la solución a la financiación.

10. No estar preparado para el éxito

Contrariamente a lo que parece, un gran éxito no resuelve todos los problemas. Debemos tener en cuenta la posibilidad de "morir de éxito" y, si la empresa va bien, analizar de qué somos capaces y comprometernos sólo a lo que podremos lograr. Si no, los efectos de la pérdida de credibilidad por no cumplir los plazos aceptados pueden tener más peso que el mismo producto o servicio que ofrecemos.

11. Subestimar el costo promocional

Debemos creer en las acciones destinadas a darnos a conocer, aunque muy a menudo tienen un coste muy elevado. Al principio, darse a conocer o morir.

12. Despreocuparse de aspectos funcionales

Los negocios se basan en las ventas. Sin embargo, las ventas no lo son todo para una empresa: debemos cuidar aspectos como la atención a la clientela, la calidad, etc., Aspectos a menudo ligados a la organización interna de la empresa.

13. Dar por supuesta la colaboración de los proveedores

Sin duda, la clientela es lo más importante. Sin embargo, no debemos menospreciar la importancia de establecer una red eficiente con las empresas proveedoras, y proyectar en ellas una imagen positiva de nuestra empresa.

Elaborado a partir de las siguientes fuentes de información:

- *Revista Emprendedores. "Los 35 errores del emprendedor y cómo evitarlos"*

El Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya y Barcelona Activa SAU SPM velarán para asegurar la exactitud y fidelidad de esta información y de los datos contenidos en los informes. Estos informes se publican para proporcionar información general. El Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya y Barcelona Activa SAU SPM no aceptarán bajo ninguna circunstancia ninguna responsabilidad por pérdidas, daños o perjuicios, o por otras decisiones empresariales basadas en datos o informaciones que se puedan extraer de este informe.

