

Els 15 errors més comuns de l'emprenedor

A continuació es relacionen 15 dels errors més freqüents en què solen incórrer els emprenedors / es a l'afrontar la planificació i desenvolupament del seu projecte empresarial. Todo aquell que treballi habitualment amb emprenedors / es haurà detectat en moltes ocasions, des de les primeres entrevistes, la propensió a incórrer en els mateixos per part de promotor / a. La majoria d'ells són susceptibles d'evitar–a l'hora d'elaborar un Pla de Viabilitat i les consideracions que es realitzen poden ser útils a l'hora d'oferir arguments i raons en el procés d'assessorar i / o orientar l'emprenedor / a l'hora de crear un negoci.

1. Fixar-se en els errors que altres ja han comès

1. No es tracta d'imitar–los o copiar–los, es tracta només de "no ensopegar amb la mateixa pedra".

2. No admetre els errors

1. Sempre és difícil admetre que es va cometre un error.
2. Els errors serveixen per aprendre sempre que es comenci per admetre'ls per així poder prendre les mesures correctives a temps.

3. No treballar en equip

1. Un dels errors més comuns és que l'emprenedor està tan enamorat del seu projecte que creu que el només pot fer–ho.
2. La humilitat pel que fa als coneixements és un component essencial en la personalitat d'un emprenedor: Conèixer les limitacions i recórrer a l'assessorament d'experts farà que els problemes es resolguin abans que sigui massa tard.
3. No té més èxit qui té més coneixements, sinó qui coneix les seves limitacions, perquè buscarà a un altre que es faci càrrec del que no domina.
4. Temor a preguntar: aprendre a demanar ajuda
5. En moltes ocasions l'emprenedor es tanca en si mateix i no pot veure el que té davant dels seus ulls, aquí és quan necessita les opinions d'altres que li facin veure la realitat, o al menys les seves perspectives.

4. Confondre una idea original amb una oportunitat de negoci

1. Una idea no és un producte i una idea no és una empresa. Es pot tenir una idea molt brillant però que no tingui aplicació pràctica al mercat.
2. No només importen les idees en si mateixes, sinó el portar–les a terme de forma reeixida: una idea pot tenir diversos camins per executar–la, així que cal analitzar el que ja hi ha al mercat i buscar diferenciar–nos.
3. Tenir una idea i portar–la a la pràctica són qüestions molt diferents.

4. Totes les idees innovadores, encara que funcionen en alguns casos, sempre representen un risc. La competència avui dia és ferotge i seria un error i una pèrdua d'esforç pensar que amb una petita innovació en alguna cosa que ja existeix podria guanyar i sobreviure en el mercat.

5. Enfocament equivocat en els productes

1. Si l'emprenedor no troba cap raó perquè els compradors es canvien al seu producte, el millor és que no es meta en el negoci.
2. Només cal vendre el que els clients i el mercat estan disposats a adquirir.
3. No es pot creure que el producte es vendrà només: no n'hi ha prou amb tenir un bon producte, si bé això afavorirà les vendes, és necessari realitzar una estratègia de màrqueting per donar a conèixer-lo i vendre'l sobretot en aquells productes més innovadors que el client no coneix.
4. Si el producte o servei són bons, aviat hi haurà competidors disposats a imitar-o superar-te.
5. A l'hora de desenvolupar l'activitat hi ha molts emprenedors que es dirigeixen abans a l'producte que a el mercat i no cal oblidar que el mercat és completament canviant i hi ha una rotació enorme de productes. Si l'emprenedor se centra, en el producte i no està preparat per als canvis que es produeixen en el mercat es corre el risc de fracassar per falta d'adaptació.

6. Excessiu nivell de risc

1. Contrari al que es pensa, els grans empresaris no tenen tendència a prendre riscos considerables. Ells no tenen por dels riscos que poden controlar, però mai estarien disposats a "apostar" tot.

7. El malbaratament inicial

1. Una empresa que comença amb equips i mobles elegants, el millor en infraestructura i sous elevats, està abocada a mig termini a passar dificultats financeres.
2. Els empresaris més reeixits han après que la falta de liquiditat pot ser el tancament, per això són molt previnguts a l'hora de gastar els diners i van augmentant els seus costos a mesura que l'empresa va progressant.
3. A el principi cal ser més modest.
4. Això no implica que calgui ser "garrepa" a l'hora d'invertir. No cal infradimensionar el negoci. Les planificació de les inversions actuals s'ha de realitzar tenint en compte la futura expansió de l'negoci: Unes inversions que limiten el creixement exigiran en el futur d'excessives reinversions.

8. Capital insuficient

1. Hi emprenedors que pensen que es pot començar un negoci amb un capital per sota del necessari, confiant en els futurs guanys.
2. En el 90% dels casos, les vendes no arriben a presentar el marge de guany esperat. És recomanable començar amb més capital de què es creu es necessitarà.
3. La manca de liquiditat en els primers mesos d'activitat de l'negoci és, malauradament, una realitat a la qual s'enfronten la majoria dels promotors d'un nou negoci. La raó està en una mala planificació dels ingressos i despeses inicials per un excés d'optimisme.

9. Massa costos fixos

1. Cal reduir a el màxim les despeses fixes. És millor llogar, no comprar, hi ha opcions interessants com el rënting i el lísing. Només cal contracta personal per a les activitats necessàries, per a la resta podem utilitzar el "outsourcing" ...
2. Freqüentment el negoci que passa per dificultats financeres no té problemes de facturació sinó d'uns elevats costos d'estructura que afecten el marge d'explotació obtingut.

10. Dependre de les subvencions

1. Cal quadrar les xifres sense tenir en compte les subvencions. Si després vénen molt millor, però no cal dependre d'elles.

11. Errors en l'elecció dels socis

1. És millor estar només que mal acompanyat.
2. Quan la química falla entre els socis, el resultat final és el tancament de l'negoci o en el millor dels casos la venda d'una de les parts.
3. Hi ha coses que mai descobreixes fins que no treballes amb el teu soci. I tant és que es tracti d'una persona a la qual coneixes des de fa anys; fins i tot si es tracta d'un familiar o un amic.
4. La idea que són millors i més equitatives les societats en les que els socis tenen la mateixa participació és revaluada, i per contra, es considera una "trampa": la societat no té un líder
5. Hi ha experts que consideren que l'òptim és tenir tres parts perquè quan no hi ha unanimitat en alguna cosa, sempre hi ha un que posa pau.

12. Fixar preus inadequats

1. La majoria dels emprenedors confessa que tenen series dificultats per posar un preu als seus productes. De vegades per desconeixement de la relació qualitat-preu de la competència, i molt més sovint, per cert complex d'inferioritat, quan es comença, molts acaben posant un preu massa baix.
2. Una empresa comença malament quan la seva premissa de vendes consisteix a oferir preus més baixos que els de la competència.
3. El millor és fixar els preus d'acord amb el mercat sense sobrevalorar als competidors.

13. Coneixement

1. Sobre aquest tema es podria escriure tot un llibre, ja que els errors en la investigació de mercat són causes segures de l'fracàs.
2. És fonamental conèixer el mercat en el qual vol introduir el seu establiment: grandària, públic objectiu, competència, quota de mercat
3. En moltes ocasions l'emprenedor ja ha treballat diversos anys en el sector però moltes vegades té un coneixement parcial de l'negoci derivat de el lloc exercit en el dia a dia, però no tenen una visió global de mercat: "no n'hi ha prou amb ser un bon paleta per triomfar com a constructor "

14. No fer un pla de viabilitat

1. No tenir ni idea dels números de la meva empresa

2. El problema per als emprenedors novells és que fer un pla d'empresa els resulta massa complicat i a la fi decideixen saltar-se el tràmit

15. No fer un bon pla de viabilitat

1. No saber interpretar els números de el projecte.
2. Una projecció és només una estimació de la realitat, de manera que com més factors considerem a l'realitzar-la, serà menys susceptible d'errors.
3. Utilitzar dades no realistes, no és mentir a ningú, és mentir-se a si mateix.
4. Un plantejament defectuós no pot rescatar-se amb una bona redacció, però un bon concepte sí que pot destruir-se si la seva redacció no ho comunica en forma apropiada.