

Los 15 errores más comunes del emprendedor

A continuación se relacionan 15 de los errores más frecuentes en los que suelen incurrir los emprendedores/as al afrontar la planificación y desarrollo de su proyecto empresarial.

Todo aquel que trabaje habitualmente con emprendedores/as habrá detectado en muchas ocasiones, desde las primeras entrevistas, la propensión a incurrir en los mismos por parte del promotor/a. La mayoría de ellos son susceptibles de evitarse a la hora de elaborar un Plan de Viabilidad y las consideraciones que se realizan pueden ser útiles a la hora de ofrecer argumentos y razones en el proceso de asesorar y/o orientar al emprendedor/a la hora de crear un negocio.

1. Fijarse en los errores que otros ya han cometido

1. No se trata de imitarlos o copiarlos, se trata solo de “no tropezar con la misma piedra”.

2. No admitir los errores

1. Siempre es difícil admitir que se cometió un error.
2. Los errores sirven para aprender siempre y cuando se empiece por admitirlos para así poder tomar las medidas correctivas a tiempo.

3. No trabajar en equipo

1. Uno de los errores más comunes es que el emprendedor está tan enamorado de su proyecto que cree que el sólo puede llevarlo a cabo.
2. La humildad en cuanto a los conocimientos es un componente esencial en la personalidad de un emprendedor: Conocer las limitaciones y recurrir al asesoramiento de expertos hará que los problemas se resuelvan antes de que sea demasiado tarde.
3. No tiene más éxito quien tiene más conocimientos, sino quien conoce sus limitaciones, porque buscará a otro que se haga cargo de lo que no domina.
4. Temor a preguntar: aprender a pedir ayuda
5. En muchas ocasiones el emprendedor se encierra en sí mismo y no puede ver lo que tiene delante de sus ojos, ahí es cuando necesita las opiniones de otros que le hagan ver la realidad, o al menos sus perspectivas.

4. Confundir una idea original con una oportunidad de negocio

1. Una idea no es un producto y una idea no es una empresa. Se puede tener una idea muy brillante pero que no tenga aplicación práctica en el mercado.
2. No sólo importan las ideas en sí mismas, sino el llevarlas a cabo de forma exitosa: una idea puede tener varios caminos para ejecutarla, así que hay que analizar lo que ya existe en el mercado y buscar diferenciarnos.
3. Tener una idea y llevarla a la práctica son cuestiones muy diferentes.
4. Todas las ideas innovadoras, aunque funcionan en algunos casos, siempre representan un riesgo. La competencia hoy en día es feroz y sería un error y una pérdida de esfuerzo pensar que con una pequeña innovación en algo que ya existe podría ganar y sobrevivir en el mercado.

5. Enfoque equivocado en los productos

1. Si el emprendedor no encuentra ninguna razón para que los compradores se cambien a su producto, lo mejor es que no se meta en el negocio.
2. Sólo hay que vender lo que los clientes y el mercado están dispuestos a adquirir.
3. No se puede creer que el producto se venderá sólo: no basta con tener un buen producto, si bien esto favorecerá las ventas, es necesario realizar una estrategia de marketing para dar a conocerlo y venderlo sobre todo en aquellos productos más innovadores que el cliente no conoce.
4. Si el producto o servicio son buenos, pronto habrá competidores dispuestos a imitarte o superarte.
5. A la hora de desarrollar la actividad hay muchos emprendedores que se dirigen antes al producto que al mercado y no hay que olvidar que el mercado es completamente cambiante y hay una rotación enorme de productos. Si el emprendedor se centra, en el producto y no esta preparado para los cambios que se producen en el mercado se corre el riesgo de fracasar por falta de adaptación.

6. Excesivo nivel de riesgo

1. Contrario a lo que se piensa, los grandes empresarios no tienen tendencia a tomar riesgos considerables. Ellos no temen a los riesgos que pueden controlar, pero nunca estarían dispuestos a “apostar” todo.

7. El derroche inicial

1. Una empresa que comienza con equipos y muebles elegantes, lo mejor en infraestructura y sueldos elevados, está abocada a medio plazo a pasar dificultades financieras.
2. Los empresarios más exitosos han aprendido que la falta de liquidez puede ser el cierre, por eso son muy precavidos a la hora de gastar el dinero y van aumentando sus costos a medida que la empresa va progresando.
3. Al principio hay que ser más modesto.
4. Ello no implica que haya que ser “tacaño” a la hora de invertir. No hay que infradimensionar el negocio. La planificación de las inversiones actuales se debe realizar teniendo en cuenta la futura expansión del negocio: Unas inversiones que limiten el crecimiento exigirán en el futuro de excesivas reinversiones.

8. Capital insuficiente

1. Existen emprendedores que piensan que se puede comenzar un negocio con un capital por debajo de lo necesario, confiando en las futuras ganancias.
2. En el 90 % de los casos, las ventas no alcanzan a presentar el margen de ganancia esperado. Es recomendable empezar con más capital del que se cree se va a necesitar.
3. La falta de liquidez en los primeros meses de actividad del negocio es, desgraciadamente, una realidad a la que se enfrentan la mayoría de los promotores de un nuevo negocio. La razón esta en una mala planificación de los ingresos y gastos iniciales por un exceso de optimismo.

9. Demasiados costes fijos

1. Hay que reducir al máximo los gastos fijos. Es mejor alquilar, no comprar, hay opciones interesantes como el renting y el leasing. Sólo hay que contratar personal para las actividades necesarias, para el resto podemos utilizar el "outsourcing"...
2. Frecuentemente el negocio que pasa por dificultades financieras no tiene problemas de facturación sino de unos elevados costes de estructura que afectan al margen de explotación obtenido.

10. Depender de las subvenciones

1. Hay que cuadrar las cifras sin tener en cuenta las subvenciones. Si luego vienen mucho mejor, pero no hay que depender de ellas.

11. Errores en la elección de los socios

1. Es mejor estar sólo que mal acompañado.
2. Cuando la química falla entre los socios, el resultado final es el cierre del negocio o en el mejor de los casos la venta de una de las partes.
3. Hay cosas que nunca descubres hasta que no trabajas con tu socio. Y da igual que se trate de una persona a la que conoces desde hace años; incluso si se trata de un familiar o un amigo.
4. La idea de que son mejores y más equitativas las sociedades en las que los socios tienen la misma participación es revaluada, y por el contrario, se considera una "trampa": la sociedad carece de un líder
5. Hay expertos que consideran que lo óptimo es tener tres partes porque cuando no hay unanimidad en algo, siempre hay uno que pone paz.

12. Fijar precios inadecuados

1. La mayoría de los emprendedores confiesa que tienen serias dificultades para poner un precio a sus productos. A veces por desconocimiento de la relación calidad-precio de la competencia, y mucho más a menudo, por cierto complejo de inferioridad, cuando se empieza, muchos terminan poniendo un precio demasiado bajo.
2. Una empresa comienza mal cuando su premisa de ventas consiste en ofrecer precios más bajos que los de la competencia.
3. Lo mejor es fijar los precios de acuerdo con el mercado sin sobrevalorar a los competidores.

13. Conocimiento

1. Sobre este tema se podría escribir todo un libro, ya que los errores en la investigación del mercado son causas seguras del fracaso.
2. Es fundamental conocer el mercado en el que quiere introducir su establecimiento: tamaño, público objetivo, competencia, cuota de mercado....
3. En muchas ocasiones el emprendedor ya ha trabajado varios años en el sector pero muchas veces tiene un conocimiento parcial del negocio derivado del puesto desempeñado en el día a día, pero carecen de una visión global del mercado: "no basta con ser un buen albañil para triunfar como constructor"

14. No hacer un plan de viabilidad

1. No tener ni idea de los números de mi empresa
2. El problema para los emprendedores novatos es que hacer un plan de empresa les resulta demasiado complicado y al final deciden saltarse el trámite

15. No hacer un buen plan de viabilidad

1. No saber interpretar los números del proyecto.
2. Una proyección es sólo una estimación de la realidad, por lo que cuantos más factores consideremos al realizarla, será menos susceptible de errores.
3. Utilizar datos no realistas, no es mentir a nadie, es mentirse a sí mismo.
4. Un planteamiento defectuoso no puede rescatarse con una buena redacción, pero un buen concepto sí puede destruirse si su redacción no lo comunica en forma apropiada.