

Errores del empresario que empieza



Sepa cómo evitar los palos de ciego.

Millones de personas desean tener su propio negocio. Algunos lo intentan. Muy pocos logran el éxito.

Palos de ciego.

Hay gente que se embarca en aventuras empresariales sin saber cómo funciona el mercado. Demasiado entusiasmo y un escaso conocimiento sobre la nueva empresa pueden conducirles al desastre. El ejemplo típico es la gente que abre un restaurante sin haber trabajado nunca en ellos.

Solución: Aprenda lo más posible sobre ese mercado antes de lanzarse por cuenta propia. ¿Quiere abrir un local de informática? Trabaje durante seis meses en uno para aprender cómo se funciona desde dentro y gane algo de dinero mientras adquiere conocimientos.

Empezar sin capital.

Conseguir clientes no significa cobrar. Tenga en cuenta que los pagos suelen efectuarse con demoras de 30 a 90 días, así que debe contar con bastante dinero hasta que le paguen sus clientes. El buen empresario sabe que su negocio empezará a darle dinero en seis meses, como mínimo.

Solución: Se aconseja a los empresarios que asuman que su aventura será más larga de lo que estiman. Es preciso tener suficiente capital como para cubrir los negocios y las necesidades del personal para entre seis y 12 meses. Obviamente, cuanto más respaldo financiero haya, mucho mejor.

Gastar alegremente.

Hay gente con grandes expectativas: alquilan las oficinas más caras y compran los equipos más punteros, pero se olvidan de conseguir clientes. Muchos caen en esta trampa. Compran una furgoneta nueva, cuando con la antigua hubiera sido suficiente. Lo hacen porque desean dar una buena imagen, pero a veces uno no necesita parecer lo que no es.

Solución: Recorte en temas que no son imprescindibles, como sillas de diseño o mobiliario caro. Compre muebles bonitos, pero usados.

Saltarse el plan.

Crear una empresa sin un plan estratégico es como hacer un viaje sin un mapa (inevitablemente, usted se perderá). Muchos empresarios ambiciosos fallan al no realizar un plan detallado, que incluya: información de sus competidores y alcance de los negocios. La gente quiere un cargo e imprimirlo en las tarjetas de visita, pero no quieren hacer el trabajo feo.

Solución: Aproveche la información de que dispone para diseñar un plan, aunque sea muy básico. Algunos bancos le pedirán este tipo de planes si va a pedirles un crédito.

"Pasar del Marketing".

El Marketing es el motor que conduce cualquier empresa, pues sin clientes, no hay negocios. Los nuevos empresarios deberían invertir entre el 50 y el 75% de su tiempo en marketing. Si llevan tiempo en el mercado, deberían invertir no menos del 25% de su tiempo. Muchos creen que todo lo que tienen que hacer es abrir sus puertas a los clientes y que, por arte de magia, aparecerán.

Solución: Primero, saber exactamente cuáles son sus potenciales clientes y qué quieren de usted. Segundo, desarrollar una variedad de herramientas de marketing. Recuerde que conseguir nuevos clientes es lo más difícil, por tanto, use trucos como cartas o postales y formas de recordar sus negocios a sus clientes.

Negocios con amigos.

Si tiene como compañero de trabajo a un amigo o a un familiar, tenga presente que sus conductas, en la mayoría de los casos, serán subjetivas. Tampoco se sabe muy bien cómo van a funcionar sus personalidades juntas en el mismo entorno de trabajo. No sería la primera vez que se destruye una amistad de veinte años en menos de seis meses.

Solución: Establezca algunas reglas básicas antes de abrir las puertas de su empresa. Es muy importante ponerlo todo sobre el papel, especialmente cuando se trata de acuerdos financieros. Primero, evalúe los tantos a favor de cada compañero y sus expectativas en el negocio. Después, designe áreas de responsabilidad específicas para cada compañero. Cuando surjan problemas, traiga un mediador imparcial.

Olvidarse de los detalles.

Todo parece ir muy bien en el negocio, hasta que un día leemos la columna de gastos y nos salen 450.000 pesetas de deudas.

Solución: Tenga siempre en cuenta su crédito, sus deudas y sus índices de ventas. Comprar un ordenador y un buen programa de contabilidad le ayudará a tener todos los números al día; Cuando esté en un buen momento financiero, pida un crédito para tiempos difíciles. El peor momento para pedir dinero a un banco es cuando está sin fondos.

Emplear a gente no preparada.

A veces se necesita emplear a gente, a tiempo completo o parcial, con carácter de urgencia. Pero sin una cuidadosa formación puede costarle a la empresa tiempo y dinero.

Solución: Establezca controles internos. Incluso puede instalar una cámara de TV interna para vigilar a sus empleados. Su comportamiento mejorará.

Temblar ante la competencia.

Es lamentable no saber reaccionar cuando un competidor agresivo aparece en escena. Si el competidor "tira" los precios, no se amilane. Posiblemente lo hace a costa de la calidad de sus productos, y ahí usted es el ganador.

Solución: Antes de competir recortando los precios, asegúrese los clientes ofreciéndoles un mejor servicio y un producto de calidad.

Despreciar a las asociaciones.

Forme una sociedad, del tipo que considere oportuno, desde el principio. Si usted no protege sus intereses, está dejando pasar su momento. No espere a que otros lo hagan primero.

Solución: Puede contratar a un notario para que le ayude a formalizar su asociación o hacerlo usted mismo.

Escuchar sólo a los que nos animan.

Al iniciar un negocio caemos en el error de prestar atención únicamente a la gente que nos anima: "¡Sí, tu idea parece buena!"...

Solución: Pida críticas sobre sus ideas. Si no es capaz de responder adecuadamente a las objeciones de los otros, probablemente no está tan preparado como debiera para ser dueño de su propio negocio.

No ser codicioso.

Cuando las cosas marchan bien, pensamos que siempre van a mantenerse así. Pero si se duerme en los laureles, su actuación puede dar un giro y resentirse en cuestiones de marketing y servicio al cliente. Su empresa puede descender y se verá obligado a empezar desde abajo.

Solución: No permita que otras personas ejerzan demasiado control en sus negocios; manténgase tan comprometido con su empresa como sea posible. Sea codicioso y nunca deje de crear dinero. Necesita llegar cada día a la oficina pensando cómo ganar un duro más. Sólo tiene dos opciones: conseguir beneficios o caer en el abismo.

