

Errores más habituales en la vida de la persona emprendedora



Errores más habituales en la vida de la persona emprendedora

Índice

01	Introducción	05
02	Comenzar con optimismo	05
03	No tener claro qué deben comprarnos	06
04	Imitar un negocio exitoso sin asegurarnos de que funcionará en nuestro mercado	06
05	No definir correctamente el público objetivo	07
06	No confiar en que la clientela llegará sola	07
07	No considerar la importancia de la diferenciación	08
08	No ser consciente de que la clientela desconfía de los nuevos negocios	08
09	Enfocarse solo en la inversión inicial y olvidar el flujo de caja	09
10	No dar por hecho que obtendrás financiación externa	09
11	No estar listo para gestionar el éxito	10
12	Subestimar el costo de promoción	10
13	Despreocuparse de los aspectos funcionales	11

01 Introducción

En el mundo de los negocios, es habitual escuchar relatos de éxito de emprendedores en distintos sectores que nos motivan a seguir su ejemplo. Algunas de estas historias han adquirido un carácter casi legendario, protagonizadas por figuras cuya brillantez parece haber sido el único motor de su éxito, como si nunca hubieran cometido errores. Por ello, es común que quienes emprendemos analicemos los pasos y estrategias que llevaron a estas empresas a consolidarse y a ejercer gran influencia en el mercado.

Estudiar qué han hecho bien otros negocios resulta muy valioso e inspirador a la hora de construir nuestro propio camino. No obstante, solemos prestar menos atención al análisis de los errores que han cometido otros emprendedores, las razones por las que se consideran fallos y cómo podemos aprender de ellos para no repetirlos. Aunque pueda parecer poco intuitivo, examinar los tropiezos ajenos es tan relevante como estudiar los casos de éxito, ya que nos ayuda a evitar caer en las mismas trampas y a corregir nuestras propias estrategias si estamos cometiendo errores similares.

La realidad es que muchas empresas logran mantenerse y crecer no tanto por actos de genialidad o innovación, sino por la capacidad de evitar errores comunes, especialmente en sus primeras etapas. Sin embargo, es frecuente ver negocios que cierran poco después de su apertura debido a fallos que, en muchos casos, podrían haberse prevenido con mayor información y planificación.

02 Comenzar con optimismo

Asumir la viabilidad comercial del negocio

Es común que las personas emprendedoras creen que una idea innovadora o interesante es suficiente para construir un negocio exitoso. Sin embargo, no todas las buenas ideas se traducen en proyectos viables desde el punto de vista comercial.

¿Cómo evitar este error?

- **Evalúa tu idea desde el principio.** En Barcelona Activa hemos diseñado un test para medir el grado de maduración de tu propuesta de negocio.
- **Consulta nuestra guía para generar ideas de negocio.** Te ayudará a estructurar y validar tu concepto de manera más efectiva.
- **Familiarízate con metodologías avanzadas para el desarrollo empresarial.** Explora herramientas de creatividad y estrategias innovadoras con los recursos que ponemos a tu disposición.
- **Elabora un plan de empresa sólido.** Este documento te permitirá analizar y concretar la viabilidad de tu negocio. En Barcelona Activa te ofrecemos orientación sobre cómo desarrollarlo correctamente.
- **Pon a prueba tu idea antes de lanzarla al mercado.** Contamos con un laboratorio especializado en el que puedes evaluar la experiencia de los usuarios en las fases más avanzadas del desarrollo de productos y servicios.
- **Aprovecha nuestros recursos y formaciones.** Puedes encontrarlos en la sección de agenda bajo el perfil de la persona emprendedora.
- **Si ya tienes un negocio en marcha, interactúa con tus clientes.** Escuchar sus problemas y necesidades te permitirá validar tu producto o servicio y realizar los ajustes necesarios.
- **Consulta bibliografía especializada.** Un buen punto de partida es el libro 100 maneras de fracasar en un emprendimiento (2008) de Leo Socolovsky, publicado por la editorial Galerna.



03 No tener claro qué deben comprarnos

¿Cómo percibe nuestro producto o servicio el público objetivo?

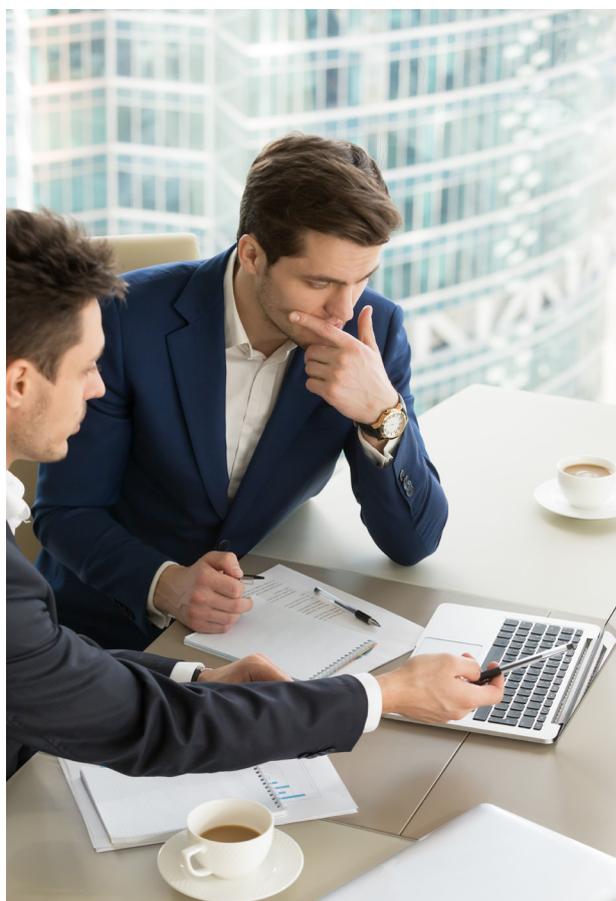
Es fundamental analizar nuestro producto o servicio desde la perspectiva de los clientes potenciales para definir una estrategia comercial efectiva. En otras palabras, es imprescindible comprender a fondo a nuestra audiencia.

Para comenzar, céntrate en aquellas personas que comparten tu visión y a quienes pueda atraerles la historia detrás de tu producto o servicio. Esta historia no solo se refiere a su origen, sino también a los valores y el propósito que lo acompañan. Si deseas profundizar en la importancia del storytelling en el marketing, te recomendamos la lectura de *All Marketers are Liars* (2012) de Seth Godin (Editorial: Penguin).

En resumen, debes conocer a la perfección cómo piensa y siente tu público, qué problemas enfrenta y cómo los resuelve actualmente.

¿Cómo evitar este error?

- **Realiza un estudio de mercado.** Este documento te permitirá conocer qué saben y piensan los consumidores sobre tu producto, el mercado al que pertenece y la competencia. Te sugerimos estas formaciones:
 - Cómo y por qué hacer un estudio de mercado.
 - Customer Discovery.
 - Puedes consultar nuestra agenda en la sección de Marketing y ventas.
- **Utiliza herramientas que te ayuden a ajustar tu propuesta de valor.** Una opción gratuita es el Value Proposition Canvas (Lienzo de propuesta de valor), que te permitirá adaptar tu producto o servicio a las necesidades de tus clientes.
- **Amplía tus conocimientos con bibliografía especializada.** Un buen recurso es el libro *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want* (Strategyzer) (2014) de Alexander Osterwalder et al. (Editorial: Wiley).



04 Imitar un negocio exitoso sin asegurarnos de que funcionará en nuestro mercado

Replicar un modelo de negocio que ya tiene éxito no garantiza obtener los mismos resultados. En muchos casos, la credibilidad en el mercado es clave para triunfar, y esta solo se logra con experiencia y una trayectoria sólida. Adaptar un negocio exitoso de otro lugar a tu mercado local puede parecer una buena estrategia en teoría, pero la realidad puede ser muy diferente. Es fundamental evaluar si ese modelo es realmente aplicable en tu contexto, teniendo en cuenta factores como los hábitos de consumo y las tendencias del público al que te diriges. Es probable que necesites hacer ajustes para adaptarlo a las necesidades y expectativas del mercado local.

¿Cómo evitar este error?

- **Desarrolla un plan de empresa completo.** Este debe incluir una descripción detallada del modelo de negocio, un análisis de la competencia y una matriz DAFO.
- **Busca asesoramiento especializado.** Contamos con expertos que pueden guiarte en diversas áreas clave como emprendimiento, gestión empresarial, marketing y ventas, así como aspectos legales y fiscales.

- **Amplía tus conocimientos con bibliografía recomendada.** Un excelente recurso es el libro *Testing Business Ideas: A Field Guide for Rapid Experimentation* (Strategyzer) (2019) de David J. Bland et al. (Editorial: Wiley).

05 No definir correctamente el público objetivo

No todos los productos interesan por igual a todas las personas

Para que un negocio tenga éxito, es esencial identificar a qué tipo de clientes realmente les interesa nuestro producto o servicio. Para ello, realizar una segmentación de mercado adecuada es clave. Sin embargo, muchas personas emprendedoras cometen el error de no llevar a cabo este análisis o de hacerlo de forma incorrecta. Definir con precisión nuestro público objetivo no solo facilita una estrategia comercial más efectiva, sino que también permite optimizar tiempo y recursos, evitando inversiones innecesarias en audiencias que no tienen interés real en lo que ofrecemos.

¿Cómo evitar este error?

- **Realiza un estudio de mercado para determinar la segmentación ideal.** Considera factores como edad, género, intereses y ubicación. En Barcelona Activa contamos con una herramienta especializada para este propósito. Consulta más información en nuestra área de Marketing y ventas.
- **Amplía tus conocimientos con bibliografía especializada.** Te recomendamos el libro *Elaboración de estudios de mercado en la formulación de proyectos* (2019) de Fernando Torres Granadillo y Deibi Hernández Reverol (Editorial: EDILUZ).



06 No confiar en que la clientela llegará sola:

Tener un buen producto o servicio no garantiza que nos descubran

Para que un negocio prospere, es fundamental invertir en estrategias que nos ayuden a darnos a conocer. No basta con tener una oferta atractiva si no hacemos un esfuerzo activo para atraer clientes. Para ello, podemos utilizar diversas tácticas, como anuncios, folletos, campañas de email marketing, notas de prensa, optimización en motores de búsqueda (SEO, SEM) y estrategias de posicionamiento en tiendas de aplicaciones (ASO) en caso de desarrollar una app.

Cada negocio debe contar con un plan de marketing y comunicación bien definido. Es importante identificar los touchpoints, es decir, los momentos y lugares (físicos o digitales) donde podemos conectar con nuestro público objetivo. Además, necesitamos transmitir nuestro mensaje de manera clara y atractiva, eligiendo los temas adecuados y adaptando nuestra comunicación a los intereses y necesidades de nuestra audiencia.

¿Cómo evitar este error?

- **Desarrolla un estudio de mercado para definir la segmentación adecuada.** Analiza factores como edad, género, intereses y ubicación. En Barcelona Activa ofrecemos herramientas especializadas para ayudarte. Consulta más información en nuestra área de Marketing y ventas.
- **Consulta bibliografía especializada.** Un buen recurso es el libro *Elaboración de estudios de mercado en la formulación de proyectos* (2019) de Fernando Torres Granadillo y Deibi Hernández Reverol (Editorial: EDILUZ).

07 No considerar la importancia de la diferenciación

Destacar en el mercado es clave para evitar convertirse en "una empresa más" y depender únicamente de competir por precio. Es fundamental demostrar qué hace único a tu producto o servicio y qué valor adicional ofrece en comparación con la competencia. Sin embargo, diferenciarse no es sencillo, ya que otras empresas también buscan destacar, lo que hace que encontrar un espacio propio sea un desafío.

No se trata de copiar estrategias existentes sin un propósito claro, sino de identificar un elemento diferenciador auténtico. Este puede estar en la forma de entrega (más rápida o eficiente), en la prestación del servicio, en la configuración del producto o en cualquier otro aspecto que aporte un beneficio real a la clientela. Lo importante es que esta propuesta de valor responda a una necesidad específica de tu público objetivo.

¿Cómo evitar este error?

- **Aprende y aplica metodologías de creatividad para negocios.** En Barcelona Activa hemos desarrollado guías, actividades y formaciones para emprendedores en diferentes etapas. Consulta nuestros recursos en la sección El perfil de la persona emprendedora.
- **Analiza la experiencia de usuario con tu producto.** Contamos con UXLAB, un laboratorio especializado donde puedes evaluar la interacción de los usuarios con tus productos en distintas fases de su desarrollo. Encuentra más información en nuestro sitio web.
- **Aprovecha nuestros talleres y asesorías especializadas.** Ofrecemos formación en áreas clave como emprendimiento, gestión empresarial, marketing y ventas, así como aspectos legales y fiscales. Consulta nuestra agenda de actividades.
- **Amplía tus conocimientos con bibliografía recomendada.** Un excelente recurso es el libro *The Design Thinking Toolbox: A Guide to Mastering the Most Popular and Valuable Innovation Methods* (2020) de Michael Lewrick (Editorial: Wiley).

08 No ser consciente de que la clientela desconfía de los nuevos negocios

Especialmente en el sector de los servicios, es difícil que un emprendimiento sin trayectoria logre de inmediato la confianza de su público objetivo. La clave está precisamente en eso: generar confianza. ¿Cómo hacerlo cuando una marca es nueva en el mercado?

Es poco probable que desde el principio logres la confianza de un gran número de clientes. Sin embargo, puedes comenzar por dirigirte a un nicho de mercado más específico donde sea más viable establecer relaciones de confianza. En lugar de enfocarte solo en vender, es recomendable iniciar conversaciones con tu público objetivo. Esta estrategia te permitirá comprender mejor sus necesidades y demostrar tu valor, lo que contribuirá a ganar credibilidad con el tiempo.

¿Cómo evitar este error?

- **Elabora un plan de empresa sólido.** Esto te permitirá anticipar desafíos como la falta de confianza inicial y evaluar si es viable continuar con tu idea de negocio y bajo qué condiciones.
- **Adapta tu propuesta para mejorar su aceptación.** Tal vez tu modelo de negocio necesite ciertos ajustes para encajar mejor en el mercado. En Barcelona Activa contamos con herramientas para ayudarte a analizar y mejorar tu idea. Consulta nuestros recursos en El perfil de la persona emprendedora y Marketing y ventas.
- **Evalúa el grado de maduración de tu negocio.** Puedes realizar una prueba específica para conocer en qué etapa se encuentra tu idea y recibir asesoramiento personalizado. Encuentra más información en nuestra área El perfil de la persona emprendedora.
- **Un libro útil es *Cómo hacer un plan de empresa*:** Guía práctica para su elaboración y puesta en marcha (2019) de José Manuel Martí Ramos (Editorial: Profit Editorial).



09 Enfocarse solo en la inversión inicial y olvidar el flujo de caja

Muchas personas emprendedoras se concentran únicamente en las inversiones necesarias para iniciar su negocio, sin considerar el capital circulante, que es esencial para la operatividad diaria de la empresa. Para evitar problemas financieros, es clave desarrollar un plan de financiación detallado que contemple los flujos de efectivo.

Es importante diferenciar entre viabilidad económica y viabilidad financiera, ya que no son lo mismo. Por ejemplo, si vendes un coche por 10.000 euros, eso representa una venta por ese monto. Sin embargo, vender no siempre significa recibir el pago de inmediato. En ciertos casos, como en transacciones con grandes empresas, el cobro puede tardar 20 días o más. Esto implica que, aunque hayas generado ingresos en papel, es posible que el dinero aún no esté disponible en tu cuenta bancaria. Si no tienes efectivo a tiempo, podrías enfrentar dificultades para pagar salarios, alquiler, impuestos o campañas de marketing, lo que puede poner en riesgo la continuidad del negocio. Por ello, es tan importante calcular no solo la inversión inicial, sino también la frecuencia y el volumen de los ingresos y egresos financieros.



¿Cómo evitar este error?

- **Planifica con precisión y accede a fuentes de financiación.** En Barcelona Activa contamos con el área Gestión empresarial, donde ofrecemos herramientas para el control financiero del negocio, además de guías, formaciones y recursos específicos sobre este tema.
- Recibe asesoramiento financiero especializado. Te ofrecemos formación específica sobre la elaboración de planes económicos y financieros, disponible en nuestra área de gestión empresarial.
- **Consulta bibliografía útil.** Un libro recomendado es Contabilidad para numerofóbicos: Una guía de supervivencia para propietarios de pequeñas empresas (2018) de Dawn Fotopulos (Editorial: Grupo Nelson).

10 No dar por hecho que obtendrás financiación externa

Si bien los bancos suelen exigir garantías para conceder préstamos, cada vez más evalúan la viabilidad del proyecto antes de financiarlo. Además, las ayudas gubernamentales no siempre son una solución definitiva para cubrir las necesidades económicas de un negocio.

Muchas personas emprendedoras asumen que su proyecto es tan bueno que cualquiera querrá financiarlo. Para evitar decepciones, es importante reflexionar sobre aspectos clave: ¿Qué tipo de negocio tengo? ¿Es un modelo innovador? ¿Mi propuesta de valor es protegible? ¿Para qué exactamente necesito financiación? ¿Cuánto capital requiero? ¿Además de dinero, puedo beneficiarme de otros tipos de aportaciones en especie?

Responder estas preguntas te ayudará a diseñar una estrategia financiera sólida. Existen diversas fuentes de financiación, como la red de las 3F (Family, Friends & Fools), microfinanzas, plataformas de crowdfunding, bancos e inversión privada. Según la fase en la que se encuentre tu negocio, puede ser conveniente optar por una combinación de estas opciones. En cualquier caso, es fundamental comprender los pros y contras de cada alternativa y elegir la que mejor se adapte a tu proyecto.

¿Cómo evitar este error?

- **Prepara un plan de negocio sólido.** Para acceder a financiación externa, es esencial presentar un proyecto bien estructurado y con alta viabilidad.
- **Aprende a gestionar la financiación.** Ofrecemos herramientas para diseñar un plan financiero efectivo y acceder a distintas fuentes de financiamiento según el perfil de tu empresa. Consulta nuestra área Gestión empresarial para más información.

- **Capacítate en inversión.** Disponemos de formaciones especializadas, como ¿Es invertible tu negocio?, donde aprenderás estrategias clave para atraer inversionistas.
- **Explora opciones de crowdfunding.** En nuestro portal encontrarás recursos específicos para conocer y aprovechar esta vía de financiación colectiva.
- **Amplía tu conocimiento.** Un libro recomendado sobre el tema es Financiación del proceso emprendedor (2014) de Jon Hoyos Iruarrizaga (Editorial: Pirámide).

11 No estar listo para gestionar el éxito

A pesar de lo que muchos piensan, un gran éxito no resuelve todos los problemas. Es importante considerar la posibilidad de lo que se denomina "morir de éxito". Si nuestro negocio empieza a prosperar, debemos evaluar nuestras capacidades y comprometernos únicamente con lo que realmente podemos manejar. Si no lo hacemos, la pérdida de credibilidad por no cumplir con los plazos acordados podría ser más perjudicial que el propio producto o servicio que ofrecemos.

Muchas empresas no logran mantener su propuesta de valor cuando experimentan un crecimiento rápido, o no son capaces de crear una propuesta única que las diferencie de sus competidores, que intentan imitarlas. Por eso, cuando un negocio alcanza el éxito, es fundamental estar preparado para gestionarlo adecuadamente, tomando decisiones, por difíciles que sean, que garanticen que podamos mantener nuestra ventaja competitiva y nuestra propuesta de valor diferenciada.



Opciones para evitarlo

- **Permanece siempre actualizado.** No dejes de innovar ni de replantearte tus enfoques. Para ello, utiliza recursos variados como libros, revistas, eventos, talleres y conferencias.
- **Especialmente, te sugerimos leer el libro Misión emprender: Los 70 hábitos de los emprendedores de éxito** (2017) de Sergio Fernández y Raimon Samsó. Editorial: CONECTA.

12. Subestimar el costo de promoción

Es fundamental creer en la importancia de las acciones promocionales, aunque a menudo impliquen un gasto considerable. Al comenzar, es vital darnos a conocer o correremos el riesgo de desaparecer. No podemos caer en la tentación de pensar que un buen producto se venderá por sí solo, ya que estos casos son extremadamente raros, como los unicornios.

Es crucial desarrollar una estrategia de contenidos alineada con los valores de la empresa. Esta estrategia debe centrarse en crear contenido atractivo para nuestro público objetivo, lo que nos permitirá generar interés y contactos de personas interesadas en nuestro producto o servicio.

No se trata de que te compren por lo que ofreces, sino por cómo lo presentas. Esto no implica mentir; hoy en día, los clientes son más exigentes y no perdonan un engaño de marketing. Es esencial tener claro qué acciones comerciales, de comunicación y marketing se van a realizar, y trabajar de manera coherente en todos los canales y formatos.

Opciones para evitarlo:

- **En las primeras etapas de un negocio, el plan de marketing y la estrategia de ventas son cruciales para la supervivencia de la empresa.** Para crear una estrategia efectiva, te apoyamos con guías, herramientas, actividades y asesoramiento. Consulta toda la información en nuestra área de Marketing y ventas.

- También te sugerimos leer el libro **Objetivo: vender más: 365 claves, ideas y reflexiones para incrementar las ventas en tu tienda** (2014) de Jacinto Llorca Mayol. Edición: Gestión 2000.

13. Despreocuparse de los aspectos funcionales

Si bien las ventas son el motor de cualquier negocio, no lo son todo. Es fundamental cuidar otros aspectos, como la atención al cliente y la calidad, que están frecuentemente relacionados con la organización interna de la empresa.

Las operaciones son un factor clave que puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso. Por eso, debemos considerar todas las áreas funcionales que una empresa necesita y decidir qué tareas podemos gestionar internamente (es recomendable que el negocio se encargue de las funciones clave) y cuáles podemos subcontratar (por ejemplo, servicios de gestión).

Opciones para evitarlo:

- **Para optimizar la estructura organizacional de tu empresa, necesitarás contar con los recursos humanos adecuados.** Utiliza la plataforma Barcelona Activa Treball para encontrar los perfiles que tu negocio necesita: <https://treball.barcelonactiva.cat/>
- **También te recomendamos consultar el libro La rentabilidad: Análisis de costes y resultados** (2016) de José de Jaime Eslava. Editorial: ESIC Editorial.





Financiado por
la Unión Europea

