

# Los 10 errores que toda pyme debería evitar





## ÍNDICE

Los 10 errores que toda pyme tiene que evitar .....	3
1. Primer error .....	4
2. Segundo error .....	5
3. Tercer error .....	6
4. Cuarto error .....	6
5. Quinto error .....	7
6. Sexto error .....	8
7. Séptimo error .....	9
8. Octavo error .....	9
9. Noveno error .....	10
10. Décimo error .....	10



## Los 10 errores que toda pyme tiene que evitar

**Emprender un negocio nunca ha sido una tarea sencilla. Construir tu propia empresa y lograr que continúe en pie supone tiempo, esfuerzo y grandes sacrificios, al menos durante sus primeros momentos.**

Superar con éxito el primer año de vida de tu empresa puede resultar complicado. Según los diversos estudios realizados sobre la supervivencia de la pyme en España, durante el primer año sobreviven el 80% de las empresas que comienzan. Sin embargo, la mayor dificultad se encuentra en mantenerse a flote durante los siguientes años. Parece que **poco más del 50% de las empresas son capaces de sobrevivir durante los primeros cinco años**, aunque una vez superada esta barrera, las probabilidades de supervivencia incrementan.

Los motivos por los que las empresas fracasan son muy diversos. En la mayoría de las ocasiones, las causas que desencadenan el hundimiento de tu negocio se pueden evitar. El éxito o fracaso de tu empresa dependen en gran medida de ti, de tu capacidad para analizar y resolver los obstáculos que se vayan interponiendo en tu camino y de tus habilidades y conocimientos.

¿Sabías que la mayoría de las empresas cometen los mismos errores? Aquí te presentamos diez de los errores más comunes que debes evitar cometer si deseas que tu empresa sobreviva y alcanzar el éxito.

## Primer error:

### No disponer de un plan de negocios adecuado

No planificar ni redactar un “Plan de Empresa” es el principal error de muchas de las micropymes y pymes de nuestro país.

Un elevado número de emprendedores ponen en marcha su negocio sin antes reflexionar sobre la idea de su negocio, sin establecer los objetivos que desea alcanzar, definir su misión, sus valores, analizar a fondo los recursos o realizar un eficaz análisis de mercado.

En este documento se deben plasmar todos los elementos imprescindibles para poner en marcha tu negocio, y no sólo señalar en qué va a consistir o dónde se va a ubicar.

Un plan de empresas eficaz debe basarse en un estudio de mercado y reflejar:

- **Descripción de la idea de negocio.** Se trata de explicar en qué va a consistir, cómo se va a llevar a cabo o dónde se va a ubicar el negocio.
- **Plan de Marketing.** El plan de marketing debe partir de un estudio del entorno y del análisis DAFO, para identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que tiene la idea. En este plan se deben reflejar los objetivos y metas que se desean alcanzar y las estrategias que se llevarán a cabo para conseguirlo, en función de los clientes.
- **Plan de Operaciones,** en el que debe constar las características de los productos o servicios que se van a ofrecer y una descripción de los procesos que se van a llevar a cabo. Dentro de este apartado se debe identificar los recursos materiales que serán precisos para poner en marcha el negocio.
- **Los recursos personales que vas a necesitar.** Ningún plan de negocios debe obviar este apartado. Puede que en principio no tengas intención de contratar a nadie, sin embargo, si tu meta es crecer, llegará un momento en el que precisas de la ayuda de otros. Piensa sobre qué tipo de contratación es la más eficaz para tu negocio y la mejor forma de organizar este tipo de relaciones.
- **Plan económico-financiero.** Es un elemento clave que determinará la viabilidad de tu idea. Tu plan de empresa debe reflejar información relativa al presupuesto total que supondrá poner en marcha tu negocio, costes fijos y variables, la previsión de ventas o las posibles fuentes de financiación a las que puede recurrir tu empresa. Se trata de conocer y valorar tus posibilidades para que las cuentas salgan.

El plan de empresa es una herramienta fundamental para cualquier tipo de negocio. Su fin principal es analizar la viabilidad de tu negocio, conocer si éste será rentable y analizar las dificultades a las que tendrás que enfrentarte.

Sin embargo, no son las únicas ventajas que te ofrece este documento. Un eficaz plan de empresa te ayudará a:

- Definir tus objetivos y metas de manera realista.
- Considerar todos los factores que intervienen en el éxito de tu negocio.
- Reconocer las áreas clave de tu negocio.
- Identificar los puntos débiles de tu empresa.
- Estudiar las medidas y estrategias que debes diseñar para poder alcanzar tus metas.
- Analizar los recursos que vas a necesitar para emprender tu negocio.
- Identificar y valorar los riesgos y desviaciones con el fin de introducir las medidas de mejora necesarias.
- Te servirá como guía para poner en marcha tu idea.
- Será la base para diseñar otros planes y estrategias empresariales.
- Puede ser una útil herramienta para la búsqueda de financiación externa.

## Segundo error: Desconocer el mercado al que te diriges

El éxito **de tu negocio depende de tus clientes**. Una empresa sin clientes está obligada a cerrar sus puertas. Por eso, adentrarte en el mundo empresarial sin conocer a tu público objetivo o **“target”** es otro gran error que debes evitar a toda costa.

La satisfacción del cliente debe ser tu principal objetivo, pues sólo así podrás conseguir que regrese de nuevo. Sin embargo, para ofrecer a tus clientes una experiencia gratifican-



te, necesitas **conocer sus gustos, necesidades y sus expectativas**, pues será lo que determine su grado de satisfacción.

Tanto si deseas **captar nuevos clientes** como si tu propósito es **retener o fidelizar** a los que ya tienes, es necesario **diseñar estrategias** lo más **personalizadas** posible. Éstas deben estar centradas en los clientes, basadas en sus gustos y encaminadas a satisfacer sus necesidades.

No todos los clientes son iguales, por eso, te será muy útil **analizar el mercado** y realizar una segmentación para conocer las características, hábitos de consumo, gustos y necesidades de cada segmento de clientes, con el fin de diseñar las estrategias de marketing más eficaces para cada grupo.

**Además, conocer a tus clientes te ahorrará tiempo y dinero, al diseñar estrategias eficaces y no tener que dar tumbos probando diferentes tácticas para reclutar o retener a tus clientes.**

### **Tercer error:**

#### **Ignorar a la competencia y no aprender de los mejores**

Debido a la globalización y a internet **cada vez es mayor la competencia existente**. Si quieres tener opciones de éxito, necesitarás **investigar a fondo a tu competencia** y practicar el **Benchmarking**, para poder hacerles frente.

No sólo debes identificar quienes son tus mayores competidores, tanto directos como indirectos, también debes averiguar por qué son una amenaza para ti, en qué destacan, qué estrategias utilizan para captar a tus clientes y cuáles son sus debilidades.

Para conocer a tu competencia, debes averiguar qué productos vende, cuál es la calidad de éste, los servicios que presta, la política de precios que utiliza, investigar qué es lo que más valoran los clientes de ellos y lo que menos les gusta, para aprender de sus errores y ofrecer al público otra alternativa diferente y mejor.

Por otro lado, también es importante **aprender de los mejores**, tanto dentro de tu sector como fuera. Cada empresa tiene un área en la que destaca. Descubrir, analizar y comparar las herramientas y tácticas que utilizan estas empresas para integrarlas dentro de negocio te ayudarán a mejorar de manera continua.

### **Cuarto error:**

#### **Descuidar el servicio de atención al cliente**

La atención al cliente debería ser un servicio básico en cualquier empresa y uno de los más cuidados y valores. Sin embargo, esto no es siempre así. Muchas veces el servicio de atención al cliente se limita, cuando existe, a la recepción de quejas y reclamaciones y a intentar solucionar los problemas una vez que ya se han producido.

Se estima que **más de la mitad de los clientes que abandonan un negocio, lo hacen motivados por una mala atención**, porque consideran que no han sido bien tratados. Muchas veces los clientes tienen la sensación de que no han sido escuchados, de que nadie del departamento de atención al cliente, cuando éste existe, ha mostrado interés por su problema o de que el departamento da por zanjado el proceso sin que ellos hayan recibido una solución a su problema.

Un **eficaz servicio de atención al cliente** debe englobar a toda la compañía y **centrarse en satisfacer a los clientes, resolver sus dudas y evitar las incidencias**.

Para ofrecer un servicio de atención de calidad debes escuchar a tus clientes y comunicarte de manera activa con ellos, con el fin de conocer sus ideas, dudas y valoraciones y poder introducir las mejoras necesarias.

**Un eficaz servicio de atención al cliente es clave para captar y retener a los clientes. mientras que un servicio ineficaz puede suponer la pérdida de muchos futuros clientes.**

Es importante que los trabajadores que atiendan a los clientes se encuentren debidamente formados y sepan cómo actuar en cualquier momento.

Debes tener presente que los clientes buscan un servicio de atención personalizado, rápido y eficaz.

### **Quinto error: No disponer de la formación adecuada**

Para ser emprendedor no es necesario una formación específica. Sin embargo, para destacar sobre el resto de tu competencia y **alcanzar el éxito empresarial**, la **formación será un elemento clave**.

Es importante que los emprendedores posean **conocimientos técnicos** y específicos sobre el negocio en el que se van a involucrar. Cuanto más conozcan sobre el negocio más opciones tendrán de sobrevivir y menos probabilidades de cometer determinados errores.

Sin embargo, esta formación no es suficiente para el éxito de tu negocio. Como gerente deberías **adquirir otras nociones y habilidades relacionadas con la gestión empresarial**.

Los empresarios necesitan conocer las características del entorno económico, las diversas formas de organización empresarial, las distintas estrategias, técnicas y herramientas de gestión y marketing, y dominar ciertos aspectos relacionados con la contabilidad y las diversas formas de financiación de las que se puede beneficiar, para poder tomar decisiones acertadas que garanticen el bienestar de su negocio.

Esta formación se puede adquirir a través de los **MBA** (Master of Business Administration) que ofrecen un programa formativo diseñado para ampliar los conocimientos y potenciar las habilidades necesarias para la gestión empresarial.



## Sexto error: Una ineficaz gestión empresarial

La falta de planificación y formación suelen ser las causantes de una ineficaz gestión empresarial.

La mayoría de las empresas **fallan en la gestión financiera** de sus negocios, sin embargo, no es el único error que cometen, la **falta de una estrategia para la gestión del talento** suele ser también habitual.

La capacidad de financiación y la falta de liquidez es uno de los principales problemas a los que se enfrentan las pymes. Con la llegada de la crisis económica, la **obtención de financiación** se ha convertido en todo un reto y en uno de los **principales obstáculos para que las empresas puedan subsistir y crecer**. Por eso, cada vez cobra mayor relevancia una eficaz gestión financiera.

Una adecuada gestión económica y financiera te ayudará a conocer mejor la situación de tu empresa, elaborar estrategias y previsiones fiables, a analizar qué tipo de financiación te será más rentable y fiable y a tomar las decisiones más acertadas para asegurar el futuro de tu organización.

Por otro lado, la **gestión del talento** es otro gran olvidado de las pymes. El **capital humano** es uno de los recursos más importantes con los que cuenta una empresa. Por eso, es conveniente, en primer lugar, **diseñar un eficaz proceso de selección** con el fin de contratar a los trabajadores más adecuados para el puesto de trabajo que se oferta, y, en segundo lugar, **diseñar estrategias dirigidas a la retención del talento y al “engagement”**.

## Séptimo error: Resistencia al cambio y a la innovación

Vivimos en una **sociedad en constante evolución y transformación**, por lo que la **gestión del cambio** debería estar presente en todas las empresas, con independencia de su tamaño. Sin embargo, muchas de las pyme se olvidan de incluir esta necesidad de adaptación en sus proyectos empresariales.

La **resistencia al cambio** es algo habitual, incluso comprensible, pues modificar los métodos y estrategias **supone un esfuerzo extra** y cierta incertidumbre e incluso miedo. Sin embargo, es necesario superar ese rechazo inicial y **adaptarse a los cambios para poder sobrevivir y alcanzar el éxito**.

La gestión del cambio implica una revisión continua en las formas de proceder que se llevan a cabo, una transformación en la filosofía de la empresa, en la forma de pensar y de hacer las cosas. Las organizaciones necesitan desarrollar estrategias y métodos innovadores que les permita ser más competitivos y continuar en el mercado. Aunque para que el cambio sea real y efectivo, es necesario que afecte a toda la empresa e incluya a todos los trabajadores, de lo contrario, la gestión del cambio no obtendrá los resultados deseados.



## Octavo error: No utilizar eficazmente las opciones que ofrece internet

Un uso ineficaz de las nuevas tecnologías seguramente no te lleve directo al fracaso, no obstante, esta herramienta puede convertirse en gran aliada si sabes cómo utilizarla.

Uno de los errores más frecuentes que cometen las pyme es creer que no necesitan estar en internet, sin embargo, la presencia de tu empresa en este medio te ofrece la oportunidad no sólo de ser conocido en tu barrio o ciudad, sino en el mundo entero.

Como empresa, deberías disponer de una web corporativa o blog, a través del que ofrecer información sobre tu negocio, y utilizar aquellas redes sociales que te puedan ser más útiles, para comunicarte con tus clientes y proveedores.

Además, hoy día, gracias a las herramientas cloud, puedes llevar tu empresa contigo y gestionarla desde cualquier lugar, siempre que dispongas de conexión a internet.

### **Noveno error: Una escasa o nula inversión en marketing**

En España aún constituyen una minoría las pequeñas y medianas empresas que invierten en publicidad y marketing para dar a conocer su marca.

A través del marketing empresarial las empresas se dan a conocer ofreciendo una imagen propia y creando una marca personal, diferente a la de su competencia.

Esta herramienta de promoción es fundamental hoy día para poder captar y fidelizar a los clientes. Por eso, todas las empresas, también las más pequeñas, deberían diseñar un plan de marketing y destinar una parte de sus recursos económicos para la puesta en marcha de estas estrategias de marketing.

### **Décimo error: No llevar a cabo un control y evaluación continua**

La evaluación es sin duda un proceso vital en cualquier tipo de proyecto, sin embargo, muchas veces, es la gran olvidada. Las empresas se preocupan por vender sus productos o servicios y sólo valoran si el negocio va bien o mal, pero muy pocas se paran a analizar los problemas reales o a realizar un seguimiento continuo para averiguar qué está fallando y poder tomar las medidas adecuadas para solucionarlo.

Para llevar a cabo este control y seguimiento es necesario seleccionar indicadores de evaluación que ayuden a medir y valorar la situación de la empresa. A través de este proceso continuo, se deben observar y recoger los datos más relevantes con el fin de conocer la marcha del negocio en cada momento y analizar las posibles desviaciones o problemas.

**EAE** Business  
School

---

Distancia Online - Semipresencial Blended

Síguenos en:   