

SECOT BARCELONA

Voluntariado de Asesoramiento Empresarial

La experiencia adquirida por SECOT tras aconsejar a centenares de futuros empresarios permite generalizar ciertos consejos. Deseamos comentarlos en este resumen, porque pueden ser de buen provecho (hablamos aquí de "productos", pero recuerden que los servicios también lo son.....)

1) La viabilidad comercial del futuro negocio

Por encima de todo otro aspecto es elemental saber muy bien **porque consideramos viable** la actividad. Formulemos algunas preguntas:

- ¿ Copiamos algo que "tiene éxito" como base de nuestra nueva actividad ?

Puede ser eficaz, pero **solo si enfocamos el tema con máximo precaución**. Es muy distinto "que se vende bien" un producto innovador como tal a que tenga éxito según quien sea el suministrador.

También es vital juzgar **si la demanda continuará creciendo** o ya ha llegado a niveles cercanos a la saturación. Hay que recordar que vivimos en un mundo donde todo "va mucho más de prisa" que antes; ¡ **pasar** algo de **novedoso a anticuado** puede ser rápido !

- ¿ Conocemos el perfil de nuestro futuro "comprador más probable" ?

Los productos **nunca interesan por un igual** a todos. Es muy importante averiguar, a través de estudios, preguntas en donde haga falta y otras fuentes, quienes son los más probables compradores. Solo así podremos **enfocar nuestra actividad de forma positiva** hacia ellos.

Pretender vender algo requiere inversión de tiempo y dinero; no podemos correr el riesgo de dirigir este esfuerzo hacia donde no hay "resonancia".

- ¿ Pensamos en como dar CREDIBILIDAD a nuestra empresa y producto?

De muy poco nos sirve disponer de un producto "vendible" y saber a quienes hay que presentarlo, **si no podemos convencer** a nuestros futuros clientes de que harán bien en comprar **a nosotros**.

Es posible prescindir de credibilidad si tenemos algo que puede ser **verificado** como bueno **al instante**; pero esto ocurre en muy pocos casos.....

Cuando somos "nuevos en esta plaza", **lo más normal es que los compradores recelen** de nuestra capacidad de hacer las cosas bien. HAY QUE ADMITIR ESTA POSTURA y buscar la manera de vencerla; es vital lograrlo.

- ¿ Confiamos en que será fácil que nos lleguen los futuros compradores ?

Si esto es el caso, las posibilidades de fracasar son altas. Aun cuando **tengamos un producto vendible**, sabemos a quien interesa y intuimos como convencerle para **comprar a un**

El presente estudio es a título de recomendaciones hechas al asesorado, el cual es libre de seguir las ó no, en base a las condiciones generales del acuerdo de asesoría.

EL NUEVO EMPRESARIO : ALGUNAS RECOMENDACIONES

SECOT VOLUNTARIADO DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL Delegación de Barcelona

junio1998

"**novato**", es difícil atraer los compradores a menos de que dispongamos de un presupuesto promocional muy alto.....

Hay que **reconocer la dificultad** y tener muy claro como hacer que **llegue nuestro "mensaje"** a sus destinatarios (los del perfil de mayor probabilidad).

Ello puede ser por medio de escaparates adecuados, mailings, anuncios, repartos de impresos etc.; lo importante es pensar muy bien **en cada caso** cuales son las alternativas factibles y que beneficio nos darán para llegar de preferencia a quienes queremos motivar.

- ¿ Sabemos diferenciarnos ?

Es la clave para **mejorar nuestras posibilidades**. No deberíamos ser, ni nosotros ni nuestro producto, "uno más". Si no podemos hacerlo, solo nos queda intentar ser más baratos y esto es un argumento de doble filo; además puede durar poco si nuestros competidores ajustan sus precios.....

2) La previsión financiera del nuevo negocio

Hemos analizado correctamente la viabilidad comercial. El paso siguiente es, obligatoriamente, verificar la necesidad de fondos y la manera de obtenerlos.

No solo se trata de iniciar la actividad; también hay que mantenerla **hasta que el negocio nos proporcione entradas de dinero superiores a las salidas**.

Preguntamos:

- ¿Contamos la **necesidad total** hasta el momento de iniciar la actividad?

No es suficiente sumar las inversiones en aparatos, muebles, instalaciones, máquinas, decoración y lo que haga falta. Es el conjunto de lo que llamamos INMOVILIZADOS.

Es indispensable **disponer de toda clase de materiales** (desde productos que tenemos para vender hasta todo lo que hace falta para funcionar, tales como impresos, embalajes etc. etc.)

No olvidaremos el coste de acometidas, trámites oficiales, arbitrios e impuestos, fianzas etc.

- ¿Subestimamos el "tiempo de arranque" ?

Todo negocio **arranca con lentitud**. Lo hemos discutido en la parte anterior. Es difícil atraer los compradores y, en el mejor de los casos, no será rápido. Durante este tiempo los **gastos fijos (repetitivos)** solo se **cubren parcialmente** con los ingresos.

- ¿Subestimamos el coste para atraer clientes?

El presente estudio es a título de recomendaciones hechas al asesorado, el cual es libre de seguirlas ó no, en base a las condiciones generales del acuerdo de asesoría.

EL NUEVO EMPRESARIO : ALGUNAS RECOMENDACIONES

SECOT VOLUNTARIADO DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL Delegación de Barcelona

junio1998

Durante el "tiempo de arranque" es preciso realizar **gastos anormalmente elevados para la promoción**. Estos incidirán en la cuenta de explotación de forma importante; luego solo se tratará de costes repetitivos "en línea con las ventas" y previstas en nuestra proyección de la marcha del negocio.

Pero en la **fase inicial muchos se olvidan de contar de antemano la necesidad de promociones excepcionales**.

- ¿Contamos con financiación racional de terceros ?

De forma resumida existen dos vías: los bancos (y cajas de ahorro) y los suministradores. No es lógico suponer que los proveedores nos concederán, desde el primer momento, todas las facilidades habitualmente ofrecidas a sus buenos clientes.....

Los bancos y cajas de ahorro **solo nos prestarán dinero si combinamos dos circunstancias**:

1º) Un plan de negocio convincente de que somos capaces de generar fondos para pagar intereses y amortizar el préstamo

2º) garantías de que cobrarán si las cosas "van mal" (avales, hipotecas y similares).

No debemos equivocarnos al contar con los llamados "CREDITOS BLANDOS" (subvencionados): pagaremos menos intereses, pero no nos serán concedidos sin cumplir las dos circunstancias reseñadas antes.

Finalmente podríamos contar con subvenciones oficiales (fondos dados sin obligación de devolver). Pero entendemos que solo deberíamos hacerlo si es absolutamente seguro su concesión.

3) Los aspectos funcionales del nuevo negocio

- ¿Confiamos en suministradores sin más?

Una de las falacias más habituales es **dar por seguro** lo que nos han **prometido los proveedores**. No hay que descartar que pueden fallarnos en plazo, exactitud de suministro y otros aspectos de lo acordado. Es indispensable controlar mediante contacto regular lo que esperamos nos realicen nuestros suministradores.

Parece que podamos molestarles con este seguimiento; pero recordemos que no nos sirve como justificación frente al comprador lo que ha incumplido el proveedor.

- ¿ Delegaremos en otros sin enseñarles antes ?

Ya sean colaboradores externos o empleados, se detecta en muchas ocasiones la **tendencia a dar por adquirido** que ellos saben exactamente lo que esperamos que realizarán. ¡ Hay que asegurarse !