

# THE CONVERSATION

Rigor académico, oficio periodístico



## Por qué algunos proyectos de emprendimiento no prosperan y cómo evitarlo

Publicado: 23 marzo 2023 19:36 CET

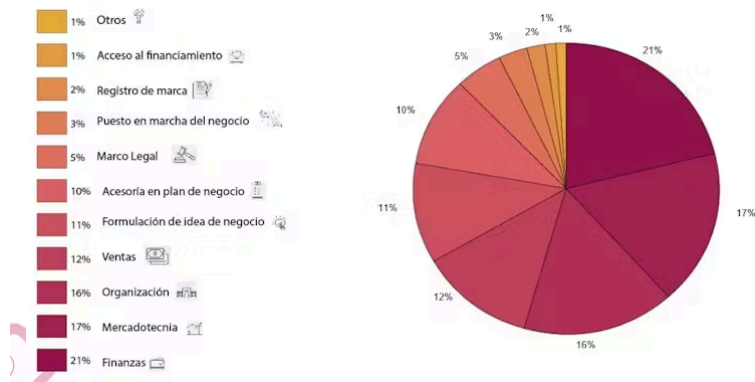
**Guillermo José Navarro del Toro**

Profesor de Tiempo Completo de la Universidad de Guadalajara, Universidad de Guadalajara

Por lo regular, los nuevos proyectos de emprendimiento se enfrentan, al alcanzar su madurez, a un conjunto de problemas. La mayor parte de las veces, la razón es que sus gestores tienden a desertar de su objetivo pues no cuentan con los conocimientos adecuados para poder continuar.

El gran problema radica en no tener una buena administración, no llevar un buen control financiero, la falta de planeación, no contar con aliados estratégicos y la evolución del paradigma del *marketing* hacia lo digital.

El siguiente muestreo se realizó a 200 nuevos emprendedores sobre las necesidades principales en sus nuevos negocios.



Estadística de necesidades en el emprendimiento.

## Punto clave

Al iniciar los proyectos de emprendimiento, estos arrancan, por lo regular, como un **proyecto escolar** financiado por grupos familiares, amigos o conocidos, con cantidades de capital que no suelen ser muy elevadas, y tienen una etapa de desarrollo satisfactoria pero, al llegar a la madurez, desaparecen.

## ¿Cómo mejorar esa perspectiva?

Definir una estructura financiera nos posibilita conocer las fortalezas y debilidades de nuestras empresas. De esta manera podremos tener claros los puntos para aumentar, innovar, desarrollar y mantener la competitividad de la empresa.

## Mejora continua

¡Brindar valor agregado! Esto implica varias claves para hacer crecer el negocio. Por ejemplo: la innovación en tecnología, la reinversión, practicar la inclusión, la sostenibilidad, tener una estrategia para hacer y construir una marca (*branding*), tener metas bien definidas, establecer una vinculación con la sociedad y el cliente, y, lo más importante: *vender experiencias*. Es decir, llegar en todos los sentidos a nuestros clientes.

## El buen juez por su casa empieza

En un proyecto que está íntimamente relacionado con el *marketing*, es menester emplear una estrategia pilar del propio *marketing*: para iniciar, se tiene que realizar una planeación estratégica, dar al proyecto un tratamiento de *marketing*, con el propósito de que sus resultados permitan ser clasificados como un éxito.

Así, la investigación del mercado será el punto de arranque para enfocar el esfuerzo, con un cambio de paradigma que obligue al emprendedor a contar con conocimientos en el área de *marketing* que le ayuden a ser más competitivo.

## Aliados

Es importante que, cuando se inicia un emprendimiento, podamos contar con aliados estratégicos que ayuden a catapultar nuestro proyecto, ya sea por medio de asesorías o allanando el acceso al financiamiento (con el cual los emprendedores pueden incorporar la innovación en su planeación estratégica) y, muy importante, a los nuevos mercados que puedan surgir a través de estos aliados.

## **Vender experiencias**

Es esencial en el desarrollo de un nuevo proyecto saber qué es lo que pasa por la mente del cliente en su proceso de compra. La experiencia de venta o experiencia de compra incluye la calidad del producto, la atención al cliente e incluso el servicio de posventa.

## **Contar una buena historia**

Iniciar un negocio no es tarea sencilla y existe la posibilidad de que en el trayecto se cometan muchos errores (pero también se aprenda de ellos). Estos nuevos aprendizajes merecen ser narrados en la historia del emprendimiento para inspirar y conectar con nuevos emprendedores que han tenido las mismas experiencias.

Es importante contar los motivos que impulsaron el proyecto de emprender, así como la visión de la empresa, ya que es lo único que nadie podrá copiar jamás y hará una gran diferencia frente a la competencia.

## **Megatendencias**

Hoy en día las megatendencias influyen de manera importante en las decisiones de inversión. Saber leer el mercado e identificar los cambios puede ser un motor en la toma de decisiones para invertir y potenciar un nuevo negocio. Ejemplos de megatendencias son el crecimiento del comercio electrónico o del teletrabajo a partir de la pandemia.

## **Comenzar de nuevo**

Puede pasar que finalmente el negocio no arranque o no resulte como se esperaba. Aquí la diferencia va a residir, simplemente, en la actitud frente al cambio. En si se abandona el proyecto de emprender o solo se posterga y se evita así la frustración de no haberlo intentado nuevamente.

En estos casos mi recomendación es: rediseñemos nuestra idea. Ahora poco a poco, teniendo más claro cómo llevarla a cabo. Con una buena planificación para una correcta ejecución y aprendiendo de cada uno de los errores cometidos anteriormente.

Parafraseando a Henry Ford, recordemos que lo importante no es lo rápido que vayamos, lo importante es no detenernos.