

LOS 15 ERRORES MÁS COMUNES QUE COMETEN LOS EMPRENDEDORES PUNTOCOM

# No seas una bluff.com

A pesar de la crisis, o precisamente por ella, el comercio electrónico está alcanzando facturaciones históricas. En este escenario es fácil dejarse arrastrar por cantos de sirenas. Para protegerte, te ofrecemos un listado de los principales errores puntocom.

**E**stamos viviendo una segunda edad dorada de las puntocom? Si atendemos a los números, no cabe duda. En el tercer trimestre del 2010, últimos datos publicados por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, el volumen de comercio electrónico alcanzó un nuevo récord con una facturación superior a los 1.900 millones de euros, un 26,5% más que en el mismo período del año anterior, encadenando el sexto trimestre consecutivo de récord.

**Edgar Barroso**, director de la consultora Avertica.com, tiene muy claras las razones: “La democratización de las tecnologías, la presencia de las redes sociales que permiten promocionarse gratuitamente y la crisis que ha em-

pujado a muchos negocios offline a intentar una oportunidad en la red”, han propiciado la expansión de los negocios online.

Ahora bien, toda expansión fulgurante corre el riesgo de convertirse en burbuja y ésta, tarde o temprano, acaba explotando. Es cierto que hoy en día el escenario es diferente al existente en la primera crisis de las puntocom, pero también lo es que se están repitiendo algunos patrones que ya demostraron entonces su efecto pernicioso. Por eso queremos ofrecerte la lista de lo que no debes hacer y evitar que tu empresa sea en una bluf.com. Para elaborarla hemos optado porque sean los propios empresarios del sector los que nos lo expliquen.

ISABEL GARCÍA MÉNDEZ



# 15 ERRORES QUE NO DEBES COMETER

## 1. TENGO PRISA, TENGO PRISA

La famosa frase del conejo de *Alicia en El País de las Maravillas* fue el error más repetido en la primera crisis de las puntocom: se hacían inversiones multimillonarias que tardaban años en recuperarse y los inversores acababan por tirar la toalla. Y cuidado, porque empiezan a repetirse patrones.



**consejo:** Este tipo de negocios son, en la mayoría de las ocasiones, economías en red que absorben mucha capitalización antes de empezar a devolver algo de beneficios. Así que hay que ser pacientes, ajustar mucho los costes y las previsiones iniciales de ingreso.

## 2. LA MALDICIÓN DE LA 'STARTUP'

"Hay mucho romanticismo. Quieren emular la parte bucólica del gran negocio que se crea en un garaje y luego se vende a los grandes. Y cuando se dan cuenta de que tienen que trabajar 14 horas al día y que los clientes no llegan, desisten", insiste Jesús Lacoste (Soydigital Network).



**consejo:** Identificar las puntocom con un ente diferente a la empresa es un error, porque en realidad sólo varía el canal, pero el modo de funcionamiento tiene que ser igual y no podemos olvidar que ahora cualquier empresa tradicional va a usar las mismas herramientas online.

## 3. EMPRENDEDOR EN SERIE

Un error habitual del emprendedor puntocom es que sacan empresas o ideas de negocio como churros. Hoy crean un negocio de compraventa de pisos, mañana de alquiler de habitaciones y pasado, de decoración. "Son negocios muy puntuales que van replicando a modelos de negocios similares", señala Barroso.



**consejo:** Como nos propone Pedro Pernias, "no debes empezar demasiadas cosas: hay que centrarse en un proyecto y terminarlo porque si no desperdigar energía". Debes adaptar tu modelo a tu oferta, ya que no todo se vende de la misma manera ni atrae al mismo público.

## 4. SÍNDROME DE 'ÚNICO EN EL MUNDO'

"Los emprendedores puntocom suelen ser muy habituales de las redes sociales, se aferran al concepto de "mi idea" que han obtenido normalmente de fuentes de RSS, navegando en esas redes o demás fuentes que están al alcance de cualquiera. No se dan cuenta de que en Internet, al mismo tiempo que tú estás teniendo una idea seguramente habrá otras 2.000 personas a los que se les ha ocurrido", recuerda Emilio Márquez (Networking Activo). De esta manera, se lanzan sin haberla madurado, con lo cual son negocios con barreras de entrada muy bajas y fácilmente copiables. Para bien o para

mal, "Internet rompe barreras espaciales y temporales, y si no estamos avisados nos pueden robar la idea", confirma Sixto Arias (Mobext).



**consejo:** Estudia muy bien cuál puede ser tu valor añadido. Moléstate en hacer un estudio de mercado en la propia web y analiza dónde puedes diferenciarte para reducir los riesgos de réplica. Trabaja tu idea, tu oferta y tu público y especialízate.

Para evitar el fracaso, madura antes la idea, no empieces demasiadas cosas a la vez, cuantifica los gastos, define las fuentes de ingresos y elige un sistema de pago seguro.

## 5. ASESORES, ¿PARA QUÉ? LOS DESCARGO

Siguiendo con esa mentalidad de gratuidad, el ciberempresario cree que puede sustituir a un asesor legal con un *disclaimer* copiado o que puede sustituir al asesor fiscal a través de programas descargados de la red... En definitiva, no invierte nada en consultores estratégicos y este modo de actuar puede tener consecuencias, tanto legales o fiscales como financieras. En lo que se refiere a las primeras, tienen que ver

con el hecho de que existe una normativa específica que regula el comercio electrónico y porque, al ser un mercado muy nuevo, esa normativa está en continua renovación y modificación, lo que obliga a estar al día. En lo que se refiere a las consecuencias económicas, tal como recuerda Márquez, "si quieres pedir financiación en Estados Unidos, te van a exigir las cuentas muy claras y auditadas por personal externo y acreditado".



### consejo:

Invertir ese dinero a la larga te va a resultar rentable

ya que te permitirá crecer adecuadamente, expandirte, obtener financiación externa y adquirir un carácter profesional. Busca al asesor que se adapte a tu tamaño y necesidades y, sobre todo, que esté especializado en las nuevas tecnologías.



Es un error acudir a los hospedajes gratuitos, siempre sobresaturados

## LOS EXPERTOS DICEN



**Edgar Barroso,**  
director de  
Avertica.com:

**"Cuidado con cometer el error de montar proyectos que exijan fuertes inversiones y altos costes de mantenimiento"**



**Emilio Márquez,** CEO  
de Networking  
Activo:

**"En la Red, al mismo tiempo que tú tienes una idea, se le ha ocurrido a miles de personas. Por eso es necesario madurarla"**



**Sixto Arias,**  
director general  
de Mobext:

**"Para bien o para mal, Internet rompe barreras espaciales y temporales: si no estás avisado te pueden robar la idea"**

## 6. LA FALACIA DE LA GRATUIDAD

A la hora de montar un negocio tradicional, todo el mundo da por hecho que hay una serie de gastos iniciales que afrontar: desde el aval bancario, hasta la fianza, pasando por la adquisición de mercancía. El emprendedor puntocom, sin embargo, piensa que sus costes son mínimos y cree que con 500 euros puede montarlo todo. En lugar de pagar por un dominio o un *hosting*, recurre a los hospedajes gratuitos.



**consejo:** Como dice el refrán, *Recoges lo que siembras. Si siembras cutrez, recoges cutrez.*

Los hospedajes gratuitos tienen el problema de estar sobresaturados, lo que influye en la velocidad de descarga de la web, en la facilidad o no para abrir ventanas. Tu portal es tu negocio, no puedes escatimar en él. Pagar un dominio puede rondar la escalofriante cantidad de 10 euros al mes y el hospedaje, 50 euros.

## 7. YA FACTURARÉ

Otro error típico de los puntocom es no establecer claramente cómo van a cobrar. Arrancan sin tener claro a quién van a cobrar: si al usuario, al intermediario, al proveedor o al inversor. Es habitual empezar cobrando al inversor y luego a la publicidad para acabar con el usuario. Pero eso puede provocar vacíos de ingresos muy largos en el tiempo. Y tiene consecuencias.



**consejo:** Tienes que tener claro qué necesidad vas a cubrir y quién va a pagar por ella: si va a ser el cliente, el intermediario,

el publicista, el proveedor... Has de tener muy claro cuál va a ser la convertibilidad de tu web y tener un sistema de pagos que tenga una conversión decente, has de saber cómo vas a facturar, que estás gastando, cómo vas a cobrar, cómo satisfaces la necesidad y tratar de generar ingresos desde el primer día.





## 8. SISTEMAS DE PAGOS POCO SEGUROS

Me he decidido por un artículo y voy a pagar y empiezo a rellenar pantallas y pantallas y pantallas, para al final que no reconozca mi tarjeta. ¿Quién no se ha enfrentado alguna vez a esta situación? La respuesta inmediata del usuario es no volver a ese portal. Por esa razón, a la hora de elegir un sistema de pago, no te la juegues. Vete a lo seguro.



**consejo:** El sistema de pagos debe ser rápido, con un sólo clic, sin necesidad de llenar formularios eternos, complejos o imposibles

de imprimir. Has de facilitar la conversión del pago en factura o recibo para el usuario. Y utilizar sistemas seguros de pagos reconocibles por el usuario, aunque te resulten más caros. Además, debes comunicar claramente las condiciones de venta y las condiciones de privacidad. El cliente debe saber con exactitud cómo seguir su pedido y qué hacer si tiene problemas con él, cómo devolverlo, cómo reclamar. Y ten todos tus datos a la vista: desde el CIF hasta la dirección y el teléfono.

## 9. YO SOY ESPAÑOL, ESPAÑOL, ESPAÑOL

La hiperlocalización lingüística en un medio tan universal como la Red es absurda. El emprendedor español se centra en España y, como mucho, en

Iberoamérica, “pero no comprende que si quiere expandirse en esa región, el primero lugar donde debe ir es a Brasil”, señala Emilio Márquez.



**consejo:** El mercado global son los 2.500 millones de internautas del mundo y tienes que traducir tu página a los cinco principales idiomas, empezando por el inglés y continuando con el portugués. “De los BRIC, Brasil es el más interesante, porque el mercado indio está lejos, el chino tiene muchas barreras y en Rusia se exigen muchos contactos locales porque se fomenta el autoconsumo”, concluye Márquez.

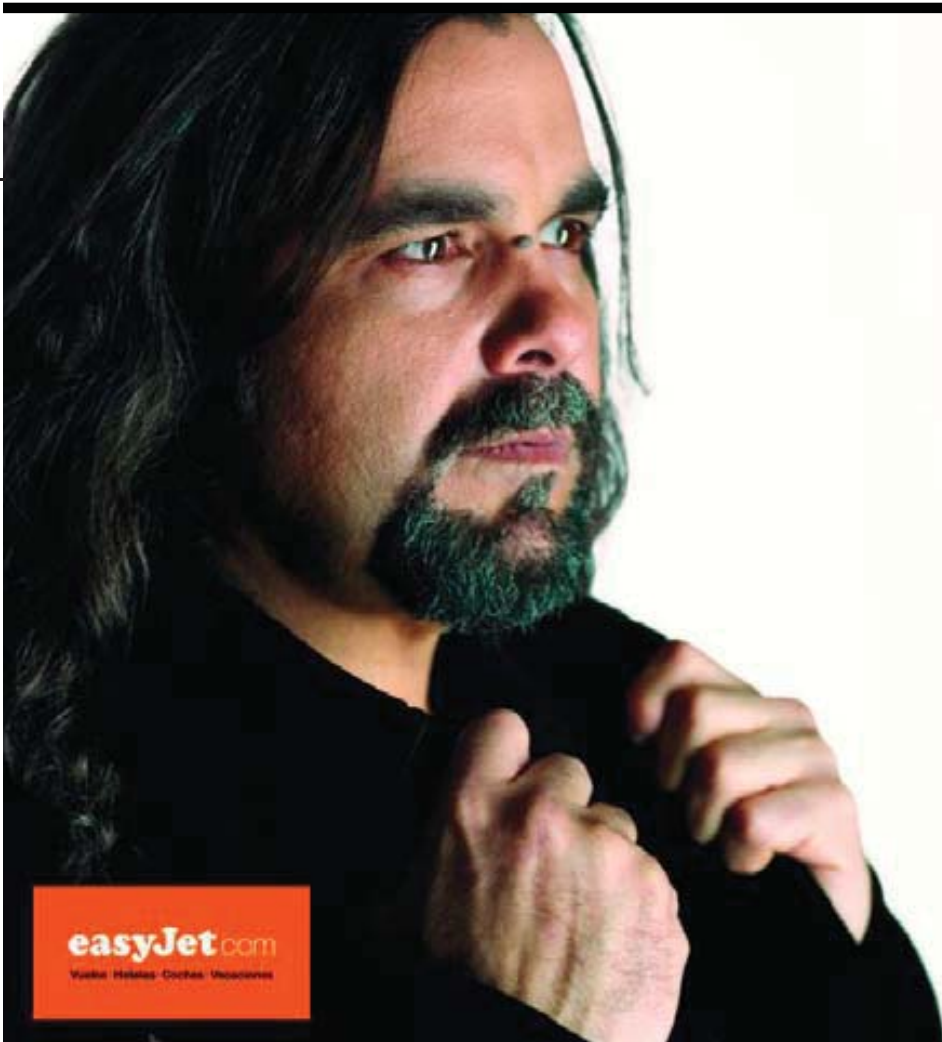
## 10. HABLANDO PARA MÍ MISMO

Otro error relacionado con la tecnología es el hablar para uno mismo y su entorno. Es decir, diseñar tu página como si tus clientes fuesen ingenieros de telecomunicaciones, con lenguajes

imposibles, recursos complejos o ausencia total de usabilidad. “No se mimetizan con su audiencia. Muchas páginas utilizan un lenguaje que les aleja de su público potencial”, dice Pernias.



**consejo:** Tu página ha de estar pensada para tus clientes potenciales no para tu entorno. Tiene que ser intuitiva. Olvídate de los *plugin*, el flash, el java, los vídeos o los recursos de sonidos.



## Gonzalo Figari

Presidente Agencia de Publicidad d6

Su agencia hace las cosas diferentes. Por eso, en sus viajes de business, nunca vuela en business.

- Reserva tu vuelo de negocios con los mejores precios y frecuencias: París 4 al día, Amsterdam 2 al día, Lisboa 3 al día, Londres 6 al día...
- Elige el asiento que quieras con Speedy Boarding.
- Adelanta o retrasa tu vuelo con el Billeto Flexible.
- Vuela con una de las flotas más modernas de Europa.
- Y aterriza siempre en los aeropuertos principales, los mejor conectados.

easyJet.com

Vuela. Relaja. Descubre. Innovamos.

easyJet. Otra clase de business

Más información en <http://es.business.easyjet.com>



## 11. CLIENTES DE UN DÍA

El emprendedor desconoce los parámetros del negocio, crea una plataforma de compraventa pero no sabe integrar todos el servicio. Crea clientela pero luego no aplica técnicas de CRM, no sabe crear fidelidad. "Mi mayor error fue no gestionar bien el servicio que estábamos ofreciendo, la atención postventa estaba descuidada, no había mantenimiento de ese fondo de comercio", cuenta Barroso.



**consejo:** No desperdices la información de tus clientes. Haz una lista de correo para poder realizar campañas de marketing y un seguimiento de venta. Herramientas como el boletín electrónico o las promociones puntuales te pueden ayudar. Cuidado de todas formas con saturar los correos con spam.



**No olvides establecer con claridad cómo vas a cobrar y a quién (usuario, proveedor...)**

## LOS EXPERTOS DICEN



Jesús Lacoste,  
director de  
Soydigital Network:

**"Hay mucho romanticismo en las puntocom. Muchos desisten cuando descubren que hay que trabajar 14 horas al día"**



Pedro Sánchez  
Pernias, director de  
Marketingtribal.es:

**"No debes empezar demasiadas cosas. Hay que centrarse en un proyecto, terminarlo y no desperdigar energía"**

## 12. TRATAR DE REINVENTAR LA RUEDA

"Mi error más grave fue no reconocer a tiempo que lo mío no era desarrollar tecnología, creé hasta tres plataformas y tuve que eliminarlas, porque no soy especialista. Hay empresas que lo hacen muy bien y contratando la tecnología me fue mejor", recuerda Emilio Márquez. Y es cierto, el emprendedor puntocom, por regla general, es un técnico que tiene una idea y tiende a querer abarcar todo el proceso tecnológico.



**consejo:** Al igual que la empresa offline subcontrata o externaliza servicios, la empresa online debe subcontratar aquellos aspectos que no representen el core business o actividad principal de su negocio. Es decir, si publicas contenidos, puedes utilizar herramientas existentes. No tienes por qué crear una ex profeso.

## 13. NI TODO LO CONTRARIO

Es justo el error contrario al anterior: la tendencia a subcontratar todo el desarrollo web, de manera que cualquier cambio que se produzca en tu estrategia, en tu product o en tus clientes tiene que pasar el lento y largo proceso de comunicárselo a tu diseñador o programador para que te haga las modificaciones.



**consejo:** Cada vez hay más cloud computing, software gratuito y herramientas bajo demanda, es decir aquellas que pagas por uso o que están en la nube. Estos instrumentos son perfectos para aquellos servicios que no comporten el corazón de tu negocio. Para la esencia, elige una herramienta que sea flexible, con la que tú mismo puedas realizar los cambios más básicos.

## 14. PONER TODOS LOS HUEVOS EN UNA CESTA

O traducido en las puntocom, poner todo el presupuesto en una sola opción de promoción. No utilices un único canal ni un sólo proveedor.



**consejo:** La ventaja que tiene la Red es la prueba-error: en lugar de hacer una campaña SEO o SEM de miles de euros, hazla con cientos de euros y prueba, ya que los mismos sistemas no funcionan igual para todas las promociones. Y no temas cortar una campaña en marcha. Contrata con agencias que te permitan cortos plazos.

## 15. ATRAER EL TRÁFICO EQUIVOCADO

Saber posicionarse es una ciencia oculta, pero hay que intentar hacerlo. Si no conoces bien tu negocio y tu propuesta de valor, puedes equivocarte en el diseño de tu web,

en tu posicionamiento, en tu publicidad, lo que deriva en atraer un tráfico que no es el que deseas porque aún siendo numeroso no tenga interés en tu producto.



**consejo:** Debes plantearte que después de trabajar 8 o 10 horas en el negocio, tienes que dedicar unas horas a actualizar tu página, tu presencia en las redes, en los blogs, en los foros, en analizar la respuesta a tus acciones, monitorizar tus acciones...