

An aerial, high-angle photograph of a dense urban skyline, likely Shanghai, China. The Oriental Pearl Tower is the central focus, with its distinctive spheres and spire. The city is filled with numerous skyscrapers and buildings, with a river or waterway visible in the lower portion of the frame. The lighting is soft and hazy, suggesting a misty or overcast day.

LOS ERRORES MÁS

GRANDES

QUE COMETEN LOS EMPRENDEDORES

YO EMPRENDEDOR

EL ARTE DE
SABER COMPETIR

NICHO DE
MERCADO

PLANIFICACIÓN

ANDREA HENRIQUEZ VERGARA

Contenido

Introducción	3
I. El “Yo Emprendedor”	4
II. Descubriendo/ Redescubriendo tu Nicho de Mercado.....	7
III. El Arte de Saber Competir.....	10
IV. Sabes Realmente lo que Quieren tus Clientes?	13
V. Planifica y Pasa a la Acción	14
VI. Conclusión al Final de este Recorrido	15

Introducción

A nivel mundial, las estadísticas indican que, aproximadamente el 80% de la Pymes no llegarán al 5to año de actividad comercial, y que el 90% de ellas no logrará pasar la barrera de los 10 años, cerrando sus puertas para siempre.

Alarmante no? Pero, cómo evitar formar parte de esta fría estadística?, Cómo mantener tu emprendimiento lejos de esta dura realidad?

Aunque no lo creas, es MUY SIMPLE, siempre y cuando estés atento a lo que está pasando tanto en tu empresa como en tu entorno de negocios.

Según analistas empresariales, el problema y la solución radican en el mismo punto: **LA CAPACIDAD DE GESTIÓN DEL EMPRENDEDOR** en áreas tales como venta, producción, planificación y control.

Sumado a ello, otro poderoso factor que está provocando que las empresas lleguen a su fin, es el vinculado **a su poca o nula presencia online**, y a la escasa importancia que le otorgan, a este ítem, sus dueños.

La idea de este material es entregarte las directrices esenciales para que puedas comenzar a analizar en qué situación te encuentras, y **PASAR A LA ACCIÓN** para JAMÁS formar parte de tan crudas cifras.

No tienes nada que temer, sólo ten fe en ti y en tu profundo deseo de llegar al éxito.

Tu pasión + tu atención en alcanzar una buena gestión, son la ecuación perfecta para lograr que tu emprendimiento crezca y se desarrolle.

Sólo ten siempre presente una cosa: **“Debes prepararte para el éxito”**.

Esto significa que debes leer constantemente artículos relacionados con tu industria; mantenerte informado de lo que está pasando en tu mercado y sus nuevas tendencias; pedir ayuda o consejo a gente que sepa más que tú, etc. Si no lo haces, puede que el éxito toque tu puerta, pero no estarás ahí para recibirlo, y se irá irremediabilmente.

I. El “Yo Emprendedor”

Empezar un negocio es una de las aventuras más grandes, y a la vez, una de las más estresantes que un ser humano puede experimentar. Hay muchos aspectos a considerar, así como también muchas dudas al momento de poner el proyecto en marcha.

Hay que trabajar duro para dar vida a un emprendimiento. Probablemente muchas horas sin dormir, ahorros invertidos, tu energía en el tope de tus fuerzas. Sin embargo, nada de eso importa, porque te impulsa un fuerte deseo de llegar al éxito.

Pero, te has preguntado si cubriste todos los frentes?, es decir, estás realmente preparado para empezar la aventura y hacer que ésta perdure en el tiempo?, y lo más importante, estás listo para hacer crecer tu negocio?.

Para saber si vas por el camino correcto, es fundamental que, antes de revisar cualquier aspecto de tu nuevo negocio, revises TUS ATRIBUTOS como emprendedor y LIDER de tu empresa.

Para ello, revisaremos a continuación un conjunto de características que todo emprendedor debe tener para manejar con éxito su proyecto:

1. **Tener destrezas y habilidades** que te permitan realizar la actividad que te propones hacer, además de **contar con experiencia relevante en el sector** en el cuál planeas posicionarte.

Este punto es de vital importancia ya que te permitirá, por ejemplo, entender de mejor manera el mercado y tomar decisiones más acertadas en el momento indicado, debido a tu experiencia y conocimiento.

2. **Ser capaz de identificar nuevas oportunidades dentro de tu mercado que nadie más está explotando aún.**

Aristóteles Onassis, uno de los hombres más ricos del mundo en el siglo XX, solía decir: **“El secreto de un negocio es que sepas algo que nadie más sabe”**.

3. **Investiga constantemente tu mercado.** Nunca confíes sólo en los datos que recopilaste al inicio, cuando tu emprendimiento era sólo una idea en tu mente.

Es primordial que sepas qué está pasando en la industria AHORA y lo contrapongas con lo investigado anteriormente, así sabrás como se está comportando tu mercado objetivo prácticamente en tiempo real y podrás actuar de manera rápida frente a cualquier cambio imprevisto.

Actualízate constantemente y aprende las nuevas tendencias en tu nicho antes de hacer cualquier tipo de inversión o tomar cualquier decisión.

Recuerda:

“Lo que funcionaba ayer, puede que tu mercado no lo quiera hoy”.

4. **Maneja tu dinero magistralmente.** Sea poco o sea mucho, no importa, sólo hazlo; y hazlo crecer logrando que trabaje para ti, no tú para él.

Ser dueño de una **inteligencia financiera** elevada permitirá que puedas hacer frente o evites problemas financieros en el futuro.

Como dijo Robert Kiyosaki (autor de Padre pobre, Padre rico), la Inteligencia financiera no es más que tener un mayor abanico de opciones para resolver los problemas provenientes del dinero. Esto te permitirá hacer frente a cualquier eventualidad protegiendo siempre la vida de tu negocio.

Pero, por favor, no caigas en la tentación de pensar que esta inteligencia está reservada para quienes se graduaron en la universidad, y específicamente en carreras relacionadas con matemáticas, contabilidad o finanzas.

Hoy, este conocimiento está al alcance de todo aquel que quiera aprender. En internet hay millones de artículos y tutoriales en esta materia, que te permitirán

aprender tanto como quieras. Sólo tienes que tener las ganas de aprender y sobre todo de aplicar lo aprendido.

5. **Ser capaz de fijar correctamente los objetivos de tu negocio.** Este es uno de los factores claves del éxito en cualquier emprendimiento, pero para serlo realmente, deben cumplir con 5 requisitos:

Específicos: Deben definir claramente el qué, cuándo y cómo, para poder establecer el alcance que queremos lograr con ellos.

Medibles: Debe ser posible cuantificar sus resultados para poder llevar un mejor control de ellos, pudiendo modificarlos en caso de ser necesario.

Alcanzables: Deben ser posibles de conseguir, esto para mantenerte (o mantener a tu equipo) motivado en la obtención de ellos.

Realistas: Deben ser alcanzables de acuerdo a nuestro presupuesto o recursos que dispongamos.

Oportunos: Debe estar establecido claramente el período dentro del cuál se espera conseguir el resultado deseado.

Siempre mantén el **enfoque en tus objetivos**, pero con una cuota de **flexibilidad**, para poder **adaptar tu estrategia**, si fuese necesario, a los eventuales cambios del mercado.

6. **Tener un espíritu emprendedor**, esto es sentir PASIÓN por lo que haces, tener DETERMINACIÓN a la hora de conseguir tus objetivos, y por último ser PERSEVERANTE.

**"El modo de dar una vez en el clavo es dar cien veces en la herradura"
(Miguel de Unamuno)**

II. Descubriendo/ Redescubriendo tu Nicho de Mercado

Ahora que ya sabemos lo que todo emprendedor necesita como atributos principales para conseguir el tan anhelado éxito, es hora de analizar los aspectos fundamentales que debes considerar a la hora de comenzar tu negocio para volverlo a prueba de todo.

Lo primero es saber exactamente cuál es **tu nicho de mercado** y el tamaño que éste representa en la industria. Así, podrás determinar el nivel de ventas que puedas proyectar y a la vez analizar la viabilidad de tu emprendimiento en dicho sector.

Para ello, preguntas como “En qué tipo de clientes me voy a especializar? (hombres, mujeres, niños, profesionales, empresas, etc)””; “A qué segmento socioeconómico pertenecen dichos clientes?” (clase alta, clase media, etc), o “Dónde están ubicados geográficamente?” (ciudad, país, etc), te serán de gran ayuda al momento de definirlo.

En este punto, evita caer en la tentación de decir: “Quiero venderles mi producto a todos, por lo tanto mi mercado objetivo es el mundo!!!”. Este es uno de los peores y más frecuentes errores que se comenten a la hora de emprender.

Al enfocarte en vender a TODOS, malgastas tiempo, energía y recursos, tratando de venderles a las personas equivocadas, en vez de enfocar de manera inteligente tus esfuerzos de marketing en una porción reducida del mercado (nicho) que si valorará tu producto y que finalmente se transformará en tu cliente.

Pero si ya comenzaste tu negocio, y a pesar de haber definido tu nicho de mercado, ves que las ventas no van acorde a lo proyectado, entonces la pregunta que te debes hacer es: “estoy enfocando mi negocio al **nicho de mercado correcto?**”.

Muchas veces creemos que sí, pero si somos flexibles ante la idea de innovar y probar otros nichos, puede que esa sea la solución a tus bajas ventas. Por ello, prueba una y otra vez durante las primeras fases de tu negocio para asegurarte que no es tu producto el problema, sino más bien a quien se lo estas ofreciendo.

Muchos emprendedores se quejan de que sus clientes no están dispuestos a pagar el precio estipulado para determinado producto, y que si bajan dicho precio, las utilidades serán casi nulas y ya no valdrá la pena vender.

Por ejemplo, hace un tiempo, un emprendedor me comentó muy desanimado que había dejado de vender sus exclusivos pasteles, ya que la gente no quería pagar lo que él pedía por su producto.

Una y otra vez recibía el mismo comentario. El nicho de mercado que había escogido no entendía por qué su pastel era mucho más caro que el que vendía el supermercado, y no veían ningún valor agregado en el producto.

Cuál era la falla en este caso?. Tras conversar un rato, le pregunté: “Y a quién les estabas ofreciendo tus exclusivos pasteles?”. Él me respondió: “Pues a todos!!!, mientras a más gente le ofrezca pasteles, más posibilidades tengo de vender, no?”.

Pues la respuesta es **NO**. Ese fue su error. Sus pasteles tenían un precio mucho más elevado que el del supermercado porque, los de él, eran preparados bajo métodos artesanales, con la mejor selección de ingredientes orgánicos, y contaban con un exclusivo diseño que aportaba un aspecto decorativo sin igual. Por ende, no podían ser ofrecidos a cualquier persona. Había que definir un nicho de mercado.

Su negocio nunca fue proyectado para competir con los productos de un supermercado. Por ende, ofrecerle su pastel a un cliente que consume dicho producto guiado sólo por un bajo precio (como el que le ofrece el supermercado) y no está en búsqueda de ningún atributo más, era un tremendo error.

Jamás obtendría el nivel de ventas deseada, por el simple hecho de estar ofreciendo su producto en **un nicho que no le correspondía**.

Por lo cual ideamos juntos un nuevo plan. Esta vez ofrecería sus exclusivos pasteles a **un nicho** también “**más exclusivo**”.

En esta nueva etapa, se enfocaría en ofrecer sus productos a personas que estuviesen en búsqueda de calidad y originalidad, y que, a la vez, estén dispuestos a pagar un precio más elevado a cambio de recibir las excepcionales características de sus pasteles.

Fue así como rediseñando su estrategia de marketing online, logró segmentar de mejor manera sus potenciales clientes, y hoy por fin está vendiendo lo que proyectó desde un principio.

Finalmente, **el producto era perfecto!**, pero sólo se volvió perfecto **cuando se ofreció al cliente perfecto!**

Recuerda:

“Sólo podremos tomar decisiones acertadas si sabemos cómo analizar e interpretar los datos” (Avinash Kaushik)

III. El Arte de Saber Competir

Otro error muy frecuente a la hora de emprender, es pensar que debemos ir siempre en contra de nuestra competencia.

Mucho emprendedores piensan: “Si mi competencia ofrece un precio bajo, nosotros debemos ofrecer uno aún más bajo (incluso a costa de nuestras utilidades), así entraremos en el mercado y muy pronto seremos líderes en ventas”.

Pero no hay nada más alejado de la realidad. Lo cierto es que si tu competencia lleva mucho más tiempo que tú en el mercado, y es una empresa consagrada en tu nicho, lo más probable es que tengan costos muy bajos debido a los volúmenes de compra que realizan y a los acuerdos que tienen con sus proveedores. Por ende, tratar de competir con ellos por precio, cuando estas comenzando, es la peor estrategia.

El enfoque que debes dar a tu empresa y producto, entonces, radica en la **DIFERENCIACIÓN**.

Así es, este es uno de los factores clave del éxito en cualquier emprendimiento. Darle valor agregado a tus productos o servicios, y competir en el mercado basándote en ello, generará resultados mucho más alentadores que competir ofreciendo un bajo precio, sacrificando tus utilidades.

Pero hay algo más...

Si realmente quieres ver resultados rápido, mi mejor consejo es:

“Pisa donde el grande NO puede pisar”

Esto simplemente quiere decir: “No compitas con multinacionales por tener una parte de su mercado, más bien aléjate de ellos, y enfócate en un nicho donde las empresas grandes no estén interesados en vender”. Ese nicho está esperando por ti, clamando a gritos que alguien solucione los problemas que ningún “gigante” quiere resolver.

Esos clientes estarán dispuestos a aceptar todas tus condiciones a la hora de comprar, ya que será la única manera de tener el producto o servicio que requieren. Así, no tendrás que lidiar con fechas interminables de pago de tus facturas (30, 60, 90 o hasta 120 días). **TU TENDRÁS EL CONTROL.**

Al ser el único (o uno de los pocos que cubre ese nicho específico de mercado) tú pondrás tus reglas: condiciones de pago, tiempos de entrega, etc. Esto se transformará en liquidez (capacidad de obtener dinero en efectivo) para tu empresa y permitirá un crecimiento exponencial de tu negocio.

Es más, una fórmula probada para agilizar tu proceso de crecimiento, es que tu política de venta incluya la condición de que el pago sea: 50% por adelantado para comenzar a trabajar y 50% contra entrega. De esta manera, prácticamente no tocas tu capital, si no que trabajas con el dinero de tu cliente. Maravilloso, no es cierto?

Durante años he visto como pequeños y medianos empresarios se someten a la voluntad de pago de sus clientes (sobre todo cuando realizan ventas a grandes empresas), generando más deuda que beneficios después de facturarles una gran suma de dinero, debido a que los ciclos no calzan como corresponde, es decir, deben pagar inmediatamente (o máximo a 30 días) a sus proveedores, pero cobran a sus clientes a 60 o más días.

Este desfase es fatal para cualquier emprendimiento. Que debes hacer para evitarlo?, muy simple, si no puedes llegar a un acuerdo que te ayude a cuadrar los ciclos entre tu pago a proveedores y el pago de tu clientes a tu empresa, entonces **ese cliente no es saludable financieramente para ti.**

”Deja que los grandes le vendan a los grandes”...tu enfócate en generar ventas con un buen margen de utilidad y que te permitan tener dinero en el bolsillo. **ESA ES LA CLAVE...**

Tal vez se trate del cliente más grande que tienes, tal vez te costó meses llegar a él, pero esto de nada sirve si debido a sus compras, tú te endeudas cada vez más para lograr cumplir con todas tus obligaciones.

Busca en otro nicho clientes, tal vez uno más pequeño, pero que te dé liquidez y al cuál puedas cobrar un precio más elevado por el mismo producto. Tal vez tendrás que tener 5 o 10 clientes para suplir la venta del cliente grande que has dejado partir, pero créeme que valdrá la pena cuando veas tu cuenta del banco crecer sin parar, ya que trabajas con el dinero de tus nuevos clientes, no con el tuyo.

Luego que encuentres este nuevo nicho, hay algo importantísimo que debes hacer, y es ANALIZAR TU COMPETENCIA en términos de **estrategia digital**.

No pierdas tiempo tratando de adivinar de qué manera puedes llegar a tus potenciales consumidores. La rueda ya fue descubierta. Así es que ahora sólo continúa el camino de los que te llevan ventaja en el mercado, aplicando sus mejores estrategias de marketing digital.

Donde ellos estén, tú también debes aparecer. Así es, sigue sus pasos, conviértete en su sombra. Esto, junto a una estrategia de diferenciación del producto bien desarrollada, te posicionará rápidamente y casi sin mayor esfuerzo en el mercado.

La ventaja, hoy en día, es que gracias al marketing digital podemos llegar a nuestros potenciales consumidores con sólo un click. Podemos estar sin mayores dificultades donde nuestra competencia está. Sólo debemos hacer una pequeña investigación para saber dónde publican sus productos y aplicar sus mejores prácticas a nuestro emprendimiento.

Lo importante es aprender de nuestra competencia en términos de estrategia, y luego adaptarlo y replicarlo a nuestro negocio. Esto sin duda, nos ahorrará mucho tiempo, esfuerzo y dinero, ya que utilizaremos directamente lo que está probado que funciona.

IV. Sabes Realmente lo que Quieren tus Clientes?

Si no entiendes cuáles son las necesidades de tus clientes, pones en gran riesgo el futuro de tu empresa.

Puede que estés llevando a cabo con maestría todos los puntos descritos anteriormente, pero si no sabes lo que tus potenciales consumidores realmente necesitan, nada de lo que hagas importará.

El NO saber escuchar a tu mercado objetivo, y ofrecer un producto o servicio de acuerdo a lo que TÚ crees que ellos quieren, y no a lo que verdaderamente tus potenciales consumidores están buscando, puede desembocar en el fin de tu emprendimiento.

El mantenerse alineado con lo que ellos quieren, así como encantarlos constantemente con nuevas tendencias relacionadas al mercado en el que participan (hasta crearles nuevas necesidad de consumir), son factores críticos a la hora de lanzar tu oferta en el mercado.

Para lograrlo, las redes sociales son una de nuestras grandes aliadas. Son herramientas maravillosas para mantener un contacto cada vez más cercano y fluido con nuestros clientes y con los que en el futuro nos comprarán.

Permiten, entre otras cosas, saber exactamente cuáles son las necesidades de nuestro nicho, permitiendo que tu producto o servicio se ajuste, de manera tal que ofrezcas exactamente lo que ellos buscan (ni más, ni menos).

Como dijo Peter Drucker (considerado padre del Management), es necesario entender tan bien al consumidor que el producto o el servicio se adapten a él como un guante y así pueda venderse por sí sólo.

V. Planifica y Pasa a la Acción

Si me pidieran resumir en dos palabras cuál es el error más grande que comenten mucho emprendedores al momento de comenzar, yo diría: NO PLANIFICAR!!!...

Tener sólo una idea de lo que se quiere hacer y de los objetivos a alcanzar, sin tener una estrategia clara para conseguirlos, puede llevarte al caos total.

Muchos emprendimientos fallan simplemente por no estar preparados para enfrentar retos, ni para generar acciones que los lleven al éxito.

Por ello, es fundamental planear las bases de tu negocio antes de pasar a la acción, y una buena manera es desarrollando tu **Plan de Negocios**.

Pero no creas que esto es algo complicado de hacer. Hoy en día existen muchas herramientas y plantillas que te permitirán elaborarlo en muy poco tiempo y de una manera muy sencilla.

Lo importante es entender que el Plan de Negocios no es sólo un documento que pasado un tiempo archivarás y nunca más verás.

Por el contrario, tu Plan de negocios te ayudará a tener una imagen clara con respecto a tu emprendimiento, su proyección y a como alcanzar dichas expectativas; por ende es 100% necesario si quieres llegar al éxito.

VI. Conclusión al Final de este Recorrido

Hemos llegado al final de esta revisión de los errores más GRANDES que cometen los emprendedores.

Como ves, no hay atajos para alcanzar el éxito en los negocios. Todos, sin excepción (grandes o pequeñas empresas) deben establecer cuál será su nicho de mercado, entender a sus clientes, analizar a su competencia, en fin...PLANIFICAR!!!

Excusas como “hacer un Plan de Negocios es muy complicado para mí...y creo que no es tan necesario”...o “ahora no tengo tiempo para planificar...más adelante lo haré”, te pueden costar caro.

Cómo vas a vender si no sabes exactamente quiénes son tus potenciales clientes y qué necesitan?

Cómo sabes tus fortalezas en el mercado si no conoces a tu competencia?

Cómo puedes llegar a tus clientes, invirtiendo menos tiempo y dinero, si no tienes un plan de marketing que te guíe para ello?...

En fin, creo que todos estamos de acuerdo que **Planificar** no es una opción...es un **DEBER!!!**, y va más allá de hacer tu Plan de Negocios. Esto debe convertirse en tu nuevo estilo de vida.

Piensa que 5 minutos de planificación (bien hecha) sobre tus tareas del día siguiente, tanto en el ámbito personal como en el profesional, pueden liberarte de estrés y bajar considerablemente tus horas de trabajo.

Finalmente, recuerda que empezar o mejorar cualquier ámbito de tu emprendimiento depende únicamente de tí, así es que, sólo me queda por decir:

El éxito está en tus manos!!!...