

TERRITORIO PYME



Dame un nicho de negocio y crearé una empresa para él

Muchas historias de éxito nacen de la capacidad de ofrecer soluciones

Es fundamental tener experiencia en el sector en el que se va a crear la empresa

LUCÍA VERA
MADRID

Buscar una necesidad que no esté cubierta, aunque sea para un colectivo, a priori, minoritario. Esto es lo que se conoce en el ámbito emprendedor como un negocio de nicho. El germen de una nueva generación de pymes y startups que nacen al albor de prestar servicios o soluciones muy concretas a un tipo de público muy particular.

Lo que, en un principio, parece un acotamiento de las posibilidades de crecimiento, termina siendo un negocio rentable y escalable, ante la menor competencia y un mayor conocimiento del nicho en cuestión. Lo que facilita adaptarse mejor a las verdaderas necesidades de los potenciales clientes. Analizamos a continuación algunos casos de éxito españoles que, bajo esta metodología, han conseguido un modelo sólido y rentable.

Con el objetivo de "educar e informar para que todos los deportistas españoles supieran que existía otro camino para su futuro, donde podían compaginar deporte de alto nivel con estudios universitarios", surgió AGM Sports. Esta empresa se dedica a facilitar becas de formación en Universidades de EE UU para deportistas profesionales. Tal y como subraya su director y fundador,



REUTERS

Gonzalo Corrales, "en los años 90, era algo impensable para deportistas españoles (...) y en 2005 había 20 deportistas españoles en universidades americanas. Hoy hay más de 1.000". Tener experiencia en el sector en el que vas a crear la empresa es fundamental para poder "entender lo que se siente al empezar el proceso, al evaluar universidades, el negociar becas, el vivir la experiencia americana, el sufrir a cientos de kilómetros de distancia, el disfrutar de un mundo desconocido".

Internet también ha supuesto una ventaja fundamental para este tipo de empresas y su desarrollo. Ernesto Daubar, director general de Viajacontuhijo.com, asegura, que en un sector como el suyo "es muy importante la posibili-

dad de generar comunidad y permitir a las familias compartir sus experiencias y aconsejar a otros viajeros. Por ejemplo, contamos con 25.000 seguidores en Facebook con los que interactuamos".

Pero no solo se forman empresas en torno a nichos de mercado específicos en la actualidad, sino que satisfacer las necesidades de un grupo concreto del mercado viene de mucho tiempo atrás. Internet solo ha sido un potenciador de este tipo de modelos. La sastrería Alfonso Hernández nació en 1948, es decir, hace casi 70 años. Comenzó siendo una sastrería para personas de a pie, pero pronto se orientó a la sastrería militar y cívico militar, confeccionando trajes de gala para la Policía y la

bido a la necesidad de ofrecer a nuestros clientes soluciones para otras áreas de servicios auxiliares", por lo que la oferta se va transformando en función de esa demanda. "Incluso, han encontrado la oportunidad de negocio vinculada a la sastrería de trajes y sastrería a medida para ejecutivos, directivos y altos cargos".

Para emprender un negocio es necesario conocer el mercado, por lo que enfocar una empresa a un sector muy específico sí puede dar buenos resultados. De hecho, desde Viajacontuhijo.com defienden que "la especialización es la parte más importante a la hora de emprender un nuevo negocio". Además, la relación entre cliente y empresa es "bidireccional y relevante", tal y como afirman desde la sastrería Alfonso Hernández.

A pesar de ser un nicho de mercado muy concreto, y no poder ser solución para otras necesidades, estar muy focalizado a un público da la ventaja de tener clientes fieles, de poder centrarse en los objetivos para un público concreto, etc. Según asegura Fiona Donnelly, experta en nichos de mercado, las principales ventajas de crear una empresa muy específica y focalizada son que no hay mucha competencia y que el que lo crea es una persona muy especializada.

Exenciones y tarifas planas

► **Ayudas.** La Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos (ATA) aboga por poner en marcha más ayudas finalistas y exenciones dirigidas a la generación de empleo, en lugar de proponer más subvenciones para el desarrollo y consolidación del empleo autónomo. ATA se suma así a otras críticas recientes, como la de Inés Mazuela, secretaria general de UPTA en Andalucía, quien recuerda que una buena parte de los autónomos que se han beneficiado de la tarifa plana no pueden continuar cuando se terminan las bonificaciones. Para conocer más sobre el tema, visita cinco-dias.com/territorio_pyme/

► **Retroceso.** El proceso de aprobación de la nueva ley para el trabajo autónomo está siendo largo y tortuoso. Tanto, que algunas organizaciones ya dudan de que esta salga adelante con verdaderas mejoras y que no se produzca una "situación de retroceso o retraso innecesario".

Enfocar una compañía a un sector específico puede dar buenos resultados