



LIBROS PARA EMPRENDEDORES

# El principio del 80/20

El secreto de lograr más con menos

Resumen y Acciones

WEB: [LIBROSPARAEMPRENDEDORES.NET](http://LIBROSPARAEMPRENDEDORES.NET)

MAIL: [LUIS@LIBROSPARAEMPRENDEDORES.NET](mailto:LUIS@LIBROSPARAEMPRENDEDORES.NET)

## ¿Qué es el principio 80/20?

Este principio define, literalmente, que el 80% de los resultados provienen del 20% de los esfuerzos dedicados. Que el 20% de las causas provocan el 80% de las consecuencias. Que el 20% del esfuerzo genera el 80% de los resultados.

Ejemplos llamativos:

- El 20% de la ropa que posees, la utilizas el 80% del tiempo.
- El 20% de los criminales cometen el 80% de los crímenes.
- En la casa, el 20% de la superficie de tus alfombras recibe el 80% del desgaste.

En el trabajo, el 80% de lo que consigues, proviene del 20% del tiempo que has dedicado a trabajar (a todos los efectos, esto indica que el 80% del tiempo que dedicas a trabajar, apenas genera un 20% de resultados...).

Este patrón fue descubierto en 1897 por el economista italiano Vilfredo Pareto, cuando investigaba patrones de riqueza en Inglaterra, y encontró que el 20% de la población disfrutaba del 80% de la riqueza. Y que este patrón se repetía no sólo en lo económico, sino en prácticamente todos los ámbitos de la vida.

De hecho, descubrió que se podía predecir que, hablando de riqueza, el 10% de la población poseía el 65%, o que el 5% de la población poseía el 50% de las riquezas totales.

La distribución de riqueza entre la población era predeciblemente desequilibrada.

## ¿Por qué es importante?

Según nuestro sentido común, esperamos que todas las causas tengan la misma importancia, esperamos que todos los clientes de una empresa tengan el mismo valor, que todos los empleados tengan también el mismo valor... Generalizando, tendemos a asumir que el 50% de las causas generarán el 50% de los efectos.

Por eso el principio del 80/20 es tan valioso. Porque, aunque es contrario al sentido común, el caso es que existe, y es aplicable en prácticamente todos los ámbitos.

## EL PRINCIPIO 80/20 EN LA EMPRESA

### ¿Cómo pensar en 80/20?

En tu empresa mides qué parte te genera más ingresos o beneficios clasificando y comparando por:

- Producto o grupo de productos
- Clientes o grupo de clientes
- Cualquier otro dato relevante para tu negocio (p.e. área geográfica o canal de distribución, por segmento competitivo...)

En cualquiera de los ámbitos mencionados, podemos analizar nuestros datos e informes e identificar qué 20% del total genera más ventas. Qué 20% de productos se vende más, qué 20% del total de clientes te compra más, en qué 20% de tus áreas geográficas de influencia se concentra el 80% de tus ventas... y así.

El principio del 80/20 sugiere que la estrategia de dar la misma importancia a todas las partes es equivocada. Si tus ingresos provienen de una pequeña parte de tu actividad, deberías darle la vuelta a tu empresa y concentrar tus esfuerzos en multiplicar esa pequeña parte (dejando de invertir en otras, invirtiendo más en lo que más funciona).

Es indudablemente cierto que la mejor forma de comenzar a generar más dinero, es DEJANDO DE PERDER DINERO.

A menudo LOS MANAGERS O GESTORES DE EMPRESA se niegan a deshacerse del 80% del negocio que no es provechoso, diciendo que ese 80% genera una gran contribución a la empresa, o diciendo que si eliminan ese 80% poco provechoso eso disminuirá claramente los beneficios.

Lo cierto es que un negocio deficitario, lo es porque requiere mucho esfuerzo en inversión en áreas del negocio que generan poco beneficio, pero que requieren mucha atención, gestión e inversión. Reducir o eliminar esas inversiones de tiempo y recursos, reduciría gastos y tiempo, haciendo el negocio más simple de gestionar.

Aunque a los empresarios parece gustarles lo complicado, cuando en realidad, LO SIMPLE ES BELLO.

## Aplicando el 80/20 al marketing

En tu empresa, el 20% de los productos que vendes es responsable del 80% de los ingresos.

En tu empresa, el 20% del total de clientes es responsable del 80% de las ventas.

El marketing de una empresa debería, por tanto, concentrarse en dar una promoción prioritaria, excelente y dedicada, al 20% de la línea de productos existente y que te genera el 80% de los beneficios.

También debería dedicarse a deleitar extraordinariamente al 20% de los clientes responsables del 80% de las ventas.

Por lo tanto:

- Identifica tus productos TOP (el 20% más vendedor) y potencia su marketing.
- Identifica tus clientes TOP (el 20% que más te compra) y dales un servicio excepcional.
- Conoce y estudia a tus clientes TOP. Qué les gusta, qué les motiva, qué necesitan.
- Crea nuevos productos y servicios diseñados y dirigidos a ese 20% de clientes TOP.

Tu objetivo es que sean tus clientes para siempre. Servirles DEBE ser la obsesión de tu empresa.

## Aplicando el 80/20 a las ventas

La mayoría de estudios revelan que, ¡qué curioso!, que **el 20% de los vendedores de una empresa genera entre un 70% y un 80% del total de ventas.**

Apliquemos al área de ventas lo mismo que hablamos en el caso del marketing:

- Mantengamos cerca a ese 20% de vendedores TOP.
- Mantengamos contentos a ese 20% de vendedores TOP.
- Pon a tus vendedores TOP juntos en una habitación y detecta qué tienen en común.
- Contrata al mismo tipo de vendedores que ellos.
- Es más, pide a tus vendedores TOP que te apoyen en la contratación de nuevos vendedores, con sus características.
- Analiza también qué hacen diferente:
  - o El 80/20 también aplica para el tiempo. El 80% de las ventas de esos vendedores las realizan en el 20% de su tiempo de trabajo. Identifica esos patrones de tiempo (en qué horarios venden más, en qué días, en qué épocas...) y potencia esos puntos también.
  - o Qué tácticas o canales de venta utilizan que son responsables del 80% de las ventas (más llamadas por teléfono, más visitas personales, más redes sociales...). Detéctalo y poténcialo también.
- ¿Tienes un equipo de ventas muy bueno en un área y otro que no funciona en otra área? Prueba a cambiarlos, y detecta si el problema es del área o de los vendedores, y toma decisiones en consecuencia (elimina el área si no es productiva, o mezcla vendedores buenos en las 2 áreas, para mantenerlas a las dos en alto).

En cuanto a entrenamiento y formación:

- Entrena sólo a los que planeas que vayan a estar contigo durante varios años
- Que los mejores vendedores entrenen al resto, y recompénsalos de acuerdo al desempeño de sus "entrenados".
- Invierte el 80% de tu capital para entrenamiento en el 20% de vendedores que se desempeñen mejor.

Pero vender no es sólo cuestión de técnicas:

- Que los vendedores se enfoquen en el 20% de productos que generan el 80% de las ventas.
- Que los vendedores se enfoquen en el 20% de clientes que generan el 80% de los beneficios.
- Dedicar menos recursos a los clientes menos importantes (llamadas de teléfono en vez de visitas personales, por ejemplo).
- Haz que la fuerza de ventas revise a antiguos clientes que generaron buenos negocios en el pasado, pero que no estén activos actualmente.

## Aplicando el 80/20 a la toma de decisiones

- Clasifica las decisiones a tomar entre IMPORTANTES y NO IMPORTANTES.
- Las NO importantes, déjalas. Todas si es posible.
- Las importantes:
  - o Recopila el 80% de datos y análisis relevantes para tu decisión durante el primer 20% del tiempo que tengas disponible. Después toma una decisión el 100% de las veces basado en lo que tienes y actúa con decisión, como si estuvieras 100% seguro de que es la decisión correcta.
  - o Si lo que decidiste no funcionó, cambia rápidamente tu decisión. El mercado, la realidad, es mucho más confiable que cualquier análisis. Lo que funcione en la práctica es el mejor indicador. No tengas miedo de experimentar y no sigas con soluciones que no funcionan. No luches contra lo que te pide el mercado.
  - o Pero si lo que hiciste funcionó, redobla tu apuesta e invierte más en esa decisión (tiempo, dinero, recursos...).

## Aplicando el 80/20 a la gestión de proyectos

- Simplifica el objetivo: un proyecto suele tener un tema central y una serie de objetivos satélites (secundarios). Cuantos más objetivos tenga un proyecto, el esfuerzo necesario para que se concluya satisfactoriamente aumenta exponencialmente. El 80% del éxito de un proyecto proviene del 20% de sus tareas, así que no inicies un

proyecto hasta que lo hayas despojado de lo secundario, dejando sólo un único objetivo principal.

- Define un tiempo de entrega NO realista (absurdamente corto). Si defines una fecha de entrega imposible, tu equipo se centrará en identificar el 20% de los requerimientos necesarios para conseguir el 80% de los objetivos.
- Cuanto menos tiempo defines para un proyecto, mayor tiempo deber dedicar a pensarlo y planificarlo. El 20% de los problemas en el diseño de un proyecto causan el 80% de los sobrecostos.

## Aplicando el 80/20 a las negociaciones

El 20% de los puntos que se discuten en una negociación generan el 80% del valor final del proyecto.

Define una lista larga de preocupaciones y de requerimientos que realmente no sean tan importantes para ti, pero haz que parezcan lo más importantes posible a los ojos de tu interlocutor.

Defiéndelos en tu negociación.

Luego, en las fases finales de la negociación, puedes conceder los puntos NO importantes para ti, a cambio de una buena parte de los que sí consideras importantes.

## Cómo pensar 80/20

Resumiendo la filosofía 80/20:

- Donde sea que veas un 20% de actividad, corre hacia ella, rodéate de ella, sumérgete en ella, paténtala, hazte su experto, su aliado.
- Usa todo lo que tengas a tu alcance para captar, agrandar y explotar esos 20% que te encuentres.
- Busca asociarte. Pero sólo con el 20% de personas que son tus posibles y más poderosos aliados.
- Siempre que sea posible, reasigna recursos, mueve gente, dinero, materiales... del 80% no productivo al 20% realmente productivo. Las ganancias serán enormes.

- "Roba" el 20% de las mejores ideas de otra gente, de otros productos, de otras industrias, de tu mejor competencia... y aplícalos en tu empresa.
- Sin piedad. Elimina el 80% de las actividades menos productivas. Ya sea de los productos que vendes, de los servicios que ofreces.... Como de los clientes que no te compran.

Siguiendo esta filosofía de actuación, reducirás tus cargas mentales, tus gastos operativos... y podrás dedicarte a potenciar el verdadero crecimiento de tu empresa en donde realmente tu empresa es más fuerte.

## 10 reglas de oro para el éxito en tu carrera

1. Especialízate en un nicho de mercado muy pequeño; desarrolla una habilidad clave para ese nicho.
2. Asegúrate que sea un nicho que te guste, y en el que puedas destacar.
3. Date cuenta de que el conocimiento es poder.
4. Identifica tu mercado y a tus clientes clave, y sírvelos lo mejor posible.
5. Identifica qué 20% de tus esfuerzos genera el 80% de tus beneficios.
6. Aprende de los mejores.
7. Conviértete en auto empleado lo antes posible.
8. Emplea a tantos creadores de valor como te sea posible.
9. Utiliza a proveedores externos para todo, menos para tu habilidad clave.
10. Utiliza el capital para afianzar tu crecimiento.

## ¡ACTÍVATE!

### Acciones a realizar inspiradas por El Principio 80/20

- Piensa en tu empresa, en tu trabajo, en la empresa que quisieras crear o en la que ya has estado trabajando y:
  1. Identifica qué productos se venden más. Elimina los que no se venden.
  2. Identifica qué clientes te compran más. Mímalos. Llámalos.
- Audita tus acciones: ¿Qué 20% de tus acciones están generando más beneficio a la empresa (o a ti) y te quitan menos tiempo?
- Concéntrate en esas acciones súper productivas y delega el resto en la medida de lo posible.
- Elimina distracciones y tareas (y gente!!) que no sean productivas o te generan prosperidad.
- Busca hacer las cosas MÁS SIMPLES.
- Aplica las 10 reglas de oro de la página anterior.

---

Este es un resumen personal, y sin ánimo de lucro,

Publicado originalmente en la página [librosparaemprendedores.net](http://librosparaemprendedores.net)

Descárgate cada semana informes y resúmenes como este, y escucha nuestro podcast, *Libros para Emprendedores*, con comentarios ampliados de lo que aquí vas a poder encontrar.

