

# La idea de negocio

La idea es el factor que justifica la creación de una empresa y consiste en la producción de un determinado bien o servicio. Todo proyecto de microempresa se desarrolla en torno a una idea que surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio.



La IDEA es el punto de partida del micro emprendimiento empresarial. El modo de encontrar ideas puede ser consultado en la zona donde desea poner en marcha su microempresa e intentar descubrir oportunidades.

El descubrimiento de la oportunidad es el primer paso que debe dar un emprendedor y ello se logra cuando se visualiza o percibe una insatisfacción de una necesidad o una satisfacción superable evidenciada por un grupo de personas que pueden ser considerados como clientes potenciales.

El segundo paso para iniciar una microempresa es tratar de encontrar un satisfactor – producto o servicio- que sea capaz de satisfacer esa necesidad. A ese satisfactor lo denominamos “ LA IDEA”. La idea es el factor que justifica la creación de una empresa y consiste en la producción de un determinado bien o servicio. Todo proyecto se desarrolla en torno a una idea que surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio. La idea surge en la mente de una persona o grupo de personas que conciben la posibilidad de creación de la microempresa a partir de la idea de producir un bien o servicio para satisfacer una o más necesidades –existentes o con posibilidades de existir- de las personas. Generalmente la idea surge de la observación de la sociedad en que nos movemos.

## **ALGUNOS FACTORES QUE ORIGINAN IDEAS**

El origen de una idea para crear una microempresa está relacionado con factores que pueden llevar a una/s a inclinarse por un negocio concreto.

A título de ejemplo se pueden enunciar algunos:

- Descubrimiento de un producto o servicio innovador
- Compra de un saber hacer específico
- Repetición de ideas ajenas: es un efecto reflejo que surge cuando aparecen negocios nuevos, aunque se pueden “copiar” ideas que ya existen, tratando de mejorarlas subsanando los puntos débiles de las ya existentes.
- Conocimiento de necesidades no satisfechas en el mercado en el que se desea comercializar
- Deficiencia en la oferta de productos o servicios (productos escasos, de mala calidad o que no satisfacen plenamente las necesidades para las que fueron creados)
- Conocimiento técnico sobre mercados, sectores o negocios concretos
- La alta rentabilidad de la actividad a emprender

- Cuando se trata de negocios o actividades de escasa complejidad que permiten a cualquier persona establecerse por cuenta propia en tal actividad.

## CONDICIONES PARA LA APLICABILIDAD DE LA IDEA

Para que la idea sea aplicable debe reunir las siguientes condiciones:

- **Satisfacer necesidades.**
- **Poseer un Factor diferenciador con relación a otras.**



### SATISFACER NECESIDADES

Para que una idea prospere debe satisfacer necesidades de la clientela potencial y hacia allí deben dirigirse los esfuerzos, especialmente hacia necesidades no satisfechas en el mercado en el que vamos a participar.

Estas necesidades surgen generalmente como consecuencia de cambios que se producen en el mercado generando nuevas oportunidades de negocios que debemos aprovechar.

- Cambio en el nivel de ingresos: Cuidado de vehículos, viviendas prefabricadas, ventas de productos sueltos, institutos de estética personal, cuidado de vehículos, empresas de vigilancia, paseadores de perros, etc.
- Cambios en la tecnología: Estaciones de GNC, instalación de televisión satelital, reparación de microondas etc
- Cambios en el tiempo libre: Gimnasios, personal trainer, gimnasia sin esfuerzo, turismo aventura, etc
- Cambios en las prestaciones de la salud: Servicios de emergencia, médicos de cabecera, servicios de medicina laboral, medicamentos a domicilio, delivery de trámites de obra social y farmacia etc
- Cambios en la esperanza de vida: Residencia para ancianos, hogares de día para ancianos, viajes para la tercera edad, cuidado de ancianos a domicilio etc
- Cambios en el trabajo de la mujer: Guarderías infantiles, lavaderos automáticos, comidas para llevar, servicio de planchado rápido, etc.
- Cambios en la forma de vida: Viajes para solos y solas, paseadores de perros, agencias de remis, etc
- Cambios en la seguridad de la población: Rejas, puertas blindadas, empresas de seguridad privada, sistemas de alarmas, portones eléctricos, etc.
- Cambios en el mercado laboral: Trabajo a domicilio, cooperativas de trabajo, redacción de currículum, cursos de marketing.

### POSEER UN FACTOR DIFERENCIADOR

Es el factor que hace que los individuos prefieran un vendedor a otro, un lugar a otro. Esto no es casual, sino que tiene un origen en un elemento que se denomina factor diferenciador que hace que el mismo producto o servicio sea distinto a los ojos del demandante por la presentación, la forma en que es atendido, la publicidad, etc.

Estos factores pueden ser:

- Factores económicos: cuando un producto llega a más personas por su precio por ej. Segundas marcas
- Factor de practicidad: cuando la decisión de comprar está influenciada por cuestiones prácticas por ej. Pequeños almacenes de barrio
- Factores estéticos: cuando se influencia en la decisión de comprar introduciendo a los productos elementos estéticos en la presentación: el packaging.

- Factores técnicos: Cuando se influencia a los compradores introduciendo innovaciones técnicas.
- Factores psicológicos: cuando la decisión de comprar está afectada por factores intangibles como la marca, la moda o la preferencia colectiva.

#### SELECCIÓN DE LA IDEA

El microempresedor deberá realizar una serie de estudios mínimos para asegurarse la viabilidad de la idea de negocio que ha seleccionado. En especial deberá asegurarse que el tamaño de la microempresa es el apropiado para la actividad, si el producto o servicio que va a ofrecer tiene mercado seguro, si sus costos son inferiores a los de los competidores, etc.

LA ORIGINALIDAD DE LA IDEA ES LA QUE BRINDA MAYORES POSIBILIDADES DE ÉXITO AL PROYECTO DE MICROEMPRESA, PERO ESTO EXIGE UN ANÁLISIS MÁS PROFUNDO PARA NO EQUIVOCARNOS.

No se debe dudar en renunciar a una idea cuando se piensa que no va a dar los resultados esperados. Es preferible cambiar la idea a tiempo, antes de tener que seguir con una actividad cuyo futuro es no deseado por los integrantes de la microempresa.

**Escucha a los que saben:** A continuación, te comentamos cuáles son los consejos de los emprendedores más famosos de estos tiempos y cuál fue la clave que los llevó a la cima de su negocio:

- Apple: Su creador y fundador Steve Jobs siempre estuvo a favor de seguir su instinto, sin prestarle mucha atención a lo que los consumidores supuestamente buscan en un producto. Sostenía que los consumidores no podían saber lo que querían sin conocer un producto tan innovador como el que él les podía brindar.
- Microsoft: Reconocida marca por su creador Bill Gates, sinónimo del creador de la computadora personal. Desde sus inicios fundó su empresa trabajando sólo con empleados del más alto nivel académico. Se esforzó para que el proceso de selección de los candidatos fuese exigente a los fines de conseguir a los profesionales más sobresalientes del mercado. Por otro lado, otra estrategia fundamental de su negocio fue generar pequeños grupos de trabajo para la resolución de grandes problemas.
- Google: Los creadores de Google, el mayor buscador en Internet, comenzaron a idear este monstruo de los negocios con tan sólo 23 años de edad. La clave del éxito se basó en la innovación y en el desarrollo del capital humano de su empresa.
- Facebook: Otro emprendedor que a sus 20 años, siendo un estudiante universitario, logró revolucionar la forma de relacionarse entre las personas. Su inteligencia y obsesión por los negocios lo llevaron derecho a la cima sin escala.

## El desarrollo de una idea

- Comenzar una empresa desde cero es uno de los proyectos más importantes en la vida de una persona, y a su vez, el que más miedo despierta, por el riesgo de fracasar que implica.

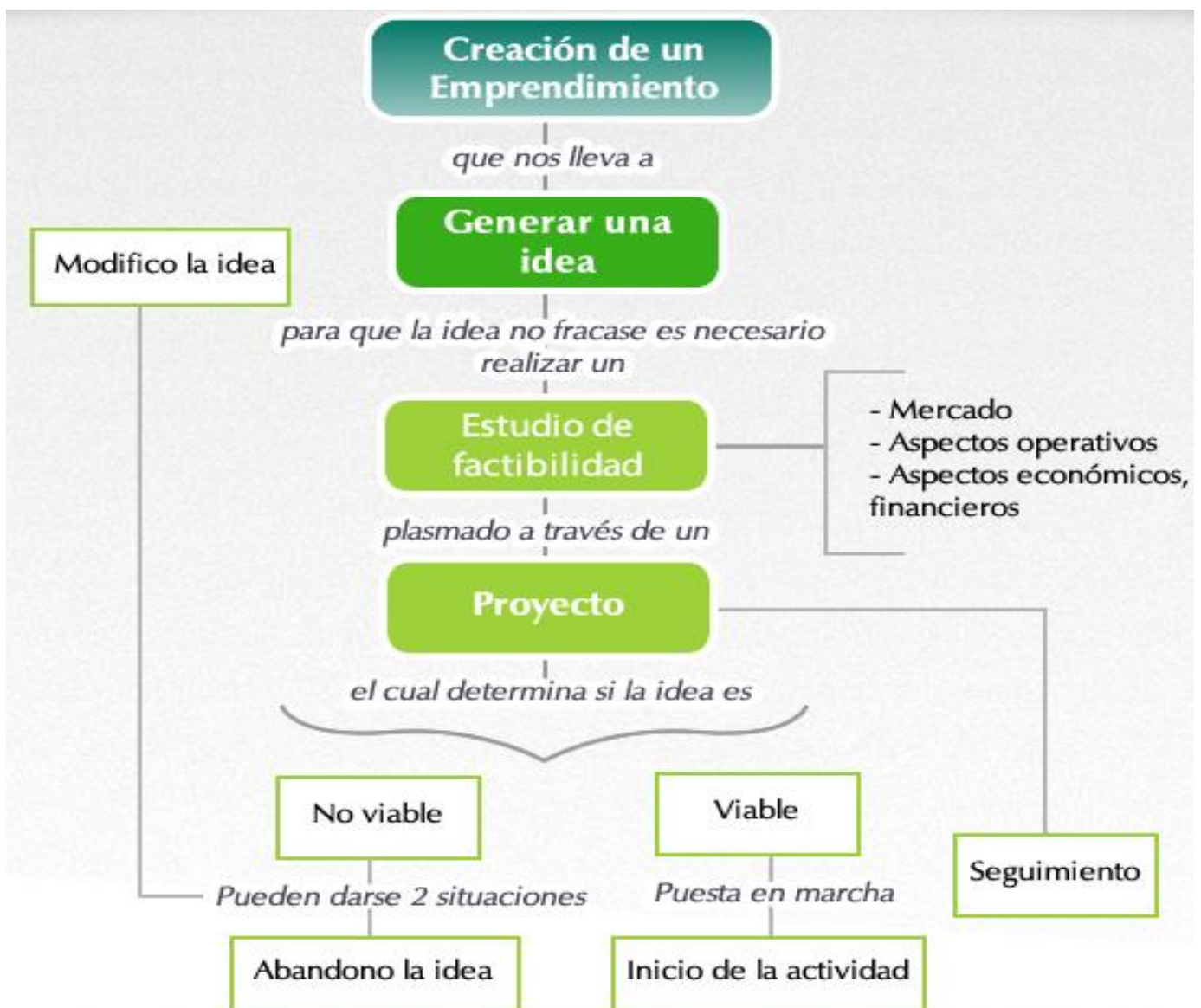
La realidad que nos muestra el mercado es que el 70 % de los emprendimientos que surgen no pasa el primer año de vida y solo el 22% llega al tercero.

El resultado no es casual, sino que es el reflejo de las decisiones tomadas; son muy pocos los que asumen la responsabilidad por los resultados. Es por eso que una estrategia acertada en la planificación del emprendimiento es lo que marca la diferencia.

- Todo negocio nace de una IDEA; cuando a esa idea se le da una ventaja diferencial sobre lo que ya existe y, a su vez, se logra crear valor agregado desde el consumidor, estamos ante un nuevo concepto, que tendrá nuevas posibilidades de transformarse en un negocio.

Lo cierto es que buenas ideas hay muchas y, generalmente, se cree que cualquiera puede desarrollarlas. La realidad nos muestra que, en muchos casos, los fracasos empresariales se deben a que esas buenas ideas estuvieron mal realizadas.

Las ideas de negocios no pueden gestarse de manera aislada, sino que deben responder a una necesidad real y genuina del mercado.





4

**Organización interna:** estructura legal y administrativa, costos de administración y organización, etc.

5

**Finanzas:** flujo de fondos, cuadro de resultados, punto de equilibrio financiero y económico, financiamiento, estudios de viabilidad, etc.



.....