



¿Así que tienes una idea?

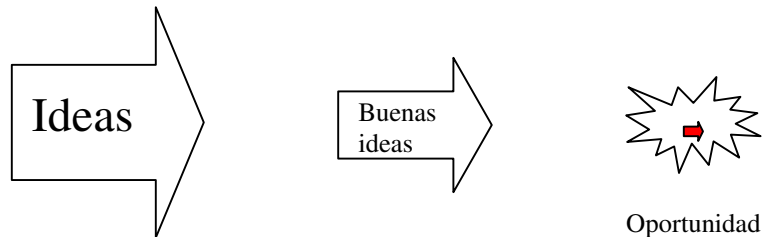
Prof. Alicia Castillo Holley

Si desea comenzar su propia empresa, lo primero que necesita es tener una idea.
Si aún no la ha encontrado, revise la lectura.. ¿de dónde saco ideas?
Si ya tiene una idea, está en el sitio correcto...

En esta lectura revisaremos los siguientes temas:

1. La influencia del mercado y de las fortalezas propias para moldear las buenas ideas
2. La influencia del pasado y del futuro para establecer las oportunidades

Lo primero que hay que saber es que no todas las ideas son buenas, pero mas aún, no todas las buenas ideas son oportunidades para Ud. Y si no las considera como oportunidades para Ud., no va a poder tomar acciones para llevar a cabo esta idea.



No tema descartar ideas, o buenas ideas... si no las descarta, estará utilizando su tiempo y energías en una idea que realmente no lo vá a enganchar lo suficientemente como para que decida lanzarse y hacerlo realidad.

Muchas personas creen que no son emprendedoras porque no siguen las buenas ideas. Esto es falso. Si una buena idea no es lo suficientemente atractiva como para empujarlo a tomar acciones, sigue siendo una buena idea, pero no es una oportunidad para ud. Lo que muchas veces ocurre es que las personas se aferran a las buenas ideas y esto los limita en sus posibilidades de encontrar oportunidades.

A mi se me ocurren por lo menos 10 ideas de negocios todos los días. Tengo una mente entrenada para esto, pero no puedo dedicarme a desarrollarlas todas, así que las distribuyo o las dejo pasar. Cuantas personas no están dedicadas a resguardar con celo sus ideas y tienen su mente ocupada o sus carpetas llenas de ideas que no han llevado a cabo. Cuantas veces no vemos algún producto o servicio nuevo en el mercado y pensamos: “a mi se me ocurrió esto hace tiempo” pero ahí estamos, sin tomar acciones y sin llevarlas a cabo.

Esta lectura le permitirá contar con un proceso para separar las ideas de las buenas ideas y las buenas ideas de las oportunidades. El hacerlo le permitirá enfocar sus esfuerzos en desarrollar una oportunidad y liberarse de buenas ideas que no lo desgastan inútilmente.

¿Cuáles son buenas ideas?

Partimos de la base de que ud. ya tiene ideas en la cabeza o en algún papel. Las buenas ideas son aquellas que le permitirán ir desarrollando una gran empresa. Las ideas deben irse refinando en base a dos aspectos: la fase del mercado y las habilidades personales.

La orientación del mercado es muy importante dentro del contexto general de su idea. Un mercado está formado por un conjunto de clientes que adquieren un servicio o producto similar y que se comportan de una manera similar.

Para identificar las mejores oportunidades en los mercados, existen estrategias determinadas por la fase de desarrollo de los mercados. Es mucho más fácil ingresar a un mercado en crecimiento que crearlo o ingresar cuando los mercados se encuentran saturados. Así, hace años considerábamos muy interesante los mercados crecientes de: empresas de telefonía celular, servicios de internet, computadores, fax, servicios de limpieza, agencias de viajes. Hoy en día no vemos tan atractivos estos mercados pues están bastante saturados, así como tampoco vemos interesante una venta de autos.

Para darnos una idea de cómo aprovechar los mercados cada fase tiene sus oportunidades específicas.

1. Al inicio, es necesario **crear una necesidad**. En esta fase del mercado, es importante identificar a aquellos potenciales clientes que se arriesgarán a usar o probar su producto o servicio. Estos clientes son especiales, déles un trato especial. Identifique cuál es el valor que les está creando para tomar decisiones adecuadas. En la fase de creación de mercado, a veces hay que hacer inversiones grandes en crear conciencia de esta nueva necesidad. Es probable que una empresa pequeña o nueva no tenga los recursos para pagar el crear esta necesidad. Pero también es posible conseguir una empresa complementaria que se beneficie de la creación de este nuevo mercado y desee apoyar con recursos. Otra alternativa es entrar a un sub-mercado que pueda manejar e ir expandiéndose. Analice este sub-mercado de entrada en base a la posibilidad de clientes potenciales de relacionarse, no en base a estrategias para mercados maduros. Recuerde... no es posible segmentar un mercado que se está formando.
2. Una vez que se comienza a desarrollar el mercado (quien pregunta hoy en día qué es internet, fax o celular?) es posible **aprovechar el crecimiento** y entrar con mayor facilidad en un pedazo del mercado. En la fase de crecimiento hay cabida para muchas empresas y no hay estándares, así que es difícil para los consumidores establecer diferencias entre una empresa y otra. Con respecto a un mercado, esta es la manera más fácil de lanzar una empresa... En pleno boom de internet, cuántas empresas nuevas se crearon y pudieron tener clientes en poco tiempo? Era todo mucho más fácil, no?

3. Los mercados maduros presentan también oportunidades, sobretodo en **segmentación**, aprovechando nichos que o son muy pequeños o no son aprovechables por las grandes empresas. También hay oportunidades muy atractivas de **integración** que generalmente pasan desapercibidas en Latinoamérica, y entonces se puede pasar a dar servicios para las empresas establecidas. Por ejemplo, servicios de contabilidad, o de transporte, o de análisis de mercado.

El análisis del mercado no es suficiente. Ud. cuenta con experiencia única que le permite ser mas eficiente en un área específica: esta experiencia se adquiere de dos maneras: con experiencia o con educación. A lo largo de su desarrollo personal y profesional ud. ha ido practicando diversas actividades, y ha destacado en aquellas en las cuales tiene habilidades naturales. Si ud. no tiene experiencia en un campo donde desee desarrollarse, busque dentro de su experiencia aquello que le permite extender su aprendizaje hacia el área donde desea desarrollarse. Obviamente la experiencia es mucho mas aceptable que la educación, pero como decimos en mi país: Nadie nace aprendido.

Su experiencia o educación no le servirá para manejar su empresa pero si para decidir cual es el enfoque que desea darle. Dos contrastes típicos son la creatividad y el análisis. Se cree que las personas tienen mas desarrolladas una de estas dos cualidades. Si ud. considera que su fuerte es la creatividad, entonces tiene una ventaja: puede proveer de modificaciones a servicios y productos! Puede adaptarlos, generar nuevas formas de vender, desarrollar nuevos programas, inventar formas de hacer alianzas estratégicas. Su empresa debe entonces sacarle el máximo provecho a su fortaleza. Ud. utilizará sus potencialidades al máximo y puede escoger clientes que necesiten de sus habilidades.

Si ud. considera que su fuerte es el análisis, entonces tiene otra ventaja: ud. puede generar procesos, reducir costos, aumentar la productividad, integrar equipos. Al igual que en el caso anterior, su empresa debe sacarle el máximo provecho a su potencial y deberá escoger clientes que necesiten de sus habilidades.

Cómo escoger oportunidades entre las ideas

Pues lo primero es ordenarse. Generalmente ud. tiene varias ideas de negocios en la cabeza, lamento decirle que solo podrá dedicarse a una a la vez, al menos hasta tener suficiente experiencia y ventas como para seguir con otra.

El proceso de selección de buenas ideas para obtener oportunidades se basa en una pregunta clave: Que desea hacer en el futuro. Al complementar el análisis de la fase del mercado y sus propias fortalezas con la idea (ya mejorada) de una empresa puede determinar si esta vá a ser una oportunidad para ud. o solo es una buenísima idea, que no le vá a servir para despertarse todos los días durante los primeros años con un sentido de satisfacción y urgencia de lograr llevar a cabo su idea.

Pero pensar en el futuro deseado no es suficiente. Es necesario poder concretar con el mayor detalle posible las preguntas para las siguientes respuestas:

1. ¿Cuáles son mis clientes ideales? Que compren, como toman decisiones, que opinan de lo que existe en el mercado, como considerarían a mi empresa, donde buscan información con respecto a lo que vendo
2. ¿Cuál es mi estilo de empresa? Como deseo interactuar con mis clientes y proveedores, cual es el tamaño ideal para mi empresa, cual es mi horario ideal (algunas personas prefieren trabajar de noche, otras de días, otras los fines de semana), quienes mas me acompañarán en esta iniciativa
3. ¿Qué vendo? Como defino concretamente el producto o servicio que deseo lanzar al mercado, cuanto vale, como se adquiere, como se paga, como se termina.
4. ¿Qué espero obtener a cambio de iniciar esta empresa? Libertad de horario, mas dinero, responsabilidad, un papel de liderazgo o sentido social, satisfacción de lanzar mis ideas al mercado, probar que se es capaz, dejar una herencia a los hijos.

Estas preguntas con respecto al futuro le permitirán evaluar si esa idea, que ud. transformó en una buena idea, puede constituirse en la oportunidad de iniciar una empresa. Si ud. decide que esta idea no es tan buena, déjela ir...

Qué hacer con las buenas ideas

Si no va a hacer nada con sus buenas ideas, difúndalas. No solo se hará notar como una persona innovadora y emprendedora, sino que se acostumbrará a ir probando sus ideas con otros y mejorándolas. Es mas, es probable que de esta manera consiga que otra persona se entusiasme con su cuento y le ayude a hacer realidad su sueño. Si la idea se le vá de las manos, déjala ir y comience a buscar otra cosa. ¡Cuántas personas conocemos con tremendas ideas que no sueltan prenda para que no se las copien y nunca las llevan a cabo!

Qué hacer con las oportunidades

Si ya decidió que esta es una tremenda oportunidad y no la quiere dejar pasar, es hora de hacer un plan de empresas....

Recuerde:

- No todas las ideas son oportunidades.
- La selección de las ideas es un proceso personal e individual.
- Ud. puede transformar una idea en una buena idea en una oportunidad.
- La oportunidad mezcla algo fuerte que tenga o que venga de su pasado, con algo que le sea atractivo como para dedicarle parte importante de su vida.

Asi que tienes una idea. Alicia Castillo Holley { [HYPERLINK http://www.ventureslatinas.com](http://www.ventureslatinas.com) }

- Si no se libera de las ideas que no le sirven, no podrá seguir buscando y eventualmente encontrar una oportunidad.
- Compartir o regalar ideas es una muy buena manera de zafarse de ellas y de aumentar su capacidad de explorar... es más, podría conseguir un socio que le apoye y entonces descubrir que lo que inicialmente no era una oportunidad para ud, si lo es ahora.

Otras lecturas:

Ideita, ideita, donde estas?

Como hacer un plan de empresas?

Como financiar empresas?

Protección intelectual:

Todo el material es propiedad intelectual de Ventures Latinas LLC y está protegida por la ley. Se permite su reproducción inalterada con mención a su autora, Alicia Castillo Holley y a Ventures Latinas.