**OPORTUNIDAD**DE NEGOCIO

* Idea de negocio
* Oportunidad de negocio
* Formato para la creación de un concepto de negocio

SESIÓN **/2**

1. **IDEA DE NEGOCIO**

Hemos hablado de la empresa, ahora veremos cómo se da origen a una empresa y hablaremos de las ideas de negocio.

**1.1 Concepto**

Es la forma inicial de un emprendimiento a desarrollar, que se presenta en forma de características esenciales de un producto o servicio en base a la identificación de una necesidad (oportunidad de negocio).

La idea de negocio debe responder:

1. ¿Cuál es el producto?
2. ¿Para quién está pensado?
3. ¿Para qué sirve?
4. ¿Por qué los clientes deberían comprarlo?

Por ejemplo: Un hotel para mascotas

1. El producto es un servicio de hospedaje de calidad para mascotas.
2. Está pensado para los NSE más altos.
3. Sirve para que los dueños puedan viajar tranquilos sabiendo que su mascota está en buenas manos
4. Deben comprarlo porque es un servicio único, que da garantías y confianza.

**1.2 Atributos de una idea de negocio**

* Debe estar asociada a una noción de producto: Ser un producto o servicio.
* Debe haber clientes que tengan la necesidad del producto: Tiene que existir un mercado.
* Debe ser posible aprovecharla oportunamente: Tiene que ser alcanzable en términos de tiempo.
* Debe generar los ingresos que necesita: Tiene que ser rentable.
* Debe entusiasmarnos: Debe inspirarnos a realizarla, motivarnos.
* Debe ser ética y legalmente permitida: Tiene que estar dentro del marco de la legalidad.

La idea de negocio surge de la detección de una oportunidad de negocio.

**2. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

Es el momento (situación del mercado) que resulta ser propicio para llevar a cabo un negocio. Las oportunidades de negocio surgen del entorno, pero también pueden tener influencia de factores internos.

A la hora de identificar una oportunidad y, por lo tanto, desarrollar una buena idea, el emprendedor tiene que tener en cuenta sus capacidades creativas e innovadoras, motivaciones y experiencia, para lo cual requiere tener un profundo conocimiento del entorno (de la situación socioeconómica, del mercado, de los clientes, de los competidores), pues tiene que valorar las necesidades que puede satisfacer, los huecos de mercado que puede cubrir y la ventaja que tendría frente a la competencia.

Para el emprendedor es importante el desarrollar la capacidad de identificar nuevas oportunidades de negocio y, sobre todo, de ponerse a trabajar para aprovecharlas y convertirlas en ideas de negocio y luego en empresas.

A continuación, veremos algunas formas de detectar oportunidades de negocio.

* **Mejorar productos o servicios ya existentes**

De repente las empresas no están brindando productos o servicios con la calidad esperada o los atributos que las personas desean, por lo que se les puede realizar mejoras.

* **Encontrar clientes mal atendidos**

Se basa en identificar un grupo de clientes que tienen necesidades que sólo se encuentran parcialmente resueltas, es decir que no están del todo contentos con la manera se atienden sus necesidades.

* **Cosas que funcionan en otros sitios**

Detectar a través de viajes o de búsqueda en internet, alguna propuesta de negocios que triunfe en otros países y que pueda funcionar en otro mercado. También se puede aplicar de manera inversa y llevar algo del país de origen a uno nuevo.

* **Nuevos segmentos demográficos o de mercado**  
  Frecuentemente aparecen nuevos segmentos de clientes, debido a que hay cambios demográficos (incremento de población mayor o joven , nuevas clases sociales…etc.) o porque un segmento que no era relevante se convierte en importante (clases sin acceso a determinados productos que han visto mejoras en su situación económica en los últimos años). Se deben reconocer y analizar sus necesidades.
* **Aparición de nuevas tecnologías o productos**

La tecnología transforma mercados y ante los cambios tecnológicos surgen nuevas oportunidades.

Por ejemplo: El mercado de aplicaciones para Smartphone y tablets.

**Ahora veremos un ejemplo, que muestra cómo a partir de la aparición de una empresa se pueden generar nuevas empresas para abastecerla:**

Ejemplo: Colegio

* Empresa de aseo
* Empresa de alimentos
* Empresa de vigilancia
* Empresa de transporte
* Docentes
* Empresa de papelería
* Empresa de útiles escolares
* Empresa o editoriales de libros

Otros ejemplos:

* Henry Ford se inspiró en un matadero para diseñar la línea de producción de su empresa automotriz.
* Howard Schultz vio en Milán una máquina de café expreso y reconvirtió su cafetería de barrio en el exitoso concepto de Starbucks.
* Mark Zuckerberg buscó la forma de llevar los anuarios escolares online y creó Facebook.

1. **FORMATO PARA LA CREACIÓN DE UN CONCEPTO DE NEGOCIO**

Entonces una vez que se ha detectado la oportunidad de negocio y se ha procedido a desarrollar la idea, se debe crear un concepto de negocio en base a un formato.

El formato que utilizaremos será el siguiente:

* **Nombre de la empresa/marca**
* **Producto o servicio a ofrecer**
* **Mercado al que va dirigido el producto**
* **Información Técnica**
* **Ventaja Competitiva**
* **Visión de la empresa**
* **Misión de la empresa**

Para ello, detallaremos cada uno de los puntos:

1. **Nombre de la marca**

Hay que darle un nombre adecuado al producto o servicio. El nombre de alguna manera debe tener relación con lo que el producto es, con la categoría en la que se va a encontrar, con los ingredientes o con la procedencia.

Por ejemplo: Cereal andino: Cereal Tumi

1. **Producto o servicio a ofrecer**

Detalle de las características y beneficios del producto o servicio.

Por ejemplo: Cereal Tumi es un producto natural rico en vitaminas, hecho a base de ingredientes andinos como maca, quinua, kiwicha y aguaymanto. Ayuda a reducir el colesterol, bajar la presión arterial y es una gran fuente de energía.

1. **Mercado al que va dirigido el producto**

Edad, género, distrito, ingresos económicos, estilo de vida, etc. Por ejemplo:

Hombres y mujeres de 20 a 40 años, de NSE Ay B de la ciudad de Lima, con un estilo de vida sano.

1. **Información Técnica**

Rubro o categoría, sobre la calidad del producto, el precio, puntos de venta, ingredientes, capacidad productiva, etc. Por ejemplo:

Categoría cereal para desayuno de alta calidad. Precio 15 soles por caja de 250 gr. Envase de cartón. Se venderá en supermercados.

La empresa puede producir 200,000 unidades al año. (Este dato es importante para el cálculo posterior de los objetivos de ventas).

1. **Ventaja Competitiva**

Aquello que diferencia al negocio o marca de sus competidores. Por ejemplo:

Tumi es el único cereal producido con ingredientes 100% del ande peruano y es el cereal que tiene menos calorías y azúcar del mercado.

1. **Visión de la empresa**

Es un párrafo que detalla a donde desea llegar la empresa en el futuro. Por ejemplo.

Tumi aspira a ser el cereal de la familia peruana y a ser reconocida como la opción saludable para los desayunos.

1. **Misión de la empresa**

Es un párrafo que detalla la razón de ser de la empresa, aquello que hace día a día. Por ejemplo:

Producir un cereal de alta calidad 100% peruano, que alimente de manera saludable a las familias peruanas.

**CONCLUSIONES**

* Las oportunidades de negocio se dan en el entorno empresarial.
* Las ideas de negocio deben surgir de oportunidades de negocio.
* Las ideas de negocio deben trabajarse en base a un formato para crear un concepto del negocio. Este concepto dará forma a la idea y permitirá el posterior desarrollo de un plan.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**Rodríguez F.** Manual para la identificación de oportunidades de negocio. México. 2010.