

<https://adolfoaraujo.com/2014/03/04/analizando-una-idea-que-podria-convertirse-en-negocio-pnt-2-1/>

[Emprender con Tecnologías de Información](https://adolfoaraujo.com/)

Emprendimiento, Administración de Proyectos y Tecnologías de Información y Comunicación. Por: Adolfo J. Araujo J.



* [Acerca de Adolfo Araujo](https://adolfoaraujo.com/acerca-de-mi/)
* [Mercadeo online](https://adolfoaraujo.com/mercadeo-por-internet/)
* [¿Eres Emprendedor?](https://adolfoaraujo.com/quieres-ser-emprendedor/)
* [Introducción a Lean Startup](https://adolfoaraujo.com/2016/12/08/introduccion-a-lean-startup/)
* [Twitter](http://twitter.com/ajaraujo)

 [Facebook](https://www.facebook.com/AdolfoJAraujoJ)

 [LinkedIn](https://www.linkedin.com/in/ajaraujo/)

 [Instagram](https://www.instagram.com/adolfojaraujo/)

 [Youtube](https://www.youtube.com/channel/UCBMifDjgEpGhRLMGUmqXpMQ)

# Analizando una idea que podría convertirse en negocio

Publicado por[ajaraujo](https://adolfoaraujo.com/author/adolfoaraujo/)[marzo 4, 2014](https://adolfoaraujo.com/2014/03/04/analizando-una-idea-que-podria-convertirse-en-negocio-pnt-2-1/)Publicado en [01- Idea empresarial](https://adolfoaraujo.com/category/01-idea-empresarial/)

Etiquetas:[Empresa](https://adolfoaraujo.com/tag/empresa/), [eslogan](https://adolfoaraujo.com/tag/eslogan/), [idea](https://adolfoaraujo.com/tag/idea/), [mercado](https://adolfoaraujo.com/tag/mercado/), [negocio](https://adolfoaraujo.com/tag/negocio/), [potencial](https://adolfoaraujo.com/tag/potencial/), [producto](https://adolfoaraujo.com/tag/producto/)

|  |  |
| --- | --- |
|  | 2.1 ANÁLISIS DE IDEA DE NEGOCIO #PNT  «Una fórmula para alcanzar la celebridad puede ser ésta: expresar ideas sencillas con claridad, ingenio y cortesía.»  (Andre Maurois)  [Análisis de Idea de Negocio](https://ingwebsu.files.wordpress.com/2013/09/idea-negocio.png)  Análisis de Idea de Negocio 1) Concepto de idea de negocio La Idea de Negocio es un concepto o representación que tiene que ser **innovadora**. Centrado en un bien o servicio que puede ser vendido a través de un **modelo de negocio** y apoyada por un plan de negocio permitiría analizar la viabilidad para conseguir socios o inversionistas que apoyen para convertirla en realidad. Cuando se introducen en el momento adecuando (expectativas de la demanda por el producto son altas) puede llegar a convertirse en un **negocio rentable**. Para que exista Demanda, la idea de negocio debe nacer de necesidades insatisfechas o nuevas soluciones a problemas y utilizando la [innovación.](https://adolfoaraujo.com/2014/02/11/las-pymes-deben-innovar-o-investigar-para-desarrollar-productos-pnt-1-7/" \l "Innovaci%C3%B3n" \t "_blank) 2) Objetivo Explicar en forma breve y concisa los primeros bosquejo del [plan de negocio](https://adolfoaraujo.com/2014/02/13/empieza-tu-propio-negocio-realizando-este-1er-paso-pnt-2-0/) sobre la actividad que se pretende realizar, características del bien o servicio, ventaja competitiva sostenible, necesidades que satisfacen, posibles y posibles problemas que enfrentará. 3) Componentes3.1) Idea Fundamental Describir brevemente de dónde nació la idea detrás de la iniciativa: a través de una necesidad observada, oportunidad encontrada, fortaleza, empresa vista en otro lugar, etc. 3.1.1)  Factores Que la Motivan Describir de forma clara por qué piensa que va a tener éxito: se tiene una cartera de clientes potenciales, esta idea tuvo éxito en otro lugar,  es un producto que sigue las modas, se creara la necesidad de consumirlo, etc. 3.2) Negocio o Empresa ¿Qué nombre tendrá la nueva empresa? al buscar el nombre para la empresa se debe tomar en cuenta el que sea llamativo para el cliente  pero al mismo tiempo comprensible, ya que puede ayudar a conseguir clientes y con el buen desempeño formar una marca solida y reconocida.  Es como el nombre de dominio en Internet que ayuda a posicionarse 3.2.1) Ventaja Competitiva Sostenible (VCS) Un solo elemento del **negocio** reconocido por su mercado meta, difícil de imitar y perdurable en el tiempo. podría ser:   * Mejor tecnología, * Mejor diseño, * Mejor calidad, * Menor precio, * De moda, * Cualidad ergonómica, * Producto novedoso, * Producto diferenciado, * Presentación, * Cualidad ecológica, * Posee envase, * Diseño gráfico innovador.  3.2.2) Lema Publicitario o Eslogan (Celta Slaugh=guerra y Gheun=Grito)  Es una frase memorable usada en un contexto comercial o político, utilizado para recordar una marca o un producto, de fácil memorización, en los mensajes publicitarios. ([sitoGraphics](http://www.sitographics.com/dicciona/e.html" \t "_blank)) 3.2.3) Logotipo Coloquialmente conocido como «logo», es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo, diseño, letras y colores distintivos de a una persona, empresa, institución o producto. Los logotipos suelen incluir símbolos claramente asociados a quienes representan. Es el activo más importante del servicio o producto, como un sello distintivo, relacionado con los conceptos de marca y de promesa; logrando la adecuada comunicación del mensaje y la interpretación por parte del espectador. Puede referirse a uno de los siguientes conceptos:   * **Logotipo**: es la representación tipográfica del nombre de la marca; una marca en la cual la palabra funciona como imagen. (Ejemplo: Coca-Cola) * **Isotipo**: icono o signo visual gráfico que remite a la empresa, donde la imagen funciona sin texto. (ejemplo: la manzana de Apple) * **Isologo o Imagotipo**: se encuentran ambos, logo e isotipo. (Ejemplo: Lg, la carita feliz + la palabra «LG»)   **Nombre (Comercial)**: es la representación verbo-visual o fonética del elemento básico de identidad. **Marca**: registro del nombre para uso comercial. Para que resulte congruente y exitoso debe estar conforme al principio fundamental del diseño donde «menos es más». ([wikiPedia](http://es.wikipedia.org/wiki/Logotipo" \t "_blank)) 3.2.4) Por Ciclo de Vida3.2.4.1) En Constitución Negocio nuevo que necesita establecer su plan de negocio, conseguir financiamiento  y legal izarse. 3.2.4.2) En Operación Empresa con 3 o varios años de haber sido creada, en este caso será necesario establecer como ha evolucionado en las últimos años, detallas la situación actual ya que las instituciones financieras generalmente otorgan prestamos al presentar los 3 presupuestos de años anteriores 3.2.5) Por  Origen del Capital Públicas (gubernamentales), organizaciones sin fines de lucro o privadas. 3.2.6) Por  Actividad o Giro Dentro de las privadas podemos clasificar las en tres grandes grupos: 3.2.6.1) Industriales: Producción de bienes o productos mediante la transformación o extracción de materias primas 3.2.6.2) Comerciales: Son intermediarios entre productor y consumidor; su función primordial es la compra – venta de productos terminados en el lugar y monto adecuado 3.2.6.3) De servicios: Aquellas que brindan un servicio a la comunidad y que persiguen fines lucrativos Dentro de estos grupos se encuentran los [BMoW](http://digitalenterprise.org/models/models.html)  (Modelos de Negocios en la Web) definidos por Michael Rappa, o su traducción en [IngWebSu](https://ingwebsu.wordpress.com/2009/02/04/13-intraentorno-entorno-interno-o-la-organizacion/) 3.2.7) Por Magnitud de la Empresa Independiente del giro las empresas de acuerdo al tamaño pueden ser: grandes, medianas, pequeñas (ventas brutas mensuales hasta USD 68 mil o 10 trabajadores) o micro empresas. 3.3) Producto a Ofrecer3.3.1) Por su Uso3.3.1.1) Bienes Es un producto tangible o **electrónico** será necesario describir las especificaciones: tamaño peso, empaque y otras características intangibles como la marca, la percepción del consumidor, etc., si es posible colocar una foto o un boceto. 3.3.1.1.1) Bien de capital: Son los factores de producción constituidos por inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, que, en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo y bienes intermedios, se destinan a la producción de bienes de consumo. 3.3.1.1.2) Bien intermedio (bienes de equipo o bien de uso): Porque se utilizan para producir. De esta forma, bienes como la madera no se consideran un bien de consumo, sino un bien intermedio, pues se utiliza para fabricar otros bienes, por ejemplo, muebles. 3.3.1.1.3) Bien de consumo: Se usa para satisfacer directamente las necesidades específicas del último consumidor que lo demanda y lo adquiere.  No buscan producir otros bienes o servicios. Ejemplos de bienes de consumo son la vivienda (bien de consumo durable) y la comida (bien de consumo no perdurable). ([wikiPedia](http://es.wikipedia.org/wiki/Bien_econ%C3%B3mico" \l "Seg.C3.BAn_su_funci.C3.B3n" \t "_blank)) 3.3.1.2) Servicios Conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente. Es el equivalente no material de un bien. Un servicio se diferencia de un bien (físico o intangible) en que el primero se consume y se desgasta. Sera necesario describir en que consiste y como se piensa brindar a los clientes. ([wikiPedia](http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio" \t "_blank)) 3.3.2) Por su Efecto3.3.2.1) Complementario Aquellos que tienden a utilizarse en conjunto o los famosos Combos (combinación de elementos); si baja la demanda del bien principal afecta la demanda del complementario. Un ejemplo, si disminuye el precio de las impresoras puede aumentar la demanda de compra, aumentando también la compra de cartuchos de tinta o tóner (insumo ) por ser complementarios. 3.3.2.2) Sustituto Satisfacen la misma necesidad del consumidor compitiendo en el mismo mercado. Si el precio de uno de los competidores aumenta considerablemente, disminuirá su demanda, pero la demanda del bien sustitutivo aumentará, pues los compradores intentarán reemplazarlo al que aumentó de precio, o puede suceder lo contrario. Por ejemplo, los Asistentes Personales Digitales (PDA) fueron sustituidos por los Teléfonos Inteligentes (SmartPhones) aunque esto no fue debido al precio si no a la convergencia de estos dos. 3.3.3) Funcionamiento Se necesitan instrucciones de uso, funciona de forma diferente a la de las competencias y cumple con las normas de calidad u otras normas. 3.3.4) Diferenciación Es el factor clave que influye en éxito del negocio y que lo hace diferente de la competencia para enfocarse en un mercado meta específico. Este factor de diferenciación puede ser a través del: precio, la calidad, innovación, ubicación del local u otras. 3.4)  Mercado Potencial Descripción del perfil de los consumidores que pueden existir y que tienen un grado de interés por un bien o servicio ofrecido. Así como también sus necesidades a cubrir. La principal característica es identificar si serán [empresas (B2B) o consumidor final (B2C)](http://inf-tek.blogia.com/2009/020601--.-intraentorno-organiazacion-.php" \t "_blank) entre otras relaciones. Relación entre los diferentes entes del negocio Establecer la forma en que se reducirá la dependencia del negocio con respecto al producto principal y ofrecer a mediano plazo nuevos bienes o servicios adicionales. ([creceNegocios](http://www.crecenegocios.com/definicion/mercado/" \t "_blank)) 3.4.1) Otros Beneficiarios Además de los consumidores, que beneficios trae para:   * Empleados (clientes internos) * Distribuidores * Proveedores * Comunidad: maximizar los efectos positivos y minimizar los efectos negativos de su presencia en la zona geográfica donde opera * Medio ambiente: conservación del ecosistema y la minimización del daño al hábitat de los seres vivos, incorporando prácticas ambientales, como el uso de tecnologías limpias.   Esta pare del mercado potencial será necesario para el [anexo: modelo de negocio](https://adolfoaraujo.com/2014/08/21/plantilla-modelo-de-negocio/)  Palabras claves:   * Idea de negocio * Empresa o negocio * Eslogan * Mercado potencia * Producto   Puedes utilizar la [plantilla vacía](https://adolfoaraujo.com/2014/03/07/plantilla1-analisis-de-idea-de-negocio/) para crear tu propio emprendimiento |