Idea de negocios vs Oportunidad de negocios: verdades y Diferencias

Una idea de negocios y una oportunidad de negocio son muy distintas una de la otra. Una oportunidad es una situación en el ambiente externo que puede aprovecharse para hacer negocios. La idea tiene que ver con un concepto originado de la mente del emprendedor. En este artículo le daré consejos de cómo y donde encontrar oportunidades de negocios.

**Oportunidad de Negocio**

Vamos a aclaras algunos mitos y realidades sobre las oportunidades de negocio:

Mitos de las oportunidades de negocio

En primer lugar, es importante descubrir ciertos errores en la forma de ver las oportunidades de negocio:

**1. Existe una lista de oportunidades de donde escoger**

Es cierto que puede haber recomendaciones de qué negocios hay con una tendencia al crecimiento pero eso no significa que exista una lista específica sobre la cual escoger. Mucha gente busca oportunidades de negocio de poca inversion como si existiera una lista donde te digan donde están.

Sin embargo, hay otros factores que influyen en la selección de una oportunidad específica, entre ellos las características e intereses del emprendedor, sus recursos y el ambiente externo.

**2. Una oportunidad de negocio siempre es rentable**

Es incorrecto. Una oportunidad es una situación como un problema creciente, una demanda en el mercado o un nuevo comportamiento del consumidor, que tiene potencial para empezar un negocio.

No obstante, el plan de negocios será aquel que indique si puede resultar un negocio rentable. Puede que encuentre una oportunidad y resulte un negocio fallido.

**3. Necesito mucho dinero para aprovechar esta oportunidad**

La inversión de capital no tiene relación con crear un negocio exitoso en determinada oportunidad de negocio.

Por ejemplo, una oportunidad de negocio nueva es la energía renovable, como energía solar o eólica. A primera vista, parece requerir grandes cantidades de capital.

Pero, si busca un nicho de mercado dentro de la oportunidad, puede encontrar posibilidades de menor inversión, como servicio de reparación, o modelos a escala para aparatos específicos, como el caso de los calentadores solares.

**4. Las oportunidades de negocio son permanentes**

Dependiendo del análisis de la oportunidad de negocios, puede ser una moda (una necesidad pasajera o de temporada) o una necesidad a largo plazo.

**5. Tener 0 competencia indica una buena oportunidad de negocio**

Es recomendable tener poca competencia, dado que permite ganar una mayor participación de mercado en un giro o industria.

El caso contrario es tener 0 competencia para una oportunidad de negocio. Esto puede indicar que la rentabilidad del negocio es muy baja o nula, debido a altos costos o bajas ventas.

Un ejemplo puede ser un negocio donde el consumidor construye su propio mueble con herramientas y material de la tienda. Esto parece un negocio innovador, pero puede que exista una razón clara de porqué nadie lo ha hecho (que nadie quiere construir un mueble, es más fácil comprarlo hecho).

**Realidades de la oportunidad de negocio**

Ahora, del lado contrario, es necesario entender realidades de cómo se comporta y donde se encuentran las oportunidades de negocio:

**6. Investigación de las oportunidades potenciales**

Un punto importantísimo es realizar una investigación de mercados para detectar oportunidades de negocio potenciales.

Esto se puede realizar al analizar las noticias del periódico, tendencias en estudios de mercado, observación del comportamiento de los consumidores en centros comerciales, ferias comerciales, etc.

**7. Primero las oportundidades, luego las ideas**

Es necesario encontrar algunas oportunidades de negocio Antes de empezar a buscar ideas.

Esto permite que las ideas tengan mayor probabilidad de éxito, dado que nos estamos centrando en ideas de una oportunidad, no ideas al azar.

**8. Las oportunidades están en todos lados**

Además de las formas ya señaladas, existen 2 tipos de información que indican oportunidades: la información estadística y la información actual (o nueva).

Por ejemplo, podemos analizar la información estadística del crecimiento poblacional de una región, y encontrar oportunidades (por ejemplo, que hubiera una explosión demográfica en edades de 2 a 5, una oportunidad puede ser la educación preescolar).

En el caso de la información actual, por ejemplo: una nueva ley, un cambio en políticas públicas, o una reforma en la industria, pueden abrir el paso para nuevos negocios.

**9. Requiere hacer un plan de negocios**

No porque una oportunidad de negocios parezca irresistible, debe lanzarse sin hacer una planeación o análisis de la rentabilidad.

La oportunidad da paso a ideas para aprovecharla, y la selección de la idea más atractiva, da paso a la elaboración de un plan de negocios.

Recuerde que el plan es una guía que responde a las preguntas típicas de un negocio de forma estructurada: qué hacer, qué vender, cuánto necesito vender para tener ganancias, cuánto me va a costar, cuándo hago cada tarea, etc.

**10. Dos cabezas piensan mejor que una**

Una amplia recomendación al momento de analizar oportunidades de negocio, es trabajar en equipo. Uno de los errores más comunes del emprendedor, es hacer todo por sí mismo, sin recurrir a la opinión o ideas del tema de otras personas.

No quiero decir que requiera la opinión para todo, sino específicamente, es más valioso hacer la investigación de oportunidades con otras personas que también estén en modo de búsqueda.

El tener una idea no nos garantiza estar ante una oportunidad de negocios, se tienen que dar algunas pasos de validacion para que esto sea asi. Solo si la idea y la oportunidad coinciden, la puesta en marcha de un emprendimiento puede ser viable.

* Una idea es una oportunidad cuando puede ser implementada.
* Cuando agrega valor para su comprador o su usuario final.
* Se encuentra una predisposicion a pagar por ese producto mas que su costo.

Por esto es fundamental, distinguir entre idea y oportunidad de negocios, para que realmente sea una oportunidad, la primera tiene que ser validada.

* Una buena idea no es nada mas que una herramienta en las manos de un emprendedor.

Es importante tener en claro que las ideas son útiles solo cuando pueden ser utilizadas.

La **oportunidad de negocio** es el corazón del *"Todos tenemos ideas que nos gustaría realizar y ponerlas en marcha, sin embargo, no todas nuestras ideas pueden transformarse potencialmente en una oportunidad real de negocio".*proceso emprendedor y es clave poder diferenciarla de una buena idea.  La primera gran habilidad del empresario es ser capaz de identificar rápidamente si la idea tiene potencial de éxito y decidir, en función de esto, cuánto tiempo y esfuerzo invertir. Por esto, la evaluación que hacen los emprendedores sobre el potencial de una idea es clave.  
Ahora bien, qué preguntas debería hacerse el emprendedor o qué análisis debería llevar a cabo para discernir si está frente a una buena idea o si realmente es una oportunidad de negocio.   
¿Qué criterios deberían considerarse para analizar el potencial de una idea? A continuación se detallan, a modo de ejemplo, algunos criterios claves:  
  
**Criterios de análisis**

* Generación de valor agregado.
* Investigación de mercado/Competencia/Proveedores/Sustitutos.
* Tamaño del mercado/Acceso a recursos claves (ej: materia prima, contactos, recursos humanos, financiamiento, etc.).
* Características del producto (Ej.: Fácil de almacenar, no perecedero).
* Demanda potencial.
* Equipo emprendedor (motivaciones, capacidades, experiencias, contactos, etc.).
* Inversión requerida/necesidad de financiamiento.
* Barreras de ingreso y costos de salida.
* Potencial exportable. Es una forma de evaluar la perspectiva de crecimiento del negocio que no se limita al mercado interno.
* Modelo de negocio, es decir, cómo la empresa genera, distribuye y captura valor del mercado.

Los emprendedores deben además, aunque es la parte más difícil, lograr estimar: tiempo de recupero de la inversión, punto de equilibrio, márgenes esperados y rentabilidad.

Un error muy común es subestimar la inversión inicial. Los emprendedores tienden a no considerar toda la inversión necesaria para poner en funcionamiento el negocio y sostenerlo hasta que comience a generar los ingresos suficientes.

Un buen análisis de los riesgos también es central. Por ejemplo, analizar un posible escenario donde las ventas evolucionen con más lentitud a lo previsto.

Es importante no perder de vista que la sola existencia de "demanda potencial" o "la generación de valor para el cliente" no son causas suficientes para montar un emprendimiento sino que deben darse varios factores.

Usualmente los emprendedores realizan un análisis cualitativo y no cuantitativo de la oportunidad, más aún cuando no cuentan con experiencia previa en la puesta en marcha de negocios. Además de esto, muchas veces los factores motivacionales como la fuerte identificación con el equipo emprendedor o con determinado producto o actividad, son más tenidos en cuenta que los análisis de viabilidad económico-financiera. Es muy común que los emprendedores se "enamoren" de la idea antes de realizar un buen análisis.

Todos tenemos ideas que nos gustaría realizar y ponerlas en marcha, sin embargo, no todas nuestras ideas pueden transformarse potencialmente en una oportunidad real de negocio.  
  
Una gran proporción de las oportunidades de negocios provienen de: intereses personales, hobbies, experiencias previas generadas en la vida laboral, antecedentes y ejemplos familiares, entre otros.  
  
**Pero ¿cómo puede un emprendedor darse cuenta de si esta realmente frente a una oportunidad de negocios? ¿Cuándo una idea es una oportunidad?**

* Cuando puede ser implementada.
* Cuando agrega valor para su comprador o usuario final.
* Cuando existe una predisposición a pagar por ese producto más que su costo para producirlo.
* Cuando se vislumbra una vía/camino/patrón de crecimiento para el proyecto.
* Cuando contiene un componente de innovación/novedad relevante respecto a ofertas o negocios similares.
* Cuando es posible construir una "barrera competitiva" o aspecto diferenciador permanente del proyecto.

**También hay preguntas clave que todo emprendedor debe hacerse para poder discernir si su idea constituye o no una oportunidad.**

* ¿En qué tipo de negocio puede convertirse esta oportunidad en el corto y en el largo plazo?
* ¿Pueden las causas que originaron esta oportunidad durar lo suficiente para que el negocio sea rentable?
* ¿Es significativo el mercado? ¿Quién será mi cliente, puedo identificarlos? ¿Es posible llegar a ellos?
* ¿Por qué van comprar el producto o servicio? ¿Cuál es el "valor agregado" para ellos?
* ¿Quiénes serían los competidores y cómo se espera que reaccionen?
* ¿Qué ventajas y desventajas tengo sobre los productos/servicios de la competencia?
* ¿Conozco o tengo acceso a la tecnología o el "know how" necesario para elaborar el producto o servicio?
* ¿Cuáles son los tres puntos clave/críticos de esta oportunidad?
* ¿Cuál es la situación del sector en el que voy a operar? ¿Ha estado creciendo o decreciendo? ¿Se han fundado o creado negocios recientemente? ¿Cuál es la tendencia que se observa?
* ¿Cuál es la ganancia potencial? ¿Cuál es la pérdida potencial?

Por último, no hay que dejar de considerar la viabilidad en términos de que no existan impedimentos legales para poner en marcha el negocio ni impedimentos legales del/los fundador/res.

Una recomendación importante para todos aquellos que quieren emprender, es pedir consejos antes que financiamiento, es decir, buscar hablar con expertos del sector, referentes de la industria o emprendedores con experiencia.

**Ideas Vs. Oportunidades**

Una **idea** es un pensamiento, impresión, o noción. Puede o no cumplir con el criterio de una oportunidad. Importante porque muchos emprendedores confunden una idea con una gran oportunidad.

**Cuál es la Diferencia entre Idea y Oportunidad**

Muchos negocios fracasan, no porque los emprendedores que lo comenzaron no trabajaron duro, fallan porque no existía una oportunidad real.  
Antes de que te emociones con una idea de negocio, es crucial entender si la idea cubre una necesidad y cumple con el criterio de una oportunidad, así que indaga y haz un estudio de mercado exhaustivo.

La **oportunidad** es:

* Es una necesidad por ser satisfecha
* Es un deseo a ser cumplido
* Es un temor a ser aliviado
* Es un problema que necesita ser resuelto – Las personas con problemas son las más motivadas a tomar acción.
* Hay un grupo identificado que lo compraría
* Hay una forma de contactar y comunicarte con el mercado prospecto.

Para estar en contacto con el mercado potencial necesitas estar actualizada, informada, necesitas estar atenta acerca del acontecer: económico, ambiental, sociocultural, demográfico, político y tecnológico.  Necesitas entender las fuerzas que mueven al mundo.

**¿Qué características te hacen mejor en reconocer una oportunidad que otros?**

* **Experiencias** **previas** – son experiencias en ese mercado, que tengas mejores experiencias que los demás.
* **Redes sociales** – debes tener la perspectiva de las personas, de todo tipo de personas.
* **Creatividad** – parte esencial de una emprendedora
* **Factores cognitivos** – educarte mejor para reconocer mejor las oportunidades y análisis del contexto (estudio del mercado).

Existe un libro muy recomendable que refleja perfectamente lo que hace un emprendedor, este libro es el resultado de una investigación de una serie de empresas exitosas online y de lo que hicieron sus fundadores en el primer año, aquí una cita que resume mucho la forma en que un emprendedor piensa:

*“Los fundadores necesitan ser adaptables… porque los planes cambiarán. Las personas piensan que las start-ups crecieron de una brillante idea como la planta de una semilla. Pero casi todos los fundadores que entrevisté cambiaron sus ideas mientras las desarrollaban. PayPal comenzó escribiendo software de inscripción, Excite comenzó como una base de datos de búsquedas, y Flickr creció de un juego online. Comenzar una start-up es un proceso de prueba y error. Lo que guió a los fundadores por este proceso fue su empatía por los usuarios.”*

Jessica Livingston en el Libro…  
[Founders At Work](http://www.amazon.com/Founders-Work-Stories-Startups-Problem-Solution/dp/1430210788)

¿Qué quiere decir esto?

Que no tuvieron miedo de cometer errores ni de reorientar sus negocios. Ni de cambiar sus ideas.  
Muchas personas se sienten paralizadas porque no saben dónde comenzar, así que si aun piensas que no tienes la mejor idea, no importa, debes de comenzar y la idea mejorará en el proceso, lo peor que puedes hacer es quedarte paralizado.

¿Dónde puedes encontrar tendencias?

* Revisa periódicos que tengan una circulación mayor al millón de ejemplares.
* Revistas semanales con un tiraje igual
* Revistas de negocios
* Revistas online e Internet

Las oportunidades están hechas para cogerlas y aprovecharlas. Lo importante es no confundir una idea por una oportunidad, así que, si tienes buenas ideas, procura verificar que sean también oportunidades reales de negocio y no solamente bonitas fantasías.  
Solo así podrás encontrar tu verdadero nicho de mercado.