

Dónde está el origen de las ideas o proyectos

Francisco Abad. Director de la Fundación Empresa y Sociedad para mundofranquicia.com

Uno de los principales problemas que surgen a la hora de poner en marcha una empresa es ¿Cómo encontrar ideas innovadoras?, ¿Dónde está el origen de las ideas o proyectos que se convierten en empresas de éxito?

Se trata de mantener una actitud emprendedora ante el mundo que nos rodea, identificar oportunidades y analizar con la perspectiva de una actividad empresarial gran parte de las situaciones cotidianas. Así lo están haciendo, por ejemplo, los emprendedores de nuevas empresas entorno a Internet.

En muchos casos, la idea empresarial surge como consecuencia lógica de la vida personal o profesional de sus promotores. Todos tenemos relación con un sinfín de actividades económicas y empresariales, como consecuencia de nuestro trabajo, nuestros propios hábitos de consumo o nuestros hobbies y aficiones, que pueden generar ideas explotables económicamente. Se trata de buscar un hueco en el mercado más que de intentar revolucionarlo.

Se suele pensar que la única opción para poner en marcha una empresa con éxito es descubrir algún producto o servicio absolutamente novedoso o hacer algo que nadie más haga. Evidentemente, ser el único es una de las posibilidades, pero si observamos a nuestro alrededor, lo habitual es que muchas empresas compitan ofreciendo los mismos productos y servicios. Lo que cada una de estas empresas está haciendo es diferenciar su producto o servicio del de los demás, intentando así captar la atención de sus clientes, por ejemplo, siendo la más barata, la más rápida, la que ofrece mayores garantías, mejor trato al cliente o cualquier otro atributo que haga su oferta más atractiva.

Pautas a seguir: Sí que existen caminos que podemos utilizar para concretar nuestro espíritu emprendedor. A título indicativo, algunos son los siguientes:

1. Descubrir una oportunidad nueva.
2. Dar forma de empresa a habilidades o gustos personales.
3. Adaptar una idea existente en el mercado, aquí o en otro país.
4. Encontrar una nueva forma de producir o distribuir algo ya existente.
5. Perfeccionar un eslabón de la cadena de valor de un producto o servicio.
6. Comprar una empresa.
7. Segregar una parte de una empresa.
8. Asociarse a una persona influyente.
9. Apostar por un emprendedor.

Como puede verse, la única forma no es empezar desde cero y crear una empresa propia. Se puede ser emprendedor comprando una empresa en funcionamiento o acudiendo al tópico de hacerse franquiciado de una marca. Esta última es más una forma de autoempleo que una iniciativa empresarial pero, curiosamente, recibe un amplio tratamiento en la mayor parte de la bibliografía disponible en nuestro país sobre este tema.

Los cinco primeros caminos anteriores son los más puramente emprendedores. El sexto y el séptimo tienen, además, un componente más técnico. Los dos últimos no suelen dar resultado. Seguramente, lo más importante es que el promotor o grupo de promotores del proyecto crean en su idea y estén decididos a ponerla en marcha.

A partir de esta premisa, la primera recomendación es empezar a analizar las posibilidades de la idea. No se trata solamente de reflexionar con mayor detalle sobre sus posibilidades y características, sino de contrastar opiniones con sus posibles usuarios y con expertos. Si tras estos primeros contactos las sensaciones que hemos percibido son buenas, ha llegado el momento de empezar a dedicar tiempo y esfuerzos al proyecto sistemáticamente.

Planes de futuro:

Cualquier producto o servicio tiene posibilidades de explotación empresarial en función de que las tenga entre los consumidores del futuro. No hay que pensar estáticamente, sino dinámicamente, ni en términos de producto, sino de consumidor.

Una vez identificada la idea, plantear diversas alternativas, analizarlas y elegir la idónea. No vale con una idea. Una idea no equivale a una oportunidad de crear una empresa, salvo que sea susceptible de ser explotada económicamente. A partir de ahí, los primeros pasos deben incluir un análisis de las empresas que ya están operando en el sector y sus posibilidades de reaccionar frente a nosotros, y una reflexión sobre el binomio inversión inicial / nivel de experiencia requerida y disponible.

Preguntas que pueden ayudar a identificar oportunidades:

- ¿Se puede hacer mejor este producto?
- ¿Se puede anticipar cambios en la tecnología de la fabricación?
- ¿Se podría prestar mejor este servicio?
- ¿Tiene algún defecto que se podría corregir?
- ¿Se puede utilizar para otra cosa?
- ¿Llega a todos los clientes posibles?
- ¿Se puede vender de otra forma?
- ¿Se está haciendo en otros sitios?
- ¿Hay oportunidades, entre las anteriores, que se pueden relacionar con mis aficiones, gustos, intereses, y capacidades?

Francisco Abad

Director de la Fundación Empresa y Sociedad