

Generando ideas de negocios

IN69B

1.1. ¿CÓMO PUEDE TENER BUENAS IDEAS?

Las ideas nunca tienen que ser guiones de hierro; lo mejor es que puedan adaptarse.

Aunque todos los grandes profesionales coinciden en que las ideas son, como mucho, el 5% del éxito en los negocios —el restante 95% es el trabajo duro—, la verdad es que sin ideas tampoco se iría lejos. En este apartado aprenderá a generar sus ideas para su empresa y también a decidir cuál es la mejor.

JUQUEMOS A VER QUIÉN TIENE MÁS IDEAS

Aquí verá cómo podrá generar muchas ideas, solo o ayudado de otras personas.

En los negocios las ideas no son buenas o malas por sí mismas; son buenas porque generan riqueza y eso se sabe al final de todo un proceso en que intervienen muchos factores. Otro aspecto importante que tiene que saberse es que un grupo da muchas más ideas que una persona sola.

- Consiga reunir de 3 a 6 familiares o amistades, entre los cuales tiene que contarse usted, durante una hora.
- Si está solo, haga los mismos pasos aplicándose las mismas normas.
- Siéntelos alrededor de una mesa y déles un lápiz y un papel.
- El director del grupo es usted, de manera que es quien apunta todas las ideas que se den, velando para que se cumplan de manera constante todas las normas en la reunión, especialmente las normas básicas siguientes:
 - a. Es necesario dar muchas ideas sin pararse a plantearse si son buenas o no.
 - b. Está prohibido criticar, negar o juzgar las ideas propias o las de los demás. Usted tampoco puede hacerlo.
 - c. Hay que considerar que todas las ideas son buenas; por muy descabelladas que parezcan, merecen ser apuntadas.
 - d. Dar ideas descabelladas no significa que la reunión derive en una juerga —para ello, está usted.
 - e. Las ideas no son de nadie en particular, son de todo el mundo.
- Al empezar la reunión es necesario:
 - a. Recordar otras ideas de otras personas o empresas y exponerlas.
 - b. Plagiar, copiar o cambiar las ideas que dan los asistentes y relanzarlas.
 - c. Releer las ideas ya apuntadas si el grupo deja de generar.
- Después de media hora pidiendo a cada asistente que dé una idea descabellada, el grupo tendrá que rehacerlas y tendrá que generar todavía más ideas.

1.2. ¿ES VIABLE LA IDEA QUE TIENE?

El tiempo que dedique ahora a analizar sus ideas es tiempo ganado, nunca tiempo perdido.

En el apartado anterior hemos hablado de las claves para tener muchas ideas y de cómo escoger una en lo que concierne a sus conocimientos y a su experiencia laboral. En este apartado, analizaremos sus ideas desde el punto de vista de las inversiones y de los costes; el dominio sobre los elementos necesarios para producir y vender el producto o servicio, y, finalmente, la situación legal y social del momento.

TENGA LOS CONCEPTOS CLAROS

Este apartado le ofrece un esquema de los pasos que tiene que hacer para analizar la viabilidad de su futura empresa a partir de una idea central.

Para examinar la viabilidad de una idea, el mejor instrumento es el plan de empresa, del cual hablaremos más adelante. Elaborar este plan es algo laborioso; además, hay muchas ideas que, de entrada, no merecen tanto esfuerzo. Para ver si una idea tiene el valor suficiente para analizarla a fondo, antes puede hacer la aproximación siguiente:

- 1** Es muy importante, en primer lugar, que pueda definir su idea escribiéndola en una sola línea; es decir, escriba exactamente lo que venderá.
- 2** Después, hágase las preguntas siguientes:
 - a. ¿Estoy capacitado?
 - b. ¿Hay clientes? ¿Hay personas o empresas que compren lo que deseo vender? ¿Hay muchas o pocas?
 - c. ¿Puede hacerse? ¿Es fácil o difícil fabricar o dar los productos o servicios que deseo?
 - d. ¿Está permitido? Podría ser que la complejidad legal de la idea fuera muy alta y que no valiera la pena continuar o, simplemente, que estuviera prohibida.
 - e. ¿Es rentable? ¿Qué precios tendría que poner para que me dieran beneficios, después de pagar los costes? ¿Mis probables clientes, estarían dispuestos a pagar este precio?

2.1. La idea- oportunidad de negocio.

Algunos sistemas eficaces para la búsqueda de oportunidades.

El estudio de los éxitos empresariales nos permite observar determinados sistemas eficaces para la búsqueda de oportunidades. Los más comunes son:

- **Identificación de necesidades no cubiertas.** Observando nuestro alrededor podemos darnos cuenta de muchas necesidades que no están cubiertas por la oferta, ser el primero ofrece grandes posibilidades de éxito. Por ejemplo abrir una guardería en un barrio de nueva construcción cuya población es mayoritariamente joven.
- **Observación de tendencias/ Lanzar una moda.** Como ejemplo claro hablamos de los fabricantes de ropa deportiva, quienes comenzaron a anunciarla como ropa habitual al observar que los jóvenes la vestían también durante el día y no solo cuando realizaban alguna actividad deportiva.

- **Aficiones o hobbies.** Muchas personas consiguen convertir sus aficiones en fuente de ideas para su negocio, pero en estos casos es importante no olvidar el punto de vista del cliente, no se trata de vender lo que a nosotros nos gusta, sino lo que les vaya a gustar a nuestros consumidores.
- **Cambios en la normativa legal.** Muchas son las empresas que recientemente se han creado gracias a los cambios normativos, como pueden ser el caso de las empresas de prevención de riesgos laborales, calidad etc... Pero un cambio normativo no solo es importante cuando afecta a nuestra empresa directamente, sino también es una oportunidad si sabemos valorar el entorno y el mercado. Por ejemplo, con la ley antitabaco muchas son las empresa de maquinaria e instalaciones de extracción de humos que han crecido, pero también ha sido una buena oportunidad para clínicas y gabinetes psicológicos con el reclamo de "deje de fumar".
- **Observación de deficiencias ajenas.** Orientando nuestro negocio a cubrir las deficiencias que hemos podido observar en la

competencia. Es el caso por ejemplo de muchas pequeñas compañías que han aprovechado la publicidad de grandes empresas de comida a domicilio, como pizzas, que no llegan hasta determinadas poblaciones, para cubrir ellas esa necesidad.

- **Factores de cambio demográfico y social.** Basta con ver la cantidad de locutorios y de tiendas especializadas para inmigrantes, o las nuevas empresas para solteros etc...
- **Literatura sobre creación de empresas y lectura de prensa.** Los libros sobre creación de empresas ayudan a definir ideas, y en especial, a contrastar si son buenas o no. Lo mismo sucede con la prensa en general, y las revistas de emprendedores en particular, al ofrecer información actualizada sobre tendencias y ejemplos claros de empresas exitosas de nueva creación.
- **Organismos empresariales y organismos públicos con apoyo a emprendedores.** Quienes junto al apoyo que pueden dar en el desarrollo de una idea de negocio, también pueden aportar ayuda en la inspiración de

ideas de negocio. Por ejemplo, muchos de ellos cuentan con bancos de ideas, o tienen información sobre los denominados "Nuevos Yacimientos de Empleo".

Las tendencias de consumo como ideas de negocio.

Como hemos comentado, uno de los métodos más eficaces de detección de nuevas oportunidades de negocio es sin duda la observación de las nuevas tendencias de consumo.

Los consumidores modifican sus valores profundos y también sus preferencias en cuestiones cotidianas.

En este punto podemos hablar de 3 grandes grupos de segmentación:

Uno de estos grupos es la hipersegmentación, realizando una orientación parcial desde el punto de vista demográfico. El motivo es claro: al tratar un núcleo de población más reducido es más sencillo estudiar y satisfacer sus necesidades. En este punto podemos hablar como tendencias de consumo:

- **La infancia.** Con la incorporación de la mujer al ámbito laboral, cada vez se dispara más la demanda de guarderías, pero ya con horarios flexibles y adaptables a los horarios de trabajo de los padres.

- **Inmigración.** Dado el volumen elevado de inmigrantes, muchos son los negocios que han proliferado para este sector de la población, y ya no sólo hablamos de locutorios, sino que han ido creciendo los comercios de alimentación/ mercancías especializadas a través de la importación de productos extranjeros como forma de acercar su lugar de origen a su lugar actual de residencia.
- **Mayores y discapacitados.** Siendo este un sector de población cuya demanda actual no está cubierta por la oferta existente: atención a domicilio, excursiones personalizadas para discapacitados etc...

Otro de estos grupos es la especialización. En este caso la diferenciación no está en el público al que se dirige la empresa, sino en la oferta que realizamos.

Cada vez es más común que las grandes empresas se concentren solamente en su actividad comercial y subcontraten los servicios como la informática, transporte, logística.... Una buena oportunidad para pequeñas empresas muy especializadas en la prestación de estos servicios.

Y el otro grupo sería la moda. Establecer un negocio en función de las modas es una apuesta arriesgada, aunque la verdadera apuesta ganadora es adaptar el negocio que tengamos a alguna de las modas vigentes: que actualmente pasan por: el placer de diferenciarse (pagando más con tal de tener un objeto o servicio exclusivo), la pasión por lo revival, así como la seguridad y la calidad de vida.

Adaptar ideas que provienen del extranjero.

Aproximadamente la mitad de los negocios que se montan en España tienen en mayor medida su inspiración en alguna idea proveniente del extranjero.

La fórmula de inspirarse en un negocio que ya ha tenido éxito más allá de nuestras fronteras es una de las opciones más interesantes a la hora de innovar en nuestro mercado. Tiene bastantes ventajas, especialmente tres:

- **No se parte de cero.** Para la mayoría de los emprendedores una de las tareas más difíciles de definir el escenario en el que van a trabajar: costes de producción, almacenamiento o distribución de los productos, comportamiento de la clientela en función de los precios...
- **Es un banco de ensayos para el modelo de negocio.** Si podemos analizar con detenimiento el nacimiento de la empresa (productos que se testaron, márgenes comerciales, políticas de marketing...) sabremos qué cosas se probaron antes de cuajar el modelo que vamos a importar.

- La idea puede ser buena todo, o en parte. Otra ventaja, a menudo ignorada, y que ofrece excelentes oportunidades es observar la esencia del éxito de cada idea extranjera y no trasladar necesariamente el negocio tal y como se desarrolla allí.

Pero para poder adoptar una idea extranjera a nuestro entorno tendremos que trabajar bajo dos puntos de vista:

- Estudiar la empresa extranjera y su entorno. Cómo ha nacido y crecido, cual es su funcionamiento, si los productos son de elaboración propia o de proveedores
- Estudiar nuestro entorno, la viabilidad de la idea en nuestra sociedad: estudiar a nuestros consumidores, tener en cuenta la legislación, estudiar la situación del sector en nuestro país etc.. y la viabilidad técnica de llevarla a cabo (coste del producto en nuestro país, si existen proveedores en nuestro país o tenemos que importar los productos etc...)

Servicios de la vida diaria:

Los nuevos Servicios a Domicilio.

- Comidas a domicilio.
- Acompañamiento a personas enfermas y mayores.
- Producción y reparación de tareas a domicilio.
- Reparto de mercancías a domicilio.
- Teleasistencia.
- Atención socio- sanitaria a enfermos y personas mayores.

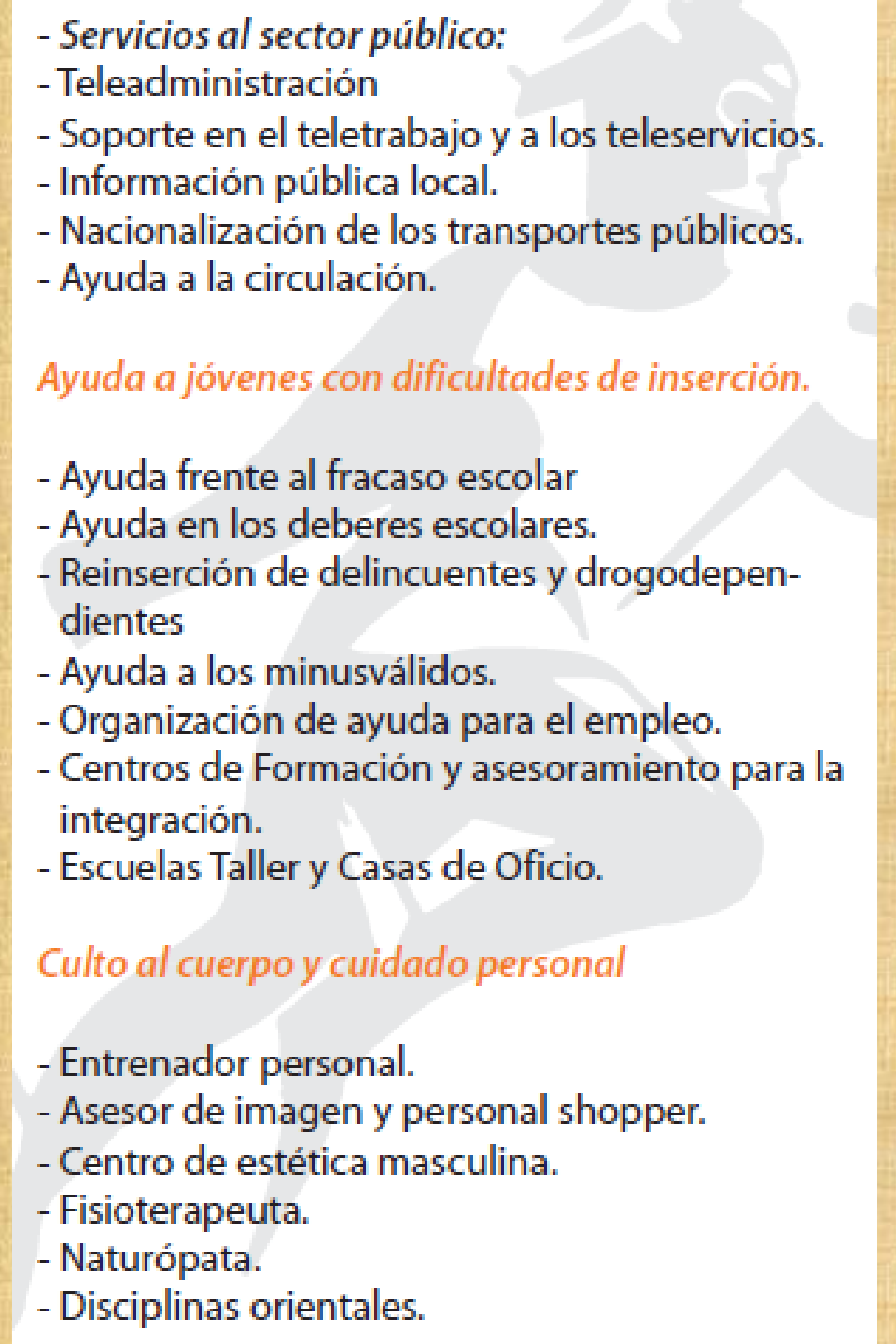
El cuidado de los niños.

- Cuidado de los niños por debajo de la edad escolar: guarderías y preescolar.
- Guarderías fuera del horario escolar y guarderías de empresa.

- Centros de ocio permanente y animación infantil.
- Atención y cuidado a enfermos.
- Actividades extraescolares culturales, recreativas y deportivas.
- Atención a niños con problemas.
- Colonias escolares y deportivas.
- Granjas escuela y centros de educación medio-ambiental.

Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

- *Servicios a particulares:*
 - Telemedicina.
 - Actividades multimedia de ocio y educativas.
 - Comercio electrónico
 - Internet e información telemática local.
 - Teletrabajo.
- *Servicios a empresas:*
 - Información económica, servicios comerciales, contabilidad a distancia, asistencia especializada...
 - Formación continua.
 - Acceso a bases de datos
 - Servicios administrativos.
 - Software especializado.
 - Teleservicios.

- 
- *Servicios al sector público:*
 - Teleadministración
 - Soporte en el teletrabajo y a los teleservicios.
 - Información pública local.
 - Nacionalización de los transportes públicos.
 - Ayuda a la circulación.

Ayuda a jóvenes con dificultades de inserción.

- Ayuda frente al fracaso escolar
- Ayuda en los deberes escolares.
- Reinserción de delincuentes y drogodependientes
- Ayuda a los minusválidos.
- Organización de ayuda para el empleo.
- Centros de Formación y asesoramiento para la integración.
- Escuelas Taller y Casas de Oficio.

Culto al cuerpo y cuidado personal

- Entrenador personal.
- Asesor de imagen y personal shopper.
- Centro de estética masculina.
- Fisioterapeuta.
- Naturópata.
- Disciplinas orientales.

- Consultor deportivo.
- Representación de deportistas.
- Eventos deportivos
- Actividades deportivas.

Servicios de mejora de vida:

Mejora de la Vivienda.

- Rehabilitación y mantenimiento de interiores.
- Rehabilitación exterior de inmuebles.
- Mantenimiento y vigilancia de inmuebles.
- Diseño y decoración.
- Servicios para propietarios extranjeros.
- Rehabilitación de casas antiguas.
- Administración de fincas y servicios a comunidades.
- Domótica.
- Gestión de jardines.
- Consultoría en ingeniería.
- Tasador de viviendas.

Seguridad.

- Vigilancia de lugares públicos y transportes colectivos.
- Instalaciones de seguridad en domicilios, empresas parkings y lugares públicos.
- Televigilancia.

Transportes colectivos locales.

- Mejora de la accesibilidad para minusválidos.
- Nuevas formas de organización del transporte colectivo urbano.
- Vigilancia de vehículos.
- Microtransportes especializados temática y territorialmente.
- Acompañamiento de personas con dificultades.
- Transporte ecológico.

Revalorización de los espacios públicos urbanos.

- Rehabilitación y mantenimiento de espacios públicos y barrios.
- Iniciativas económicas y comercio en zonas antiguas de la ciudad.

- Redefinición polifuncional de los espacios funcionales para la convivencia.
- Rehabilitación de los cascos antiguos.
- Cuidado de espacios verdes en las ciudades.

Comercios de proximidad.

- Adaptación y creación de Comercios en zonas rurales
- Barrios urbanos no céntricos y zonas periféricas.
- Multiservicios.

Servicios culturales y de ocio:

Turismo.

- Rural, cultural y termal.
- Servicios de acompañamiento y acogida turística.
- Turismo de aventura y deportivo.
- Turismo especializado: rutas y circuitos.
- Turismo de tercera edad y para el cuidado de la salud.
- Organización de actividades y eventos.

Sector audiovisual

- Producción y distribución de películas.
- Producción y distribución de emisoras televisivas, televisión interactiva.
- Acceso a distancia a museos y bibliotecas.
- Televisión interactiva.
- Producción de video multimedia.

Revalorización del patrimonio cultural

- Creación y restauración de lugares de interés cultural
- Servicios de difusión de la cultura.
- Restauración artesana
- Arqueología industrial.
- Creación de centros culturales.
- Difusión de la cultura.

Desarrollo de la cultura local.

- Actividades de revalorización de los recursos y actividades culturales locales como música, folklore, teatro, gastronomía, artesanía etc...
- Potenciación de la cultura popular: transmisión y conservación.

Gestión del arte.

- Asesor de arte.
- Representante de arte.
- Nuevas Galerías de arte.
- Librería alternativa.

Los servicios de medioambiente.

Gestión de residuos.

- Recogida y tratamiento de residuos
- Actividades de investigación para la reutilización de materiales recuperados.
- Nuevas técnicas de automatización de tratamiento de residuos.

Gestión del agua.

- Realización y gestión de infraestructuras de gestión del agua.
- Servicios de investigación tecnológica y transferencia del "saber hacer" asistencia a gestión de infraestructuras locales.
- Explotación turística y deportiva de las reservas hidráulicas.

- Protección de las aguas y mantenimiento de las aguas fluviales, saneamiento de las cuencas.
- Protección contra la contaminación de las aguas.
- Depuración de aguas residuales.
- Gestión de infraestructuras.
- Educación pública del uso del agua.
- El agua como elemento para el ocio.

Protección y mantenimiento de zonas naturales.

- Actividades de protección y mantenimiento de las zonas naturales
- Actividades de investigación agrónoma.
- Creación y gestión de parques y reservas naturales
- Programas de reforestación o reconstrucción de terrenos.
- Control de la degradación.
- Protección de espacios salvajes y de acogida.
- Programas de reforestación.
- Estudios medioambientales.
- Recuperación de recorridos y antiguas vías pecuarias.

Normativa, control de la contaminación y las instalaciones correspondientes.

- Producción de bienes y servicios ligados a las tecnologías no contaminantes,
- Exportación y difusión del "saber hacer" y de las tecnologías,
- Desarrollo y aplicación de nuevas tecnologías de economía de la energía,
- Mejora de la gestión de los sistemas de control de la contaminación y del ruido.

Biotecnología

- Consultor biotecnológico.
- Asesor legal biotecnología.
- Empresas de bioprocesos
- Laboratorio de ensayos.
- Vigilancia tecnológica y protección de datos.

Medio ambiente

- Consultor medioambiental.
- Gestión de agua.
- Energías renovables.
- Gestión de residuos
- Control de la contaminación acústica.

- Gestión de suelos.
- Negocios forestales.
- Agricultor ecológico.
- Explotación de especies.
- Cetrero.
- Salud ambiental.
- Cambios normativos.

Junto a esta clasificación global en relación a diversos sectores económicos emergentes, podemos hacer una relación de actividades empresariales ya existentes, pero que todavía tienen cuota de mercado permisible para la creación de una empresa, dentro de la clásica distinción de servicios prestados a empresas versus personas:

Servicios a empresas.

- Centros empresariales.
- Centros de reprografía.
- Empresa de mensajería.
- Abogado especializado.
- Asistencia técnica y mantenimiento informático.
- Consultor en mercado exterior.
- Consultor en mercados tradicionales.
- Consultor en eficiencia.
- Selección y formación de personal.
- Edición de revistas para empresas y entidades.

Servicios a personas.

- Chef a domicilio.
- Negocios para impares: solteros, divorciados...
- Centros infantiles.
- Servicios de lavandería.
- Asistencia a personas dependientes.
- Asesor patrimonial.
- Experto vitivinícola.
- Educadores sociales.
- Importador de productos para inmigrantes.
- Asistencia sanitaria.
- Servicios para coches.
- Diseñador de joyas.
- Adiestrador de perros.
- Peluquería canina.
- Escuela de baile.

2.2. De la idea a la empresa.

Primeros pasos para plasmar la idea.

Una vez identificada la idea de negocio, el emprendedor se suele encontrar en la situación de que tiene que realizar muchas cosas y no sabe por donde empezar, ¿Qué hacer primero?

- **Plasmar la idea por escrito.** En no más de un folio con las ideas esenciales del negocio y como se pretenden llevar a cabo.
- **Licencias de apertura.** En el caso sea necesaria una licencia de actividad por el tipo de negocio, sería conveniente saber cuales son los requisitos del local a priori de su ubicación, de modo que ya se busca un local: que cumpla los requisitos, o en caso no los cumpla, calcular la inversión a realizar para poder “abrir las puertas”.
- **Ubicar el negocio.** La ubicación de la empresa dependerá del tipo de negocio: si es un comercio, evidentemente deberá ser una zona transitable, sobre todo por nuestros posibles clientes, pero si es una empresa de servicios o comercio electrónico por Internet la ubicación no será importante.
- **Buscar un sitio en el mercado.** Es importante establecer a quien se le va a comprar y a quien se le va a

vender los productos o servicios. Así como la viabilidad técnica del negocio: si es posible llevarlo a cabo y cuales son los costes de tiempo y dinero para ello.

- **Estudio de la dimensión del negocio.** Analizar cuales son las expectativas de ingresos. Marcar un objetivo y hacerlo para tres escenarios distintos: pesimista, realista y optimista. Al igual que estudiar cuales van a ser los gastos que se van a tener a lo largo del año: teniendo en cuenta los períodos de pago de impuestos etc...
- **Calcular los recursos necesarios.** Es importante saber cual va a ser la inversión inicial de la empresa. Una vez calculada deberemos estudiar con detenimiento cual es el capital del que disponemos y en caso no cubra la inversión inicial estudiar las posibles vías de financiación: socios capitalistas, financiación bancaria etc...
- **Reflejar el plan por escrito.** Una vez tengamos los primeros pasos realizados y las primeras dudas contestadas, tras madurar la idea sería conveniente transformarla en un plan de empresa, que contenga junto al plan de marketing, producción etc...las previsiones para los 3 primeros años de actividad de la empresa.

<http://www.ideasdenegocios.com.ar/ideas.htm>

<http://www.100negocios.com/ideas-de-negocios-para-2010/#more-610>

Fin