



Tema 2.- Nacimiento y viabilidad de la idea

2.1 La idea empresarial

2.2 Cómo pueden surgir las ideas

2.3 El proceso para la elección de la idea

2.4 El desarrollo de las ideas

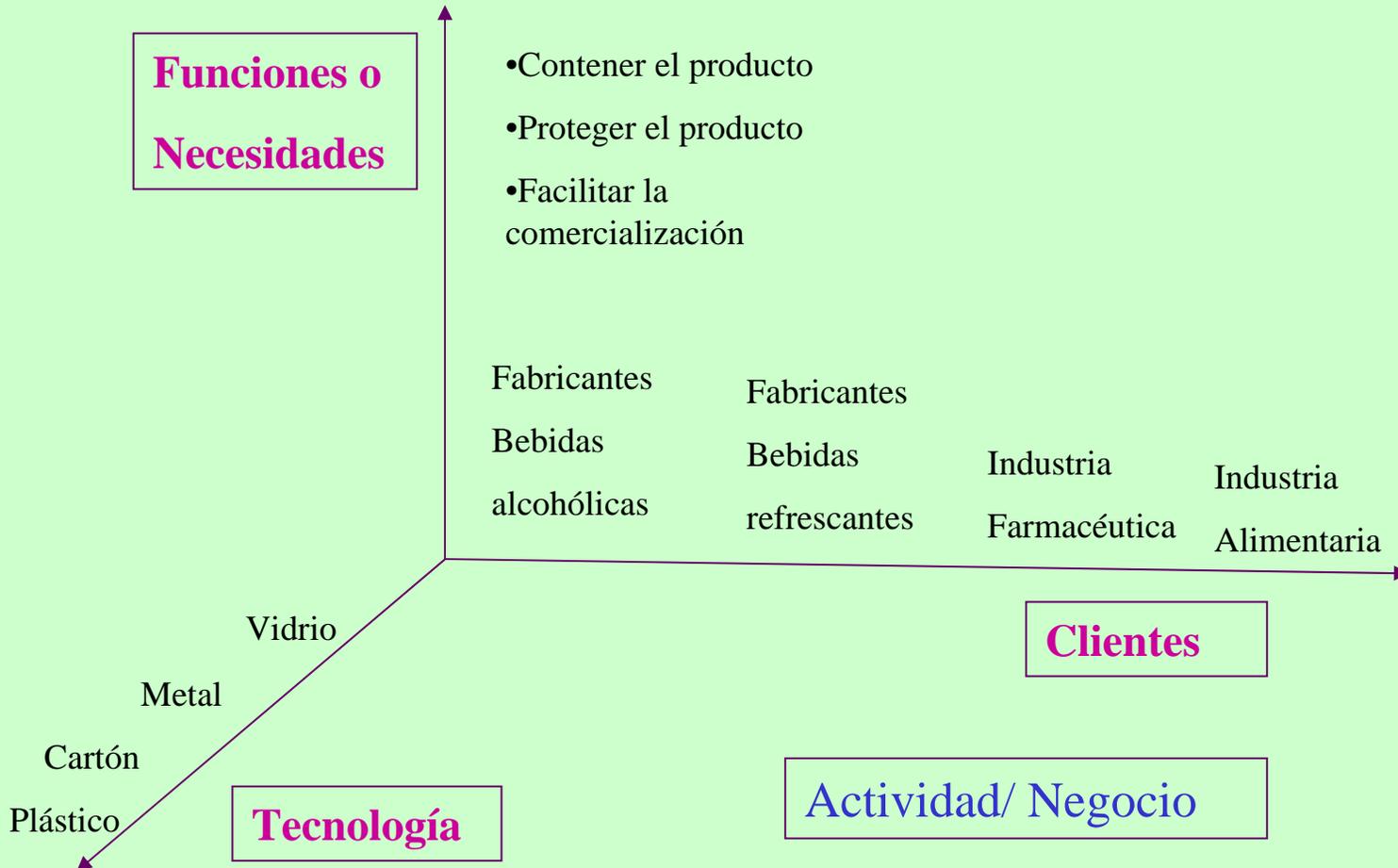
2.5 Contrastación de las ideas

2.1 La idea empresarial



¿Qué producto o servicio para qué mercado?

¿Qué **necesidad** voy a satisfacer? qué **tipo de cliente**, mediante qué **tecnología**





2.1 La idea empresarial

► ¿Cómo?

- ✓ **Clara:** ¿dónde quiero llegar? Explicar y entender
- ✓ **Concreta:** ¿están bien definidas mis metas y estrategia? Cuantificar
- ✓ **Viable:** ¿puedo materializar la estrategia con éxito?
 - No tiene porque ser compleja ni radicalmente innovadora
 - Olvidar delirios de grandeza; se empieza pequeño

► Recomendaciones

- ✓ **Recopilar y definir** muchas ideas e información
- ✓ **Observar:** entorno, consumidores, empresa, necesidades, etc.
- ✓ **Leer:** publicaciones especializadas
- ✓ **Relacionarse y formarse**
- ✓ **Juzgar racional y objetivamente**

2.2 Cómo pueden surgir las ideas

La concepción de una idea de negocio es fruto de la actitud, la capacidad y la pericia del empresario.



Consideraciones a tener en cuenta sobre las ideas de negocio :

1. Están basadas en la identificación de una oportunidad
2. Las oportunidades están en el entorno
3. Las ideas de negocio, más concretamente los productos o servicios que se derivan de ellas, deben satisfacer una necesidad manifiesta o latente y, por tanto, deben añadir valor a quién va a pagar por ellos.



2.2 Cómo pueden surgir las ideas

Fuentes de ideas de negocio

1. Cambios del entorno (tecnológico, valores, poder adquisitivo, etc.)
2. Identificación de problemas no resueltos con los productos o servicios actuales
3. La experiencia laboral como fuente de ideas de negocio
4. Identificación de nuevos nichos de mercado
 - Diferenciar productos o servicios
 - Yacimientos de empleo
 - Franquicias
 - Otras fuentes de ideas

2.3 El proceso para la elección de la idea

- **Previo al proyecto empresarial:**

- Buscar ideas de negocio
- Definir las ideas
- Describir y desarrollar el producto o servicio de las distintas ideas
- Contrastar las ideas con el mercado

- **Objetivos:**

- Disponer de ideas sólidas
- Base de información que facilite el proyecto
- Evitar costes tiempo y dinero



2.4 El desarrollo de las ideas

Desarrollo: esquema inicial de lo que será el negocio:



- a) tipo de negocio y sector
- b) localización
- c) objeto social
- d) clientes potenciales
- e) consumidores finales
- f) localización d) y e)
- g) sectores de d) y e)
- h) especificación producto o servicio
- i) necesidades, hábitos y motivaciones
- j) ventajas diferenciales
- k) comercialización y distribución
- l) inversión

2.5 Contrastación de las ideas



Mercado

1. Demanda

- ✓ Delimitación geográfica
- ✓ Tamaño
- ✓ Capacidad de compra
- ✓ Motivación

2. Competencia

- ✓ Principales empresas
- ✓ Participación actual
- ✓ Precios y marketing
- ✓ Imagen: aceptación y valoración