

¿CUÁNDO UNA IDEA ES NEGOCIO?

Por Gustavo Rubinsztein

Ideas, ideas,... se me ocurren muchas ideas. Por ejemplo si recibo 500 mails por día, entre otras cosas necesitaría un software que me los clasifique por asunto, el origen, etc. O si soy un ejecutivo que por necesidad laboral necesito aprender a comunicarme en un inglés más fluido y no tengo tiempo para estudiar de un modo tradicional y necesito un curso a medida, con amplia disponibilidad horaria, etc. Una vez que tenemos la idea tenemos una oportunidad de negocio, que no es otra cosa que la búsqueda de una solución para un problema de un consumidor.

Encontrar consumidores con necesidades insatisfechas no es lo más difícil, lo complicado es encontrar negocios rentables para satisfacerlas. Pero, ¿cómo sabemos que la idea es una oportunidad de negocio?

Explorando en lo personal

Para confirmar la existencia de la oportunidad se suceden dos instancias: una enfocada en lo personal y otra mirando el negocio en sí mismo. La primera es donde con muy poca información sistematizada debo tomar la decisión de descartar o seguir. Una vez que determino si me interesa el negocio, si tengo las habilidades necesarias para involucrarme, tengo que pasar a la segunda etapa donde trataré de hacerme las preguntas correctas sobre cómo quiero que funcione el negocio y cuál puede ser su viabilidad económica.

Para tamizar la idea hay que tener claro que en una primera instancia no es sólo dinero lo que se busca, sino que se trata de satisfacer metas personales, pero para ello tengo que tener claro los recursos económicos de los que dispongo, el retorno que pretendo obtener, el riesgo que estoy dispuesto a asumir, el tiempo del que dispongo para el negocio, la clase de emprendimiento que quiero hacer: vender la idea, licenciar, fabricar, comercializar, ser mayorista o minorista, si me voy a involucrar sólo con recursos o también con habilidades, etc. Estoy partiendo de la idea, que no es otra cosa que una hipótesis y viendo si la misma cuadra en mis habilidades y se alinea con mis expectativas personales.

Analizando el negocio

Una vez contestadas las preguntas anteriores es bueno hacer un test de factibilidad del negocio. Se trata de explorar la oportunidad en distintas áreas: el producto/servicio, el sector, el mercado, las finanzas y el equipo humano que llevará adelante la idea. No se trata de estar meses dando vueltas sobre la idea, el servicio, o el producto. Arme una planilla electrónica con números a la vista donde se puedan variar los escenarios de manera de estudiar la viabilidad del negocio !

Uno no debe dejar de chequear los siguientes items:

1. **Producto/servicio:** qué beneficios tendrá para el consumidor?, cuáles serán sus factores diferenciales respecto a la competencia?, existe en el mercado disponibilidad de la tecnología necesaria para ese desarrollo?.

2. **Sector:** cuáles son los márgenes habituales en este tipo de emprendimiento?, cuál es la dinámica habitual del sector en términos de novedades y operaciones?, existen barreras legales o fiscales que protegen a la competencia? qué ideas pondré en práctica para saltarlas?.
3. **Mercado:** quién será mi cliente? qué edad tiene? dónde vive? dónde trabaja? dónde compra? qué precio estará dispuesto a pagar? cuál será la mejor manera de comunicar mi producto/servicio? qué canales de distribución voy a usar, los tradicionales o voy a generar alternativos?.
4. **Finanzas:** qué disponibilidad de capital necesito para el comienzo y en qué plazo estimo llegaré al punto de equilibrio?.
5. **Equipo humano:** las habilidades claves las tiene el emprendedor? o necesita de un equipo que lo complemente?. Este puede ser de colaboradores efectivos pero también tiene que contar con consejeros eventuales.

¿A quién le pregunto?

En cualquiera de las dos etapas le recomiendo explorar con diferentes fuentes de información para contestar las preguntas. Personas que trabajan en el mismo rubro, posibles consumidores, el vendedor de la competencia, revistas especializadas, búsquedas en Internet, docentes universitarios de carreras afines, amigos, etc, son fuentes importantes para ir sistematizando la información con la que cuento e inclusive para ir cambiando algunas de las hipótesis con las que voy trabajando. No hay que temerle a parar y cambiar de dirección tantas veces como sea necesario, hasta que me encuentre seguro de que por ese camino está el negocio.

En resumen, de estas dos etapas de análisis saldrán las hipótesis de los primeros factores claves del negocio, lo que tengo que hacer para que el proyecto se concrete, la información a conseguir, los problemas/obstáculos a resolver, etc.

Con esas hipótesis armaremos el primer documento fundamental de todo emprendimiento, su Plan de Negocios o *Business Plan*, donde todas las respuestas se convierten en números concretos.