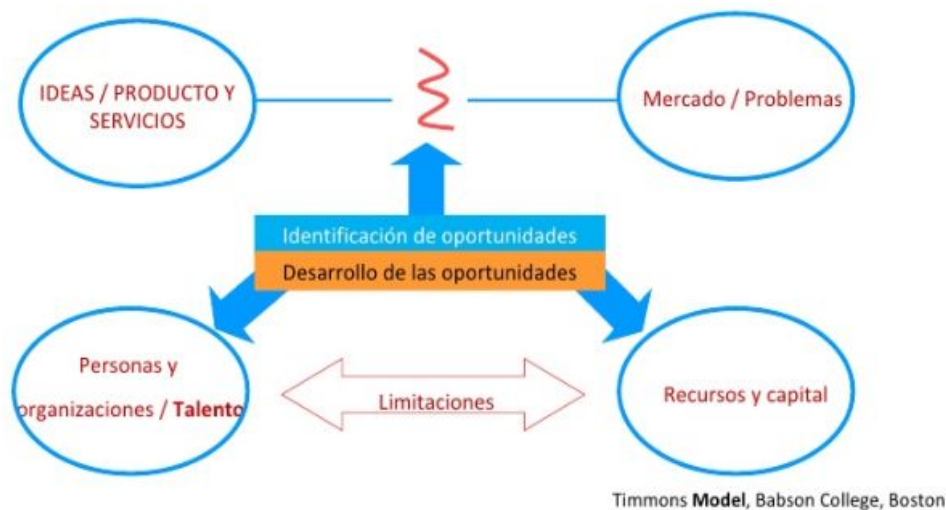


Mi Idea de Negocio: Una Ventana Para La Innovación

Los emprendedores son identificadores de oportunidades y estas las convierten en ideas de negocio, para ello orienta sus capacidades imaginativas, creativas, innovadoras, y empieza a asociar esa idea con mercados, clientes, tecnología, recursos, contactos, y lo hace con la intención de establecer un negocio.



1. ¿Qué es una idea de negocio?

Una idea innovadora de negocio, no es necesariamente un invento, muchas ideas de negocios no parten directamente de grandes descubrimientos técnicos, sino de la observación de las necesidades que se producen en la sociedad que nos rodea, de observar con atención la vida cotidiana.

2. ¿Cómo identificar buenas ideas de negocio?

Las ideas de negocios innovadoras deben poseer características que las hagan especiales o diferentes:



- a) Deben ser aceptadas por los clientes y consumidores.
- b) Deben promover nuevos usos o nuevos mercados
- c) Deben aprovechar las oportunidades

Para identificar buenas ideas de negocio podremos utilizar el “Design Thinking que es un enfoque para la innovación centrada en las personas, que utiliza herramientas de diseño para integrar las necesidades de las personas, las posibilidades de la tecnología, y los requerimientos para el éxito del negocio”.(Tim Brown, president and CEO)

Personas

Problemas
Necesidades
Deseos

¿Quiénes están implicados en el proceso?
Definimos los actores principales (clientes, proveedores, competencia, socios).



Negocio
Beneficios
Estrategias de marketing
Organización
KPI

Tecnología

Infraestructura
Arquitectura
Procesos y operaciones
Rendimiento
Soporte



¿Qué papel juega la tecnología en la posible idea de negocio?

El Design Thinking, propone seguir 6 pasos, los que podemos aplicarlos en identificar buenas ideas de negocio. Recuerda, empieza con identificar “un área de oportunidad, no una solución”.



	<p>Comprender</p>	<p>Define cuál es el problema que intentas resolver con tu idea de negocio, busca la oportunidad, qué alternativas existen en el mercado.</p> <p>- Define quién es tu cliente o usuario final, ¿Quiénes están implicados en el proceso?, ¿Qué papel juega la tecnología? ¿Qué impacto tendrá el negocio?</p>
	<p>Investigar</p>	<p>Observa qué hace tu cliente, cómo piensa, qué necesita y desea: “viendo lo que la gente no hace, escuchando lo que no dicen” (Tim Brown). Entrevista, pasa un día en la vida de tu futuro cliente, encontrarás posibles oportunidades.</p> <p>Ahora reflexiona sobre el problema que intentas resolver. Probablemente hayas descubierto nuevas posibilidades o soluciones innovadoras, estas encontrando oportunidades-.</p>
	<p>Idear</p>	<p>Ahora se trata de generar ideas para construir posibles soluciones al problema del cliente.</p> <p>Existen muchas técnicas: scaper, lluvia de ideas, telaraña de ideas, etc.</p> <p>Una vez se han generado todas las ideas, lo que tratamos es de traducir dichas ideas en un modelo de negocio. Dibuja, diseña escenarios, haz gráficos, garabatos, visibiliza las ideas.</p>
	<p>Prototipar</p>	<p>De todas las ideas que tienes, selecciona aquella que consideras viable y genera prototipos rápidos y baratos que pueden irse a probar inmediatamente con el cliente.</p> <p>Los productos o servicios deben de tener la funcionalidad mínima requerida por el cliente, esto permitirá testarlo y saber qué es lo que funciona y que es lo que no.</p>



	<p>Medir</p>	<p>Recoger información de usuarios, clientes, proveedores, competencia.</p> <p>Con esta información construir métricas relevantes que permitan cuantificar los resultados de aceptación o no del producto o servicio en el mercado.</p> <p>Procesa la información tanto cualitativa como cuantitativa</p>
	<p>Aprender</p>	<p>La última etapa consiste en interpretar los resultados de la etapa anterior y ver si son satisfactorios o no. Si son satisfactorios, probablemente se pueda iterar, para diseñar un producto o servicio final.</p> <p>Si los resultados no son satisfactorios, entonces puedes considerar pivotar hacia otros productos o servicios o modelos de negocio.</p> <p>Deberás repetir el proceso Prototipar – Medir – Aprender con el nuevo producto o servicio.</p>

Stan Sthanunathan, vicepresidente de mercadeo de Coca-Cola está en lo cierto cuando asegura que la forma de conocer y comunicarse con el consumidor ha cambiado radicalmente. Hoy en día no basta sólo con saber qué quiere el cliente, hay que sumergirse en su vida.

El emprendedor, identifica la idea final de negocio a través de un método que pone énfasis en la identificación de necesidades de los clientes.

Enlaces de interés:

[Institute of Design at Stanford](#)

