

CONSTRUYENDO EL CONCEPTO DE NEGOCIO...

Es una abstracción de los sentimientos, percepciones, sensaciones y pensamientos de un mercado específico, conjugados en un conjunto de productos y/o servicios que representan el ofrecimiento de la nueva empresa o proyecto.

El concepto de negocio es lo que la empresa está ofreciendo a sus clientes, por ejemplo, Avon no vende cosméticos, lo que vende es belleza, es decir, Avon vende un concepto. Se deben buscar varias ideas, relacionarlas y formar con ellas un concepto de negocio que le permita ofrecer en el mercado algo más que un servicio o un producto, porque los productos y servicios son fácilmente imitables, en cambio copiar un concepto es mucho más difícil, está ligado a la naturaleza del emprendedor libre, al ambiente que éste crea para poner en práctica su proyecto.

Primero que todo se deben tener **muchas ideas de negocios pensadas desde la demanda NO desde la oferta**, es decir no desde lo que el emprendedor sabe hacer sino desde lo que la población necesita. Este pool de ideas se debe desarrollar **sin importar que muchas de ellas no puedan ser materializadas hoy**, porque probablemente mañana sí se podrán poner en el terreno empresarial.

Luego **se deben formar subgrupos de ideas que estén relacionadas de alguna manera**, por ejemplo todas las que tienen que ver con el café, o con temas de publicidad, con las tecnologías, con los problemas de un sector, con los deseos y preferencias de unos consumidores, etc.

Recuerde que un emprendimiento no sólo comercializa productos tangibles, también debe generar servicios, **tenga cuidado de no vender tecnologías**, ya hay muchas empresas que lo hacen. **Es mucho mejor ofrecer un servicio que incluya la tecnología. La clave es vender un concepto en lugar de un producto.**

A continuación se presenta una **serie de preguntas que** si se responden a conciencia, ayudarán a desarrollar el concepto de negocio y **se pueden convertir en la primera versión escrita sobre su iniciativa**, no tome a la ligera lo que escribe en cada una de ellas, pues al final verá que lo escrito atrás debe ser retomado para desarrollar otro capítulo de la idea, o más adelante en su plan de negocios. **Este no es un proceso lineal, las respuestas se relacionan de manera que cualquiera de ellas puede ser aporte para la solución de otra pregunta.**

1. ¿Qué necesidad, deseo o problema satisface o solucionan sus productos o servicios?
2. ¿Qué productos o servicios piensa ofrecer?

3. ¿Qué tienen en común esas series de productos o servicios?
4. ¿A qué sector pertenece su negocio?
5. ¿Quiénes son sus clientes? Para responder esta pregunta hay que saber diferenciar entre clientes, beneficiarios y usuarios para saber cómo llegarle a los clientes.
6. ¿Cómo se le puede generar valor a esos productos o servicios? (se puede innovar).
7. ¿Cómo se pueden integrar todos los recursos para generar ingresos?
8. ¿Cuáles son los puntos críticos del negocio?
9. Concretar todo esto en una imagen que pueda representar a sus productos y servicios
10. ¿Bajo qué frase, relacionada con sus actividades, se pueden agrupar sus productos o servicios?

Por ejemplo, en el año 2006 el Gobierno colombiano aprobó la Ley 1014 que obliga a todos los colegios a incorporar el tema de emprendimiento en los currículos académicos. La vida política y empresarial estaba invadida por el tema del emprendimiento: los empresarios querían que sus empleados fueran más emprendedores; se hablaba de Bogotá emprende, de Medellín emprende; las compañías sabían que si los empleados eran emprendedores se podían disponer las condiciones para ser innovadores y estaban interesadas en generar nuevos productos e incorporar elementos nuevos a sus portafolios. En este contexto, durante un ejercicio de lluvia de ideas surgieron las siguientes:

- Asesorar a los colegios en la implementación de la Ley 1014.
- Desarrollar metodologías que le ayuden a las empresas a innovar.
- Capacitar a las empresas en la generación de ideas y conversión en nuevos productos.
- Desarrollar material pedagógico para enseñar emprendimiento en los colegios.
- Implementar programas de competencias en emprendimiento para docentes de instituciones educativas.
- Aprovechar las nuevas tecnologías para enseñar emprendimiento.
- Enseñar con juegos el tema del emprendimiento en los colegios y universidades.

Al aplicar el cuestionario sugerido con anterioridad surgieron las siguientes respuestas:

1. ¿Qué necesidad, deseo o problema satisface o solucionan sus productos o servicios?
 - Conocer más del tema del emprendimiento y la innovación en general.
 - Aprender cómo se pueden abordar los temas de emprendimiento en colegios y universidades.
 - Encontrar la manera de sobresalir en el tema de innovación por parte de las compañías.

- Saber cómo está la empresa en el tema de la innovación y cómo se encuentran las demás compañías del sector.
- Mostrar cómo hacer más emprendedoras a las personas en las empresas.
- Ayudar a desarrollar la capacidad de innovación en compañías y universidades.

2. ¿Qué productos o servicios piensa ofrecer?

- Asesoría en emprendimiento a colegios y universidades.
- Servicios de consultoría a las empresas con el fin de ayudarles a desarrollar su capacidad innovadora.
- Material pedagógico para la enseñanza del emprendimiento en universidades y colegios.
- Desarrollo de juegos y video juegos que permitan orientar sobre el emprendimiento a los jóvenes.

3. ¿Qué tienen en común esa serie de productos o servicios?

- Tanto empresas como colegios y universidades deben trabajar el tema del emprendimiento y la innovación.
- Se están dando leyes relacionadas con los temas centrales (I,E.)
- Existe una estrecha relación entre ser emprendedor y ser innovador.
- Estos productos están relacionados con formación y conocimiento.
- Los productos pueden llegar a servir al mismo tiempo a las instituciones educativas y a las empresas.

4. ¿A qué sector pertenece su negocio?

- Al sector servicios, relacionados con asesoría y consultoría, está en el campo de la educación dentro del tema de formación formal e informal.

5. ¿Quiénes son sus clientes?

- Empresas dispuestas a innovar en el mercado.
- Universidades públicas y privadas.
- Colegios de todo el país.
- Agremiaciones, cámaras de comercio, instituciones que promueven el emprendimiento y la innovación.
- Jóvenes y adultos amantes de los juegos y video juegos.
- ONGs que promueven el emprendimiento en el país.
- Docentes y consultores que trabajen el tema de la innovación y el emprendimiento.

6. ¿Cómo se le puede generar valor a esos productos o servicios?

- Aprovechando los desarrollos tecnológicos, especialmente para desarrollar juegos y video juegos.

- Materializando los temas en diversos medios (libros, CD, cartillas).
- Incorporando casos reales del medio, donde se venden los productos.
- Soportando el trabajo y los temas en una gran institución o firma consultora de importancia.

7. ¿Cómo puedo integrar todos los recursos para generar ingresos?

- Ofreciendo combos o servicios integrales, es decir brindando material y acompañamiento.
- Vendiendo juegos y video juegos, así como libros pero consiguiéndoles patrocinio.
- Buscando patrocinadores para hacer programas con colegios y universidades.
- Haciendo alianzas con firmas más consolidadas en el tema de consultoría, pero sin fortalezas en el tema de innovación y emprendimiento.

8. ¿Cuáles son los puntos críticos del negocio?

- Generar la confianza en colegios y universidades.
- Tener credibilidad en las empresas y específicamente en el tema de innovación.
- El servicio se sustenta en un recurso altamente capacitado.
- Poseer un discurso sustentado en casos reales y verosímiles.
- Tener capacidad de atender a empresas y colegios de gran tamaño.
- Lograr que las intervenciones sí generen resultados o cambios en los colegios, empresas y universidades.
- Entrar al mercado con productos completamente definidos y que agreguen valor.
- Tener aliados estratégicos para incursionar en los diversos mercados.

9. Concretar todo esto en una imagen que pueda representar a sus productos y servicios, esta puede ser representada en un dibujo.

Figura. Imagen representando Productos



Fuente: Jorge Mesa, emprendedor de SOLEI

10. ¿Bajo qué frase, relacionada con sus actividades, se pueden agrupar sus productos o servicios?

- AE, Aventura Emprendedora, asesora, diseña, produce y comercializa juegos educativos para niños, jóvenes, adultos e instituciones dispuestas a vivir la experiencia del emprendimiento, a través de una unión temporal con la universidad EAFIT y Animateam, instituciones que potencializan esta idea de negocio.

Este concepto se transformará y dará lugar a un concepto más amplio y que incorpora un tema que el medio empresarial exige y además aprecia: la innovación, el cual, unido al del emprendimiento, son dos caras de una misma moneda.

SOLEI, Soluciones Integrales en Emprendimiento e Innovación, es una iniciativa que brinda soluciones integrales en emprendimiento e innovación a empresas privadas e instituciones educativas, a través de sus dos líneas de productos, la educativa y la empresarial.

Definir el concepto de negocio no es tarea fácil, necesita de práctica, información y mucha paciencia. A continuación se muestran entonces los conceptos de negocio de algunas empresas y cómo evolucionaron:

- ManCare

- Abril 6 de 2006

Formular, diseñar y comercializar productos de belleza enfocados al sector masculino de los gay.

- Mayo 5 de 2006 (presentado en el Concurso Ventures)

Hacer uso de la ciencia y tecnología cosmética en pro de la belleza masculina, a partir de la formulación, el diseño y comercialización de productos de belleza con base en ingredientes naturales para los hombres metro y homosexuales, enfocándonos en el cuidado facial, corporal y el aseo personal.

El concepto de negocio de ManCare cambió bastante. El primero es un concepto simple que no se vendía, que no convencía al lector, mucho menos a un inversionista; el segundo concepto es más adecuado y hace sentir a los homosexuales que ManCare es la empresa que soluciona alguno de sus problemas, o satisface sus necesidades. Lo anterior es posible cuando **los emprendedores establecen las ventajas y limitantes que da el concepto generado y señalan las cualidades de cada uno de los conceptos generados.**

En este sentido, la definición correcta del cliente permite generar un concepto que refleje en la empresa la solución a los problemas del mismo; regularmente las ideas no nacen innovadoras; el tiempo, la información y los contactos les dan valor agregado. La aplicación de la tabla inventario personal vs. Idea permite establecer si es necesario incrementar el nivel de trabajo a la vez que definir el compromiso con la iniciativa.

Tabla de inventario personal vs. Idea

RECURSOS QUE REQUIERES	DESCRIPCIÓN	POSEO	PUEDO OBTENER	QUIZÁS	NO POSEO	SI DEFINITIVAMENTE NO LO POSEES QUÉ ESTRATEGIAS IMPLEMENTARÍAN PARA OBTENERLO
CONOCIMIENTO						
CONTACTOS						
EQUIPOS						
FINANCIACIÓN						

Es tiempo de construir tu concepto de negocio... no esperes más...y realiza tu inventario personal...

Tomado de: Alcaldía de Medellín – Comfama. Guía del estudiante Ciudad E. 2009.