

DESARROLLO DE SUS IDEAS

Si decide crear una nueva empresa, tendrá que dedicar tiempo a elaborar su proyecto de negocios. Una de las principales ventajas de ser un empresario es poder trabajar en algo que a uno le interesa y apasiona. Lamentablemente, la pasión no siempre se traduce en ganancias.

¡Investigación, investigación, investigación! Cuanta más información recopile sobre la demanda potencial de su producto o servicio, sobre sus competidores y sobre las necesidades y los deseos de sus futuros clientes, mayores serán sus posibilidades de éxito.

Antes de lanzar una empresa, evalúe su idea y determine cuáles son sus posibilidades de obtener una ganancia a partir de esa idea. En este documento se mencionan algunos puntos que usted debe considerar a la hora de evaluar su idea.

SU IDEA ¿ES VERDADERAMENTE ORIGINAL?

Tendrá que hacer investigaciones para determinar si su idea es realmente original o si alguien ofrece un producto o servicio similar. Capturar un nuevo mercado, es decir, impulsar una idea que nadie más explota, puede ser más provechoso que competir con un producto o servicio similar. Un experto en negocios o un asesor pueden ayudarle a evaluar o a mejorar su idea original.

¿HABRÁ GENTE DISPUESTA A PAGAR POR SU PRODUCTO O SERVICIO?

Las buenas ideas sólo se pueden traducir en un negocio exitoso si hay gente dispuesta a pagar por dicho producto o servicio.

- Primero, debe identificar cuál es el mercado objetivo para su producto. ¿Planea vender a gente joven? ¿A personas mayores? ¿Su producto se dirige principalmente a mujeres, hombres o a ambos? ¿Va a venderlo a particulares, a otras empresas, al gobierno? ¿Qué nivel de ingresos deberían tener las personas para permitirse comprar su producto o servicio?
- Una vez que sepa cuál es su mercado objetivo, debería hacer estudios de mercado para determinar si éste estaría interesado en comprar su producto o servicio y cuánto estaría dispuesto a pagar por él.

- Si determina que su producto o servicio son algo que interesaría a las personas pero éstas no estarían dispuestas a pagar por él, puede considerar modelos comerciales alternativos. Algunas empresas, sobre todo en el sector de los servicios, ofrecen su servicio gratuitamente o a un precio bajo y generan dinero por otros medios, tales como la publicidad.

¿QUIÉN ES SU CLIENTE?

Antes de vender algo, deber saber a quién se lo vende. Si no determina cuál es su mercado objetivo, tal vez intente satisfacer las necesidades de demasiados clientes diferentes y termine ofreciendo un producto que nadie quiera o un servicio que nadie necesite.

A través de la investigación, usted puede identificar la categoría de edad, el género, el estilo de vida y otras características demográficas de las personas que han mostrado interés en su producto o servicio. Es importante proporcionar estadísticas, análisis, cifras y hechos de apoyo que muestren al lector que existe una demanda para su producto o servicio.

Para crear un perfil general de sus clientes, puede definirlos por:

- Edad, por lo general presentada en franjas (20-35 años).
- Género.
- Estado civil.
- Lugar de residencia.
- Tamaño y descripción de la familia.
- Ingresos, sobre todo ingresos disponibles (dinero disponible para gastar).
- Nivel de educación, por lo general último nivel completado.
- Ocupación.
- Intereses, perfil adquisitivo (¿qué quieren los consumidores?).
- Antecedentes culturales y origen étnico.

Por ejemplo, un fabricante de ropa considerará varios mercados objetivo posibles: niños, atletas o adolescentes. Al realizar un perfil general de cada uno de sus mercados posibles, puede decidir cuáles son los más realistas, los que generan el menor riesgo posible o lo más susceptibles de ser rentables. Un estudio de "mercado de prueba" para los grupos objetivo más probables también puede ayudarle a distinguir los verdaderos mercados objetivo de los más improbables.

Una vez que haya definido a sus clientes objetivo, debe determinar sus necesidades y preferencias. Algunos de los diversos aspectos que debe conocer sobre sus clientes potenciales son:

- ¿Qué problema podrían resolver gracias a su producto o servicio?
- ¿Cuáles son sus necesidades y expectativas en cuanto a ese producto o servicio?
- ¿Qué clases de cosas desean adquirir?
- ¿En qué gastan su dinero?
- ¿Dónde hacen compras?
- ¿Cómo toman sus decisiones en materia de gastos?

Recuerde, si usted quiere desarrollar un perfil de sus clientes y entender sus necesidades, tendrá que hacer estudios de mercado.

¿ESTARÁ EN CONDICIONES DE COMPETIR CON EMPRESAS EXISTENTES?

Una vez que haya establecido quiénes son sus clientes, deberá determinar quién más vende productos similares y dónde lo hace. ¿Competirá usted con un producto que ya existe en el mercado? Si su idea es un producto de consumo, visite tiendas, consulte catálogos o concurra a ferias profesionales para conocer los otros productos ofrecidos y las empresas que los comercializan. Debe determinar por qué los clientes comprarán su producto en vez de comprar el de su competidor. ¿Su producto es superior o su precio es inferior al del producto de otras empresas? La mejor forma de proceder es efectuando estudios de mercado con datos existentes o realizando su propia investigación.

¿CÓMO DISTRIBUIRÁ SU PRODUCTO O SERVICIO?

Para distribuir su producto o servicio, puede crear su propia empresa o buscar una compañía ya existente para que compre su producto o idea. Tal vez sea más fácil lanzar su propia empresa que tratar de convencer a otra compañía de que distribuya su producto o servicio. Por otro lado, muchos compradores potenciales estarán más dispuestos a hacer negocios con una empresa proveedora que a adoptar un producto o una invención de un particular.

¿CÓMO PROMOCIONARÁ SU PRODUCTO O SERVICIO?

Una idea o invención son sólo provechosas si hay clientes dispuestos a comprarla. ¿Ha pensado en la manera en que los clientes oirán hablar de su producto o lo hallarán? Las siguientes son algunas formas de poner su producto en el mercado:

- En la Internet a través de un sitio web.
- En ferias profesionales y a través de sus asociaciones comerciales.
- Anunciando en periódicos, en la radio o por televisión.
- Distribuyendo folletos.

¿NECESITA PROTEGER LA PROPIEDAD INTELECTUAL DE SU IDEA O INVENCIÓN?

Tal vez deba proteger su idea, invención o producto para que no sea copiado por otros. Determine si el resultado concreto de su actividad intelectual reúne los requisitos de protección de la propiedad intelectual y averigüe cómo obtener dicha protección.

¿HAY RESTRICCIONES U OBLIGACIONES GUBERNAMENTALES QUE PODRÍAN LIMITAR SU IDEA?

Antes de seguir adelante con su proyecto, averigüe si hay alguna reglamentación que prohíba o limite la venta de su producto o servicio o incluso la explotación de su empresa.

¿QUÉ RECURSOS NECESITA PARA LANZAR SU EMPRESA?

La elaboración de un plan de negocios sólido puede ser esencial para el éxito de su empresa. Un plan de negocios le ayudará a determinar los fondos que necesitará para crear su empresa. Asimismo, un prestamista o inversionista deberán examinarlo para determinar si usted reúne los requisitos para obtener financiamiento. Su plan debería indicar claramente cómo planea generar dinero e incluir una

estimación de sus ventas previstas para el primer año. Base sus estimaciones en el tamaño de su mercado, su competencia, su precio, su plan de marketing y las tendencias de la industria. Incluya también sus gastos previstos para elementos tales como provisiones, alquiler de locales, salarios y seguros.

¿DÓNDE PUEDE OBTENER AYUDA PARA EVALUAR Y CLARIFICAR SU IDEA?

Mientras evalúa su idea, es posible que necesite ayuda. Puede obtener asesoría profesional de abogados, contadores y asesores financieros. Consulte los directorios de empresas canadienses para encontrar a los especialistas de su localidad.