

**F4**

**FICHA NÚMERO 4**

**Título: El nacimiento de la idea**

---

**RESUMEN:**

Para el punto de partida, debemos buscar aspectos en los mercados que pueden ser mejorados y que permitan a los clientes aprovechar mejor sus productos o servicios, o incluso centrarnos en segmentos de clientes no atendidos. Es importante por tanto, la identificación de una oportunidad de negocio, o una idea y posteriormente analizando su viabilidad.

---

***¿Cómo identificar esa idea que te hará diferente?***

Todo negocio comienza con una buena idea, pero ¿cómo desarrollar ideas? ¿cómo saber si una idea es buena?

En el origen de toda actividad empresarial existen dos elementos básicos que resultan imprescindibles:

- Una idea
- Una persona o un equipo capaz de llevarla a cabo

Debéis entender que una idea en sí misma no vale nada, que lo que cuenta es la determinación y la capacidad de llevarla a cabo con éxito.

Centrémonos en la idea. Dicen que hay dos tipos de emprendimiento, por necesidad y por oportunidad. El emprendimiento por oportunidad tiene siempre más probabilidades de éxito. Con esto os quiero decir dos cosas, que las ideas no deben forzarse y que no todas las ideas son oportunas, es decir, no surgen en el momento y el espacio adecuados para triunfar.

Os propongo unos sencillos pasos para generar y validar vuestra idea:

1. Si quieres emprender, abre los ojos, despliega todos tus sentidos y trata de IDENTIFICAR en tu entorno, en tus aficiones, en tu vida cotidiana, en tu trabajo o entre los conocimientos que estás recibiendo en la universidad un hueco, una necesidad insatisfecha, un elemento diferencial sobre lo que ya existe, una nueva propuesta, o un negocio que funciona y que no se ha implantado en tu ciudad. ¿resulta verosímil? ¿es técnicamente posible? ¿tienes capacidades para llevarla a cabo?
2. Más tarde, DEFINE a qué perfil de cliente se dirige tu producto o servicio. Y ahí te recomiendo: Piensa como un usuario, como el

- destinatario final de tu propuesta. ¿Quién compraría tu producto y por qué? ¿Son un grupo suficientemente numeroso? ¿Quién está satisfaciendo esta u otras necesidades similares a tu cliente? ¿Conoces bien a tu cliente? ¿Sus hábitos, sus necesidades? ¿Conoces el sector en el que vas a operar?
3. Seguidamente, **DISEÑA** una solución para tu cliente. Narra la experiencia de consumir tu producto o servicio. ¿Conoces el proceso para producir tu oferta y hacer realidad esta experiencia? ¿Podréis llevarlo a cabo solos, o necesitarás contratar algunos productos y servicios? ¿Están a tu alcance? ¿Necesitas subcontratar algún producto o proceso clave?
  4. Y por último, haz unos sencillos **NÚMEROS**. En esta fase de idea aún estarán muy lejos de la realidad, pero deben ofrecerte una aproximación a la viabilidad de la idea antes de seguir adelante con ella. ¿Cuánto dinero crees que necesitas para ponerla en marcha? ¿Para qué lo utilizarías? ¿Qué gastos tendrá tu negocio? ¿Cuánto deberías vender para recuperarlo y hacerlo rentable?

VALIDA con clientes o con el mercado cada paso que das en el diseño de tu idea, procura que haya un **ELEMENTO CLAVE** en tu idea que la hace diferente y que depende de tus conocimientos y no tengas miedo a **CONTAR TU IDEA** es el único patrimonio con el que cuentas al empezar, lo necesitarás para que otros te apoyen.

¡Ah! y no olvides combinar las dos partes de tu cerebro en la concepción de tu idea, la creativa y emocional, y la racional y organizativa. A eso le llamamos **Design Thinking** o pensamiento de diseño. Investiga este concepto y hallarás muchas técnicas y herramientas que pueden resultarte útiles.

