

Proyecto Tecnológico

Estudio y evaluación del proyecto

Encontremos ideas



2.1.- LA IDEA

2.1.1.- ¿Qué es la IDEA?

Es el punto de partida del microemprendimiento empresario. El modo de encontrar ideas puede ser consultando en la zona donde desea poner en marcha su microempresa e intentar descubrir oportunidades.

El descubrimiento de la oportunidad es el primer paso que debe dar un emprendedor y ello se logra cuando se visualiza o percibe una insatisfacción de una necesidad o una satisfacción superable evidenciada por un grupo de personas que pueden ser considerados como clientes potenciales.

El segundo paso para iniciar una microempresa es tratar de encontrar un satisfactor –producto o servicio– que sea capaz de satisfacer esa necesidad. A ese satisfactor lo denominamos “la idea”. La idea es el factor que justifica la creación de una empresa y consiste en la producción de un determinado bien o servicio.

◀ Todo proyecto de microempresa se desarrolla en torno a una idea que surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio. La idea surge en la mente de una persona o un grupo de personas que conciben la posibilidad de creación de la microempresa a partir de la idea de producir un bien o servicio para satisfacer una o más necesidades -existentes o con posibilidades de existir- de las personas.

Generalmente, la idea surge de la observación de la sociedad en que nos movemos.

2.1.2.- Algunos Factores que originan IDEAS de Microemprendimientos.

El origen de una idea para crear una microempresa está relacionado con factores que pueden llevar a una/s persona /s a inclinarse por un negocio concreto.

A título de ejemplo se pueden enunciar algunos:

➤ Descubrimiento de un producto o servicio innovador que se cree que va a tener mercado

➤ Compra de un saber hacer específico

➤ Repetición de ideas ajenas: Es un efecto reflejo que surge cuando apare-

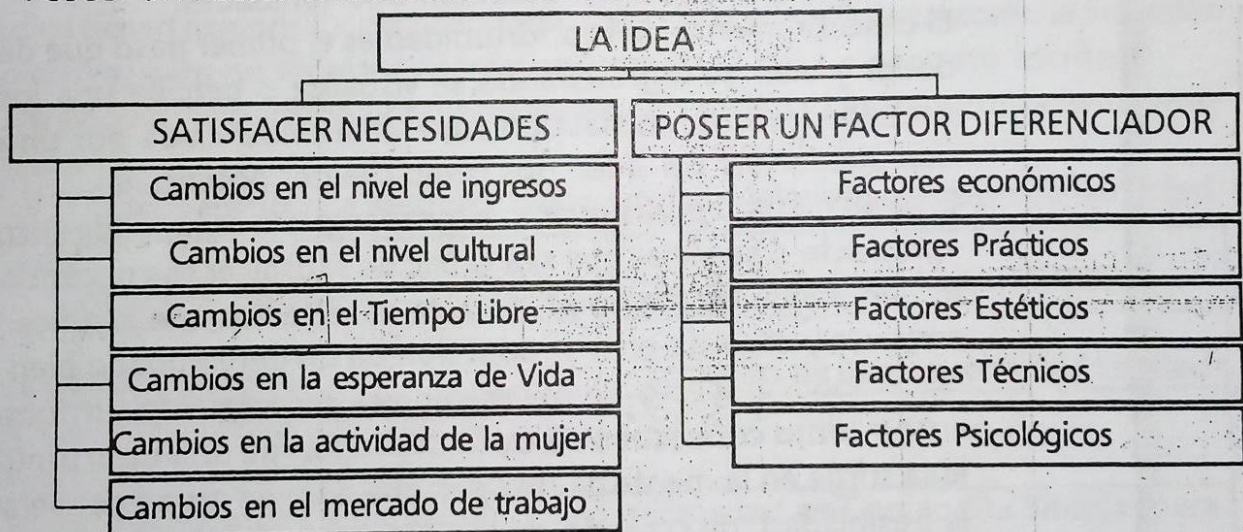
cen negocios nuevos, aunque se pueden "copiar" ideas que ya existen, tratando de mejorarlas subsanando los puntos débiles de las existentes.

- Disponibilidad de un determinado recurso técnico o el aprovechamiento de un elemento de desecho que reduzca los costos facilitando la competencia.
- Conocimiento de necesidades no satisfechas en el mercado en el que se desea comercializar.
- Deficiencia en la oferta de productos o servicios (productos escasos, de mala calidad o inadecuados que no satisfacen plenamente las necesidades para las que fueron creados)
- Conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos.
- Cuando se trata de negocios o actividades de escasa complejidad que permiten a cualquier persona establecerse por cuenta propia en tal actividad.
- Conocimiento de necesidades insatisfechas en el desarrollo de un hobby de alguna persona.
- La alta rentabilidad de la actividad a emprender.

2.1.3.- Condiciones para la aplicabilidad de la IDEA

Para que la idea sea aplicable debe reunir las siguientes condiciones:

- **Satisfacer necesidades.**
- **Poseer un Factor diferenciador con relación a otras.**



2.1.3.1.- Satisfacer Necesidades

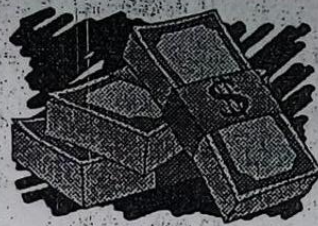
Para que la idea prospere debe satisfacer necesidades de la clientela potencial, y hacia allí deben dirigirse los esfuerzos, especialmente hacia necesidades no satisfechas en el mercado en el que vamos a participar.

Esas necesidades surgen generalmente como consecuencia de cambios que se producen en el mercado generando nuevas oportunidades de negocios que debemos aprovechar:

- **Cambios en el nivel de ingresos.**

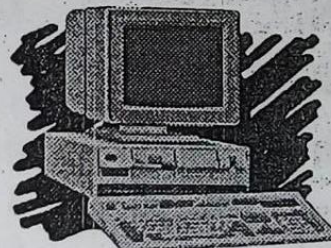
Los cambios que se producen en el nivel de ingresos de la población, bien sea por un aumento en el ingreso real producto de la prosperidad económica, o una disminución en el ingreso por ejemplo producto de la recesión, los recortes salariales, etc.

- Viviendas prefabricadas
- Venta de productos "sueños"
- Institutos de estética personal
- Cuidado de vehículos
- Mayor confort en la vivienda: Calefacción central. Aire acondicionado, etc.
- Barrios Privados
- Empresas de vigilancia
- Paseadores de perros



• Cambios en la tecnología.

- Grabación de CD
- Estaciones de GNC
- Reparación de microondas, PC, etc.
- Reparación de PC
- Instalación de Televisión Satelital
- Delivery



• Cambios en el Tiempo Libre.

- Gimnasios
- Personal Trainer
- Gimnasios sin esfuerzos
- Juegos Electrónicos
- Flippers
- Alquiler y grabación de CD
- Turismo aventura



• Cambios en las prestaciones de salud.

- Servicios de emergencia
- Médicos de cabecera
- Servicios de medicina laboral
- Medicamentos a domicilio
- Farmacias 24 hs.
- Delivery de trámites de Obras Sociales y Farmacias



• Cambios en la esperanza de vida.

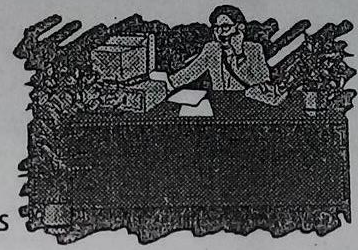
- Residencias para ancianos
- Gimnasios sin esfuerzo
- Hogares de día para ancianos
- Viajes para la tercera edad
- Cuidado de ancianos a domicilio



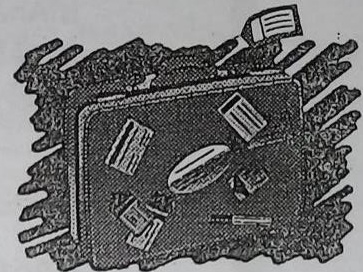
• Cambios en el trabajo de la mujer

- Guarderías infantiles

- Lavaderos automáticos
- Comidas para llevar
- Alimentos precocidos congelados
- Microondas, Freezer
- Servicios de Planchado rápido
- Servicios de colocación y mantenimiento de uñas esculpidas

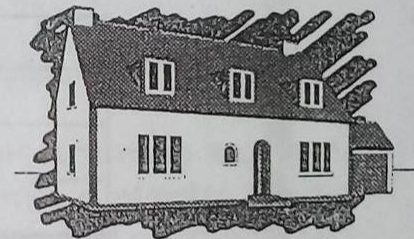


- Cambios en la forma de vida.
 - Viajes para solos y solas
 - Discos para solos y solas
 - Departamentos amueblados
 - Agencias matrimoniales y de contacto
 - Paseadores de Perros
 - Agencias de remises



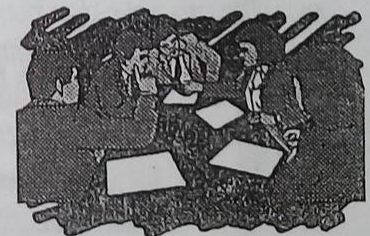
Cambios en la seguridad de la población

- Rejas
- Puertas Blindadas
- Empresas de seguridad privada
- Sistemas de alarmas
- Disyuntores
- Portones eléctricos
- ✕ • Scooter man



Cambios en el mercado laboral

- Cooperativas de trabajo
- Formación para el empleo
- Trabajo autónomo a domicilio
- Consultoras de preparación para el empleo
- Cursos de Marketing
- Redactores de Currículum



2.1.3.2.- Poseer un Factor Diferenciador

Es el factor que hace que los individuos prefieran un vendedor a otro, un lugar a otro. Esto no es casual, sino que tiene un origen en un elemento que se denomina factor diferenciador que hace que el mismo producto o servicio sea distinto a los ojos del demandante por la presentación, la forma en que es atendido, la publicidad, etc.

Estos factores diferenciadores pueden ser:

- Factores económicos: Cuando un producto llega a más cantidad de población por su precio, por ej. las segundas marcas de los supermercados, Productos sustitutivos inferiores, etc.

- Factores de practicidad: Cuando la decisión de comprar está influenciada por cuestiones prácticas, por ej. Pequeños almacenes de barrio, delivery, alimen-

tos precocidos, verduras lavadas, etc.

- Factores estéticos: Cuando se influencia en la decisión de comprar introduciendo a los productos elementos estéticos en la presentación, en el packaging, etc.

- Factores Técnicos: Cuando se influencia a los compradores introduciendo innovaciones técnicas que lo mejoran respecto a los de la clientela.

- Factores psicológicos: Cuando la decisión de comprar está afectada por factores intangibles como la marca, la moda, el estatus, o la preferencia colectiva.

2.1.4.- Selección de la idea

El microemprendedor deberá realizar una serie de estudios mínimos para asegurarse la viabilidad de la idea de negocio que ha seleccionado. En especial deberá asegurarse que el tamaño de la microempresa es el apropiado para la actividad, si el producto o servicio que va a ofrecer tiene mercado seguro, si sus costos son inferiores a los de los competidores, etc.

La minuciosidad de estos primeros estudios será diferente según las características de la idea que se está analizando. Por ejemplo, si se trata de un mercado que tiene asegurada la demanda y no tiene competencia, no necesitará tantos estudios para asegurar la factibilidad de la idea; en cambio si lo que se trata es de insertar en el mercado un bien o servicio nuevo, sin antecedentes, en el cual los consumidores desconocen el nuevo producto, se requerirá un estudio de factibilidad muy minucioso para no correr riesgos.

La originalidad de la idea es la que brinda mayores posibilidades de éxito al proyecto de microempresa, pero esto exige un análisis mas profundo para no equivocarse.

No se debe dudar en renunciar a una idea cuando se piensa que no va a dar los resultados deseados. Es preferible cambiar la idea a tiempo, antes de tener que seguir con una actividad cuyo futuro es no deseado por los integrantes de la microempresa.

Actividad

- a) Leer detenida y comprensivamente el texto, de ser necesario marque y busque las palabras desconocidas.
- b) Confeccionar un listado de cinco ideas de Microempresas que sean interesantes, realizables y posibles buenos negocios:

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

- c) Analizar las mismas. Luego seleccionar las dos ideas más aceptables, es decir aquellas que cubran en mayor medida las necesidades no satisfechas del mercado en el que van a participar:

1°-.....

2°-.....

- d) Analizar los puntos a favor y en contra que implicaría la aplicación de cada idea:

IDEA N° 1.....

Puntos a favor	Puntos en contra

IDEA N°2.....

Puntos a favor	Puntos en contra

- e) Finalmente seleccionar la idea que presenta el mayor número de ventajas y el menor número de inconvenientes:

--

La entrega de la realización de la actividad lo debe hacer hasta el 25/06/2020. Estoy atento ante cualquier duda o consulta.

Bibliografía:

Valsecchi, P.; Vadillo, J. & Echaide, M. *La microempresa en el aula*. Argentina: Aula Empresarial