

INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD

3.2.1 Qué es una Idea?

Según definiciones que se manejan en el diccionario:

- Cualquier representación mental que se relaciona con algo real.
- Noción o conocimiento que se tiene sobre algo o alguien.
- Intención de hacer una cosa.

Según Luis Fernando Suárez Ramírez: “Una idea es ni más ni menos que la Combinación de viejos elementos”.

Las ideas son procesos mentales orientados hacia la generación y respuesta a alguna situación presentada.

Las ideas se presentan continuamente, debido a las múltiples actividades que se observan o viven a diario las personas, más sin embargo no todas las ideas se pueden llevar al realidad, lo cual no significa que se deje de generar ideas permanentemente, porque es a partir de ellas que surgen las oportunidades de los negocios empresariales, tan es así que los grandes empresarios surgieron debido a ideas que se convirtieron en grandes empresas.

Más sin embargo no se debe olvidar lo que dijo Alain Emile Chartier “No hay nada más peligroso que una idea cuando es la única que se tiene”. Este planteamiento nos hace reflexionar sobre la necesidad de generar alternativas, porque cuando no se generan nuevas opciones difícilmente podemos lograr buenos resultados.

3.2.2 Ideas de Negocio

Las ideas de negocio están orientadas directamente con actividades empresariales, por lo cual los procesos imaginativos, creativos, innovadores e inventivos buscan fortalecer las actividades de las empresas hacia la consecución de nuevos mercados, tecnologías, marketing y otros procesos que hacen posible la realización y mejoramiento del negocio empresarial.

Lo anterior nos permite identificar que las ideas de negocio necesariamente requieren de estudios de mercado, técnicos, financieros y de evaluación del proyecto, en donde se pueda verificar si realmente la idea del negocio es viable o no.

3.2.3 Identificación de una Idea

Algo importante en todo proceso de generación de ideas sin importar la clase, es que surgen a partir de los **problemas** que se perciben a diario, las **necesidades** del entorno y los **deseos** del individuo, al respecto Rodrigo Varela dice que:

Una gran cantidad de ideas de negocio y de negocios surgen de la atención a los **problemas** que los seres humanos o las empresas enfrentan a diario, ejemplo: La falta de recreación, genera oportunidades de negocio como: Escuela de recreacionistas, alquiler de campos deportivos, cabañas, fincas agro turísticas, piscinas, campos de golf, servicio de guías turísticos etc. Al igual las personas a diario afrontan nuevas **necesidades**, algunas vitales otras no, las cuales brindan oportunidades de negocio para aquellos que tiene alma de empresarios Ejem: Necesidades de alimento, dormida, educación, vivienda, comunicación, aseo etc.), las cuales generan ideas de negocio como: Restaurantes, hoteles, residencias, fincas campestres, instituciones educativas, urbanizaciones, empresa de comunicaciones etc. En otras situaciones los **deseos** generan oportunidades de negocio, es decir no son cosas vitales, ni problemas pero las personas les gustaría satisfacerlos Ejemplo: el transporte es una necesidad pero querer tener una motocicleta es un deseo y a partir de estos se puede pensar en negocios como: Venta de motocicletas, distribuidora de motos, alquiler de motocicletas etc. Se requiere ambientes adecuados y propicios para generar ideas de negocio; además es importante las actitudes de los individuos para facilitar los procesos de creación e innovación, mas sin embargo no debemos olvidar que las ideas de negocio exitosas surgen en cuando hay cambios significativos.

3.2.4 Caracterización de una Idea de Negocio

Las ideas de negocio se presentan a diario, pero lo importante es que las ideas se hagan realidad, por ello existen aspectos que caracterizan las ideas de negocio, a continuación se presentan algunas de ellas:

- Responde a una responsabilidad social.
- Claridad en los usuarios e bienes y servicios
- Las oportunidades se dan en tiempos definidos.
- Claridad en el producto
- La Identificación de oportunidades tiene diversos modelos de complejidad
- Potencial de crecimiento
- Propone razones de éxito.

- La mayoría de las personas no las detecta.
- Las oportunidades se dirigen a diferentes mercados de diferente tamaño.
- Las oportunidades están encadenadas.

Las anteriores características, permiten evidenciar que las ideas de negocio por si solas no tienen significado, por lo cual en el entorno contemporáneo la innovación dejó de ser una estrategia para convertirse en una fortaleza empresarial, donde los medios de comunicación y el acceso a la información, obligan a los empresarios diseñar barreras para evitar la clonación de los productos.

3.2.5 Técnicas para Identificar Ideas de Negocios

Cuando se habla de técnicas para la identificación de ideas de negocio, básicamente lo que se pretende es establecer herramientas que permitan la recopilación de información mediante instrumentos que faciliten la identificación de problemas, necesidades y deseos, Luis Fernando Suárez Ramírez en el libro Desarrollo del Espíritu Emprendedor Pág.60, cita las siguientes técnicas:

- **Brainstorming (Tormenta de ideas):** Tiene por objeto producir el máximo de ideas relativas a un problema preciso, se puede desarrollar mediante los siguientes pasos:

- _ Organizando grupos máximo de 10 personas.
- _ Expresión libre y espontánea de ideas respecto a un tema, escribiéndolas en un papel por equipos.
- _ Se pegan las hojas en la pared con las ideas.
- _ Se pide que revisen las ideas presentadas.
- _ Se conforman nuevamente grupos de máximo 4 personas, para que jerarquicen las ideas.
- _ Se procede a la selección de las ideas más relevantes.

- **Grupo nominal:** Es una técnica que facilita el proceso de toma de decisiones porque reduce la interacción del grupo sin eliminar los intercambios, se realiza mediante el siguiente proceso:

- _ Definición del problema
- _ Entrega de hojas de papel en blanco.

- _ Los participantes plasman sus ideas en un tiempo de 5 a 10 minutos
- _ Se nombra un secretario.
- _ Cada participante lee sus ideas y el secretario las anota asignando un número
- _ Se analizan y discuten las ideas para posteriormente realizar una votación.
- _ Se seleccionan las ideas y se operacionalizan.

• **Lluvia de ideas:** Es una técnica muy usada en la planeación estratégica, para desarrollar productos innovadores, para el manejo de personal y otros, para su aplicación se nombra con anticipación una persona para que tome nota de las diferentes ideas que surjan en el grupo: Pasos:

- _ Se establece el problema
- _ Exposición de posibles soluciones
- _ Registro de las propuestas
- _ Asociación de ideas
- _ Revisión de las ideas
- _ Selección.

• **Círculo de ideas:** A diferencia del anterior se forman subgrupos y se realiza el mismo proceso.

Además de las anteriores técnicas existen otras como: tormenta de ideas con críticas, Sinéctica, Método de Gordón, lista de atributos etc.

También existe una diversidad de **fuentes de ideas de negocio**, todas ellas surgen en la mente de las personas, como resultado de la interacción con otras o del conocimiento del entorno, partiendo de un principio lógico “nada se crea, todo se transforma”, por ello las ideas de negocio se presentan en donde hay cambios significativos, de ahí la importancia de estar a la vanguardia de los cambios que se presentan a diario, porque es a partir de ellos que surgen ideas de negocio exitosas, a continuación se presentan algunos aspectos que permiten identificar ideas de negocio:

- Pensar en nuevos usos para cosas existentes
- Cambios de gustos y preferencias de los individuos

- Emplear recursos subutilizados
- Aprovechar la experiencia de las personas
- Explorando nuevas técnicas para hacer las cosas
- La observación
- Los cambios que se presentan en el entorno
- Mediante la percepción
- Visitas a entes organizacionales
- Realizando lecturas periódicas
- Tendencias económicas
- Los cambios tecnológicos y científicos
- Combinando ideas
- Explorando nuevas habilidades

Iniciativa e Innovación Empresarial

El anterior listado es solo una parte de posibilidades para identificar ideas de negocio, eso sí depende de espíritu empresarial y de la cultura para desarrollar su creatividad y llegar a la identificación de sus ideas de negocio.

3.2.6 Evaluación de las Ideas De Negocio

En temas anteriores se había manifestado que no todas las ideas de negocio son buenas, por lo cual se debe establecer un sistema de evaluación de las mismas para identificar que tan viables son, es de anotar que la evaluación debe dirigirse básicamente a la identificación de los aspectos claves, tomando como referente variables de un plan de negocio, manejándolo inicialmente en forma cualitativa, y a partir de esos resultados que se obtengan, continuar o no, con una investigación más profunda y cuantificarla. A continuación se presentan algunos interrogantes que nos permiten evaluar ciertas variables necesarias para la clasificación de las ideas de negocio:

- **Estudio de Mercado:**

Existe mercado para mi producto?

Que es lo más llamativo de mi producto?

Hay suficientes clientes?

Es posible llegar a esos clientes

Que otros productos existen en el mercado?

Posee mi producto ventajas o desventajas comparativas?

Qué valor agregado ofrece mi producto?

Cuál es la tendencia del mercado de mi producto?

Hay disponibilidad de insumos?

La comercialización está a mi alcance?

Cuanto estarían dispuesto a pagar por mi producto?

Como está el PIB?

• **Estudio Técnico:**

Iniciativa e Innovación Empresarial

Donde puedo localizar la empresa?

Existen los espacios físicos, tecnológicos y humanos necesarios?

Como están establecidas las políticas legales para este tipo de negocio?

Se cuenta con los recursos necesarios?

• **Estudio Financiero:**

Cuál es, la inversión requerida?

Se cuenta con el suficiente respaldo económico, tecnológico y humano?

La rentabilidad es atractiva?

Cuanto tiempo requiero para recuperar la inversión?

Cuál es el nivel de riesgos que se corre?

Cuál es el impacto, social, económico y ambiental?

3.2.7 La Competencia en los Negocios

Este es un hecho que está viviendo América Latina y para lo cual muchos de los países no están preparados, en una época se creía que las distancias eran ventajas competitivas y la calidad no se manejaba como un aspecto indispensable para el fortalecimiento y expansión en los mercados, por lo cual las políticas internacionales exigen que se debe olvidar la noción de los mercados locales protegidos y subsidiados y empezar a visualizar mercados internacionales, ya no se puede hablar de la economía de un país, porque el mundo tiende a convertirse en una economía para todos, en donde todos los países tendrán las mismas opciones de acudir a los mercados pero el éxito será de aquellos que cumplan con las exigencias de los consumidores.

La competencia en los negocios, cada día se torna más fuerte debido a la globalización e internacionalización de la economía, las empresas tienen que afrontar mercados en donde se ofrecen y demandan los mismos productos, en el caso colombiano las negociaciones del ALCA y el TLC, requieren de que los empresarios colombianos comiencen a fortalecer los procesos productivos teniendo como referente la calidad y las ventajas comparativas, porque para nadie es un secreto que la producción colombiana hasta ahora está iniciando con procesos de valoración de la calidad, acordes con las exigencias internacionales, las normas ISO son el referente para sacar provecho de esas políticas internacionales; además el mercado requiere de productos y servicios novedosos, de calidad y con un alto grado de valor agregado.

Por lo anterior, las empresas ya no pueden subir los precios al consumidor con el aumento de los costos, se debe buscar reducir los costos para responder a las expectativas de los clientes, porque cada día el mercado exige más servicios adicionales y a más bajo precio. Las expectativas de los consumidores cada día son mayores, obligando a los empresarios a ofrecer servicios secundarios, como el uso de tarjetas de crédito, ubicación de productos, adecuación de las compras, agilidad en la entrega, diversificación de productos y otros,

“EL ÉXITO DE LA COMPETENCIA EN LOS NEGOCIOS NO SE LOGRA MEJORANDO LA PRODUCTIVIDAD INTERNA, SINO CON LA CONQUISTA DE NUEVOS MERCADOS”.

3.2.8 Oportunidades de Negocio

Las oportunidades de negocio se presentan cuando las ideas de negocio están basadas en una problemática, necesidades y deseo de los consumidores, valorando las ventajas que pueden presentar cierto producto o servicio, tomando como referente los resultados de los estudios de mercado, técnico, administrativos y financieros realizados, para evaluar las ideas de negocio. Se cree que las oportunidades de negocio se presentan cuando se establecen ideas empresariales, lo cual no es cierto, toda idea empresarial requiere ser evaluada, ello significa que la idea es el inicio de la generación de una oportunidad de negocio, la cual se consolida cuando se establece un plan de negocio, en el cual se identifica claramente ciertos aspectos: segmento de mercado, sistema de comercialización, nivel tecnológico, determinación del tamaño y la capacidad instalada, los recursos, la rentabilidad, tendencias, riesgos y otros aspectos.

Las oportunidades de negocio serán realidad cuando se establecen y ejecutan los planes de negocio, por ello las decisiones antes de la puesta en marcha de cualquier actividad empresarial, requieren de la consolidación y análisis de una serie de información, que ha sido previamente recolectada del medio en el cual se piensa hacer realidad las ideas empresariales.

LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO HACEN REFERENCIA A LA CONSOLIDACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UNA IDEA EMPRESARIA.

RESUMEN

En este capítulo de innovación empresarial y oportunidades de negocio, se manejó las temáticas de creatividad empresarial, innovación y creatividad, en donde la creatividad es un proceso mental que permite la generación de ideas a partir de los problemas o la capacidad de ver nuevas posibilidades y hacer algo al respecto.

Las ideas de negocio son respuestas que surgen a los interrogantes relacionados con las necesidades para convertirse en oportunidades de negocio, en donde la consolidación y puesta en marcha del proyecto, permite confrontar la competencia en los mismos. La competencia en los negocios no se logra mejorando la productividad interna, sino con la conquista de nuevos mercados

Las oportunidades de negocio hacen referencia a la consolidación y puesta en marcha de una idea empresarial

Actividad capítulo 3

Iniciativa e Innovación Empresarial

- a. Mediante un dibujo represente el concepto de creatividad..
- b. Describa 2 dificultades del proceso creativo.
- c. En un esquema presente el desarrollo del proceso creativo.
- d. Describa dos necesidades que se presenten en su entorno.
- e. Establezca 3 ideas para darle solución a las necesidades encontradas.
- f. Socialice el ejercicio anterior con el pequeño grupo, y seleccionen las necesidades comunes o semejantes.
- g. Evaluar en pequeño grupo las ideas y seleccionar la más viable. Justificar la