

## IDEA DE NEGOCI

Les idees de negoci són el **punt de partida** de qualsevol projecte empresarial. Un cop s'ha detectat una oportunitat de negoci **és fonamental fer un anàlisi previ de la idea**, per determinar si és factible o no portar a terme el projecte.

### Origen de les idees de negoci.

Les idees de negoci deriven generalment d'una o de varies de les següents fonts:

- La **formació acadèmica** dels promotors. És lògic que una persona que hagi realitzat uns estudis determinats vulgui encaminar la seva carrera en l'exercici professional dels mateixos. Així, un arquitecte pot muntar un estudi d'arquitectura, un advocat un despatx d'advocats, etc.
- **L'experiència professional i laboral** dels promotors. El coneixement d'un determinat sector i/o comptar amb determinades habilitats tècniques, pot definir una idea de negoci. Per exemple, el cas d'un perruquer que després de treballar per compte aliena decideix posar una perruqueria o un cuiner assalariat que obre un restaurant propi.
- Els **viatges a l'estranger**. Es tracta d'identificar idees de negoci que han funcionat en altres països i que pot tenir èxit en el mercat nacional de la mateixa manera o fent petits canvis.
- Els **canvis socials** del nostre entorn. Són idees que sorgeixen a mesura que canvia la societat, propiciades per l'envelliment de la població, la incorporació de la dona al mercat de treball, l'augment de la immigració,... D'aquesta manera es creen empreses de catering, empreses que tenen cura del nens i grans, locutoris, etc.
- Les **noves formes de viure l'oci**. Idees sorgides de la detecció d'una demanda d'activitats d'oci, culturals i artístiques de major qualitat. Per exemple, empreses dedicades a l'ensenyament de tècniques de navegació, agències d' 60

- oci, cases i centres de turisme rural, tallers d'artesanía i empreses agroalimentàries.
- L'aplicació de les **noves tecnologies**. El desenvolupament d'internet està estimulant l'aparició d'empreses comercials i de serveis que utilitzen la xarxa com a eina de treball.
- L'aparició de **noves fonts d'energia** no contaminants i que vetllen per la protecció del medi ambient. És el cas de les energies renovables com alternativa a les fonts convencionals i la generació de empreses de consultoria medioambiental.
- **Usos alternatius de productes**: reciclatge de mobles, transformació de consumibles, etc.
- La tendència de les empreses a **enfocar-se en les seves àrees de competència** dona lloc també a la generació d'una gran quantitat d'empreses de serveis, com ara empreses de logística, informàtica, seguretat, etc.
- La continua **liberalització d'activitats** que fins ara s'exercien en règim de monopoli, també crea noves oportunitats per l'empresariat.

No obstant això, la idea és tan sols el començament de l'aventura empresarial.

### ***De la idea a la oportunitat de negoci.***

---

Una idea no té perquè ser una oportunitat de negoci. Però si **IDEA I OPORTUNITAT coincideixen**, la creació d'una empresa pot ser viable.

Per saber si la idea emprenedora és una oportunitat de negoci es té que escoltar atentament al mercat, **testar la idea** i tenir en compte a més a més altres variables com ara: la capacitat emprenedora, l'existència o no d'una demanda suficient i la possibilitat de disposar de recursos suficients.

#### **Test de la idea:**

- *El producte i/o servei ofert té qui el compri? A quin preu?*
- *És major el preu que es pot pagar per ell que no el que costa produir-lo?*
- *S'adapta la idea de negoci a allò que el mercat necessita?*
- *Es té alguna avantatge sobre la competència?*
- *Es coneix el mercat al que va dirigit el negoci suficientment?*

- *Es compta amb els mitjans financers suficients? (o se té possibilitats d'aconseguir-los) per tirar endavant el projecte?*
- *Es té algun tipus d'experiència en aquest sector?*
- *S'ha definit els clients potencials?*
- *S'ha realitzat un possible esquema de l'estructura de la possible organització?*
- *És l'adient per fer front al mercat? ¿S'ha identificat els perfils i competències de les persones que participen en la organització?*
- *Es té coneixement dels llocs on buscar assessorament sobre temes que desconexem? Ho faríem?*
- *Es té capacitat de planificació d'objectius i mediació de resultats*
- *S'és flexible? Es posseeix la capacitat de fer els ajustaments necessaris que exigeix el mercat? Es té capacitat d'anticipació?*
- *Es té compromís amb el projecte? Quin és el grau?*
- *S'està disposat a posar esforç i dedicació per tirar la idea endavant?*

El test idea en definitiva ***té la funció de plantejar a l'emprenedor***, en primer lloc ***quina és la necessitat que es pretén cobrir*** dins el mercat i que no està coberta per un altre producte o servei, o si ho està, no de forma suficient, i ***si està capacitat per portar a terme la iniciativa empresarial***.

Lo important en aquesta fase serà plantejar-se aquestes preguntes, encara que no es tinguin totes les respostes. Lo ideal seria utilitzar-lo al llarg del procés de conformació del possible equip emprenedor (si són vàries persones disposades a emprendre), de maduració de la idea i de l'elaboració del pla d'empresa.