

8 tips para encontrar ideas de negocio

Estos ejercicios te ayudarán a aumentar tu creatividad para generar ideas que pueden convertirse en empresas exitosas

El comienzo del año es una buena época para iniciar un negocio. Pero, claramente, primero necesitas encontrar un concepto ganador. “Tienes que generar muchas ideas para tener éxito”, afirma Stephen Key, co fundador del sitio Web inventright.com. Key, quien ha licenciado 20 productos en los últimos 25 años, dice que él genera ideas en cualquier contexto, ya sea paseando por los pasillos de las tiendas o en reuniones con su equipo diseñadas para eso mismo.

Te presentamos ocho técnicas de Key y de otros expertos que pueden aumentar tu creatividad para encontrar rentables **ideas de negocio**:

Pregúntate: ¿Qué sigue?

Las ideas de negocios exitosas por lo general son las que están un paso delante de lo existente. Piensa en las tendencias y tecnologías que están en el horizonte y cómo podrías introducirte en esas áreas, afirma Sergio Monsalve, socio de Northwest Venture Partners. El especialista sugiere pensar en innovaciones relacionadas con tu hogar y estilo de vida y cómo éstas cambiarán en un futuro.

Resuelve algo que te molesta

Cuando Colin Barceloux estaba en la universidad pensaba que los libros de texto eran muy costosos. En 2007, dos años después de graduarse, decidió tomar acción y fundó Bookrenter.com, un negocio de alquiler de libros con cerca de 60 por ciento de descuento. Lo que inició como la frustración de una sola persona, ahora tiene 1.5 millones de usuarios y 200 empleados. “Sólo debes fijarte en lo que te molesta”, afirma. “Ahí mismo está tu idea de negocio”.

Busca nuevos nichos

Tu nuevo negocio no tiene que ser reinventar la rueda. Echa un vistazo a aquello que les está faltando a los grandes jugadores de la industria y piensa cómo podrías rellenar esos huecos, dice Keys. En 2003 inició su compañía Hot Picks, después de notar que muchas marcas en la industria de las uñas de guitarra no ofrecían modelos atractivos ni coleccionables. Entonces, Key diseñó una uña en forma de cráneo que se vendió en más de mil tiendas, incluyendo Wal-Mart y 7-Eleven. “Los grandes dejan una gran cantidad de oportunidades en la mesa”, sostiene.

Aplica tus habilidades a un campo nuevo

Piensa cuáles son tus habilidades y cómo podrían ser útiles en otras áreas, recomienda Bill Fischer, profesor de innovación en IMD, la mayor escuela de negocios en Suiza.

Considera, por ejemplo, JMC Soundboard, una empresa que elabora bocinas. Su creador, Jeanmichel Capt, creó estos modelos al aplicar su experiencia construyendo guitarras y usando la misma resonancia. También está Providence, una empresa creada por Julie Sygiel quien usó su entrenamiento como ingeniera química para crear ropa interior con un material resistente a las manchas, ideal para las mujeres que se ejercitan durante el periodo menstrual.

Encuentra una categoría que no tenga innovaciones recientes

En el proceso de generación de ideas, a Key le gusta identificar mercados que no han tenido muchas innovaciones en los últimos tiempos. Por ejemplo, cuando notó que había pocos desarrollos en el sector de etiquetado de productos creó Spinformation, una etiqueta de dos capas -la capa exterior rota con paneles por los cuales es posible ver, y una interior que es posible leer si rotas la exterior. Así, las compañías que necesitan introducir más información de su producto, como las medicinas, pueden tener una etiqueta extra para mostrar más detalles.

Haz una versión más barata de un producto existente

Las compañías generalmente obtienen sus primeras ventas por ofrecer un producto existente a un menor precio. Por ejemplo, la empresa de gafas Warby Parker vende lentes con prescripción que comúnmente se venden en \$300 dólares o más por sólo \$95 dólares. La empresa que inició en 2010 con cuatro amigos, ahora está formada por 100 empleados.

Habla con los compradores

Para generar una idea que se relacione con las necesidades de las personas, no hay mejor manera de hacerlo que hablar con los mismos compradores. Si te interesan las bicicletas de montaña, ve a los pasillos de tiendas deportivas y pregúntales a los clientes qué les gustaría encontrar en ellas. Si quieres desarrollar un negocio de **e-commerce**, considera enviar una encuesta online para saber cuáles son los intereses y necesidades de los consumidores potenciales.

Mezcla y crea

Pasea por los pasillos de una tienda de medicinas, una de hardware y una de juguetes y combina productos de cada una, dice Key. Eso debería darte la chispa para tener algunas ideas nuevas, aunque debes estar preparado para que la mayoría sean malas. “Se te ocurrirán pésimas ideas, y sólo de vez en cuando encontrarás una buena... pero quizás sea brillante”, afirma.

<https://www.entrepreneur.com/article/265694>