

Identificar oportunidades de negocios, posibilidad de crecimiento empresarial

Por:

Lewis Charles Quintero Beltrán

Consultor Sénior-Conferencista

Email: contacto@lewisquintero.com

“El éxito en los negocios requiere entrenamiento, disciplina y trabajo duro. Pero si no tienes miedo de estas cosas, las oportunidades son tan grande hoy como las han sido siempre”.

David Rockefeller

La globalización ha permitido que aumente el número de competidores en los diferentes sectores empresariales y que para las pymes sea un poco más complejo al momento de competir con las grandes empresas, situación que ha logrado permear incluso la forma de direccionar las organizaciones nublando la posibilidad de buscar oportunidades de crecimiento. Se hace necesario hoy cambiar el chip gerencial y entender que las oportunidades de nuevos negocios siempre están presentes; es urgente entender entonces que los mercados cambian de manera constate y allí se dan nuevas oportunidades de llegar a públicos con expectativas nuevas.

Las crisis que se presentan son posibilidades para encontrar oportunidades para las empresas en cualquier entono, algunas son fáciles de detectar, pero otras obligan a una mayor habilidad gerencial para identificarlas. Y son estas últimas las que generan normalmente una mayor rentabilidad y las que se deben aprovechar. Es clave pensar que cuando se encuentran posibilidades, no se trata de salir al mercado con un nuevo producto o servicio con la intención que el cliente lo va a comprar de inmediato porque es innovador, difícil de imitar, único; el aspecto a tener en cuenta para los mercados debe ser un producto o servicio funcional que es capaz de atender la necesidad no cubierta.

Algunos aspectos a tener en cuenta para identificar nuevas oportunidades son las siguientes:

1. Reconozca necesidades

Ante un mercado cada día más exigente siempre existirán necesidades que no son cubiertas en un 100%, como alimentación, educación, salud, vivienda, recreación, seguramente aparecerán otras oportunidades que tal vez no sean urgentes, pero si importantes para los consumidores; un ejemplo de ello es la necesidad de usar celulares y

con estas nuevas aplicaciones que permitan ahorrar tiempo. Las mejores oportunidades normalmente surgen a partir de reconocer aquellas necesidades insatisfechas.

2. Identifique dificultades

Las oportunidades para las empresas deben ser identificadas no solo a partir de necesidades sino también a partir de problemas en las personas, algunos ejemplos de ello son el problema de la inseguridad la cual invita a las empresas del sector correspondiente a crear servicios y productos que permitan brindar tranquilidad a la comunidad o a las personas que tienen esta dificultad.

3. Identificar deseos

Todas las personas quisieran experimentar o tener algo nuevo, aunque no son una urgencia, representan para la empresa una oportunidad futura, debido a que es un mercado que no ha sido satisfecho en su totalidad.

4. Cambios en los mercados

Los efectos en dichos cambios llevan a una fragmentación del mercado, surgen entonces posibilidades para atender a los cambios suscitados en lo referente a la edad, sexo, geografía, etnias, estilos de vida, entre otros. Un ejemplo de ello es los cambios en lo referente a la alimentación, hoy hay una tendencia alta a la comida saludable.

5. Analizar tendencias

Las tendencias pueden definirse como un patrón de comportamiento de un determinado mercado, el contexto actual muestra unas dinámicas importantes que se ve reflejado en la moda, los jóvenes, el vestido, entre otros.

6. Innove

Peter Drucker experto en gerencia en su texto: **La disciplina de la innovación**, sugiere que se debe identificar tanto aspectos internos como externos para innovar en la empresa que permitan ser convertidos en oportunidades para estas, algunos son:

- ✓ Acontecimientos inesperados, como productos o servicios que son un éxito o fracaso fuera del contexto “común” de la empresa.
- ✓ Incongruencias que se presentan entre las expectativas y la realidad.
- ✓ Necesidad de procesos comúnmente utilizados para mejorar productos o servicios.
- ✓ Cambios demográficos como población, educación, esperanza de vida, ingresos, etc.

- ✓ Cambios en los sectores y el mercado debidos a la demanda o la oferta de nuevos productos o servicios.
- ✓ Cambios de percepción, como la “moda” o actitudes frente a productos o servicios.
- ✓ Nuevo conocimiento, que finalmente se traduce en avance de la ciencia o la tecnología.

Las oportunidades de negocio para las organizaciones llevan consigo crecimiento, que trae a su vez seguridad y rentabilidad para seguir avanzando en el sector empresarial. El crecimiento entonces para una sostenibilidad a largo plazo, requiere desarrollar estrategias que permitan identificar oportunidades y estas logren hacerse realidad, teniendo como base un análisis profundo del cliente y de la capacidad de respuesta que debe tener la empresa frente a futuras demandas de sus bienes o servicios.

Las oportunidades por si solas no funcionan, las empresas deben enfocar también sus esfuerzos en trabajar modelos gerenciales que les permitan una mayor productividad, altos niveles de calidad, generar ventajas competitivas, trabajar de manera fuerte en su cadena de valor; aspectos que logran en la organización una mayor competitividad. El identificar oportunidades conlleva a generar cambio, el cual es la constante a la que se enfrentan las organizaciones y de igual manera a identificar posibilidades lo que ayuda a que estas adopten nuevas actitudes tecnológicas y nuevas formas de realizar los negocios, incluso permite la transformación de la estrategia, los procesos y las personas; permitiendo el logro de los objetivos, maximizando las utilidades y estableciendo un mejoramiento continuo en un entorno cada día más exigente.

Una organización logra ser competitiva en el mercado global si sus productos o servicios son pensados en favor del cliente, logrando en este confiabilidad y siendo su servicio postventa eficiente, con un precio justo de acuerdo al mercado al que está dirigido, teniendo una calidad certificada, una entrega oportuna y alto grado de innovación el cual surge por el conocimiento y la tecnología convertida en ventaja competitiva para la organización.