

EVALUACION / VALORACIÓN DE LAS IDEAS DE NEGOCIO

Una empresa sólo es posible si existen clientes dispuestos a comprar ese producto o servicio frente a otras opciones y que, además, estén dispuestos a pagar un precio que permita conseguir beneficios suficientes. Hemos visto que hay diversas fuentes de ideas empresariales, pero una vez identificadas esas ideas hay que evaluarlas: si tengo una sola idea, ¿es apropiada?, si tengo varias ideas, ¿cómo acertar con la más adecuada?.

Hay que decidir, y eso significa optar por una alternativa para dejar de lado las demás, lo que supone el riesgo de descartar ideas que pueden ser muy bien recibidas por el mercado o elegir aquella que no tenga éxito.

Para minimizar este riesgo es necesario evaluar las ideas, y dar una serie de pasos previos:

- No es bueno disponer de una sola idea, necesitaremos tener alternativas para compararlas y evaluarlas.
- Incluso si se tiene una sola idea, es aconsejable procurar buscar ideas parecidas.
- Analizar una idea para convertirla en actividad. No es lo mismo una idea que una actividad, ya que la idea debe poder materializarse, debe ser factible su conversión en negocio.

Una vez elegidas las actividades a comparar, se deben analizar y rechazar las que no superen un determinado umbral de interés. Para ello, se puede comenzar por descartar, en primer lugar, aquellos posibles negocios en los que se vea claramente su inviabilidad, ya sea por razones personales (necesidad de trasladarse a otro lugar, falta de tiempo...), razones económicas (recursos insuficientes) o razones comerciales (no se puede competir con el líder, la tendencia del mercado va claramente en otra dirección...).

Para seleccionar las ideas más factibles se puede utilizar un esquema de trabajo para ir rechazando aquellas que no superen un determinado umbral de

interés o viabilidad. Consiste en tomar las actividades a analizar, evaluar distintos aspectos relacionados con el negocio y puntuarlos para cada una de ellas. La puntuación total nos podrá dar una orientación sobre cuál puede ser la más conveniente.

Los valores asignados para cada alternativa pueden ir del 0 al 10 y hay que tratar de fijarlos con la mayor objetividad posible.

Cuadro “ANALISIS DE ACTIVIDAD”

Aspectos	Puntuación Act. 1	Puntuación Act. 2	Observaciones
Inversión inicial y recursos disponibles			Menor puntuación a mayor dificultad para conseguir el capital necesario
Demanda potencial			A mayor demanda potencial, mayor valor
Evolución del número de consumidores			A mayor potencial de crecimiento, mayor puntuación
Número de competidores			Cuanta más competencia, menor puntuación
Dimensión de los competidores			Competidores más fuertes indican mayor puntuación
Poder de negociación con los proveedores			A mayor número de proveedores y mayor poder de negociación, mayor puntuación
Necesidad de conocimientos específicos			Menor puntuación a mayor necesidad
Necesidad de canales de venta			Canales de venta más complejos, menor puntuación
Exclusividad del diseño del producto			Cuanto más difícil de imitar sea, mayor puntuación
Acceso a personal adecuado			A mayor disponibilidad de personal adecuado, mayor puntuación
Dedicación requerida			Mayor dedicación, menor puntuación
Rentabilidad esperada			Cuanto más rentable, más puntuación
Éxito de negocios similares			Mayor puntuación cuanto más éxito
Afinidad con gustos y aficiones			A mayor afinidad, mayor puntuación
Afinidad con capacidades personales			A mayor afinidad, mayor puntuación
Apoyo familiar			A mayor apoyo, mayor puntuación
Puntuación total			

Evidentemente, el resultado de la evaluación no implica una garantía de éxito de la futura empresa, pero constituye una interesante herramienta para tamizar las ideas de negocio, así como un primer paso en la definición de un plan que contemple todos los aspectos de un proyecto de negocio (Plan de Empresa).

"5 Reglas para el Análisis":

- 1.** Analizar cada factor de la manera más objetiva posible, ya que los razonamientos demasiado personales o subjetivos pueden distorsionar las puntuaciones.
- 2.** Buscar asesoramiento externo especializado en cada una de las fases del proceso, que nos puede aportar experiencia, conocimientos y objetividad.
- 3.** Trabajar en equipo y huir del individualismo. Todas las aportaciones son válidas y hay que tenerlas en cuenta. Su posterior análisis nos dirá la conveniencia de rechazarlas o aceptarlas.
- 4.** No confundir una oportunidad puntual con un negocio estable, o por lo menos, tener conciencia de la situación.
- 5.** Evitar utilizar las ayudas públicas o subvenciones como excusa para poner en marcha una determinada actividad, ya que esta debe estar justificada por si misma.