

El emprendedor y la Oportunidad

Escrito por Miguel Angel Nuñez

Fuente: <http://www.emprenautas.net/index.php/>

Cada vez más aparece la palabra **emprendedor** asociada a la idea de **oportunidad**, incluso el eslogan de EmpreNautas cuando empezó allá por julio del año 2001 era: “*Los EmpreNautas son individuos dedicados a la búsqueda de oportunidades, más allá de los recursos de que disponen*”, haciendo un poco propia la definición de emprendedor de Howard H. Stevenson.

Se escribe bastante acerca de lo que significa “emprendedor” (con mayor o menor responsabilidad y profundidad), sin embargo, no abunda tanto material sobre el tema “oportunidad”.

Es así que en este artículo trataré de abordar la cuestión de la oportunidad desde la óptica emprendedora; es decir desde el punto de vista del emprendedor que se pregunta... ¿es mi idea una oportunidad?

Lo primero es tratar de arribar a una definición de oportunidad que nos sea útil para analizarla desde nuestra óptica.

Uno de las investigaciones más citadas en el tema se refiere a oportunidad como aquellas “situaciones en que se pueden introducir nuevos productos, servicios, materias primas, mercados y métodos organizacionales a través de la formación de nuevos medios, fines o nuevas relaciones medios-fines” (1). La verdad es que no me resultó demasiado operativa ésta, particularmente por tener cierto sesgo hacia lo que podríamos llamar “emprendedor innovador” como definición (y por ser difícil de entender...) así que, en lugar de tratar de buscar un concepto de oportunidad propongo un abordaje distinto:

Tratar de responder, partiendo de una idea de negocios, la siguiente pregunta ¿Qué condiciones mínimas tendrían que darse para considerarla una oportunidad? Convengamos que las ideas de negocios posiblemente abundan, desde las más simples hasta las más locas y descabelladas; pero ¿cuáles serán una oportunidad de negocios y cuáles no?

Para considerar una idea como oportunidad de negocio tendríamos que verificar la existencia de:

Clientes potenciales: necesitamos quien nos compre nuestros productos!, si fuera purista diría que buscamos “clientes con necesidades insatisfechas”; pero prefiero ser más amplio. Siempre habrá personas con necesidades satisfechas en forma parcial, personas inconformes con su “proveedor” actual y por qué no?... algunos que ni siquiera saben que necesitan lo que queremos ofrecer y no nos olvidemos de quienes nos pueden comprar sin siquiera necesitarlo. En resumen, el tema de las necesidades es extremadamente complejo.

Factibilidad personal: las oportunidades no existen en abstracto para todas las personas por igual, no todas las oportunidades son para todos. Alguna habilidad (o quizás alguna preferencia personal) tiene que existir para poder satisfacer esa necesidad a que nos referíamos o atender a ese cliente potencial. Y aquí también quiero ser amplio, no significa necesariamente que tengo que tener la habilidad para fabricar o producir el producto necesario para satisfacer a un cliente, puede tratarse de un emprendedor que “arbitre”, intermedie o coordine recursos y actores económicos que de distintas maneras actúan para satisfacer al cliente.

Clientes con recursos: un tema que a veces se omite, ¡necesitamos clientes que puedan pagarnos! Obviamente pretenderemos cubrir nuestros costos (fijos y variables) y también obtener cierto margen de rentabilidad. Necesidades hay demasiadas, pero no todas configuran una oportunidad de negocio.

Unos párrafos atrás me preguntaba por “condiciones mínimas” que debiera contemplar una idea de negocios; ahora bien, si estoy buscando tentar a algún capitalista de riesgo tenemos que agregar algunos ítems adicionales a nuestra lista.

Un capitalista de riesgo seguramente tendrá un monto mínimo de inversión y para justificar tal inversión necesitaríamos cumplir con alguno de los siguientes “requisitos”:

- Un mercado grande, o
- Un mercado en rápido crecimiento o
- Un mercado grande y en rápido crecimiento

Creo que este planteo puede ser un poco más útil para quien se pregunta si su idea es una oportunidad de negocios, que tratar de profundizar en el concepto de oportunidad.

En principio digamos que, si la idea bajo análisis no cubre los aspectos listados no estamos en presencia de una oportunidad. Por otro lado si cubre todos los aspectos diría que el panorama es bastante más alentador, como para profundizar más en nuestra idea y seguir analizándola.