

Análisis de oportunidades e ideas de pequeño negocio o microempresa

2



IDEA

¿Qué?

Saber analizar correctamente las oportunidades de negocio que existen para poder seleccionar posteriormente de un modo correcto.

Contenidos

- 2.1 Identificación de oportunidades e ideas de negocio
- 2.2 Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio
- 2.3 Análisis del entorno del pequeño negocio o microempresa
- 2.4 Análisis de decisiones previas
- 2.5 Plan de acción

2.1 Identificación de oportunidades e ideas de negocio

Es fundamental, para irrumpir en el mercado de una forma oportuna, hacerlo en el momento en el que el bien o servicio a ofrecer tenga una aceptación que permita continuar la andadura de la empresa.



El mercado, es decir, los clientes, necesitan cubrir nuevas necesidades o hacer las que ya tenían de forma distinta, para ello necesitan ideas innovadoras que superen las anteriores y a la vez pongan difícil la mejora por otros productos posteriores.

Hoy en día la vida útil de un producto en el mercado suele ser corta, sobre todo en el ámbito tecnológico, lo que hace más imprescindible diferenciarse y que un determinado producto entre en el mercado justo en el momento en el que pueda tener éxito.

Hay que tener en cuenta algunos factores para lograrlo.

2.1.1 Necesidades y tendencias

Para detectar nuevas necesidades y poder prever comportamientos que se producirán en el futuro, es fundamental conocer al consumidor. Para ello es imprescindible analizar el comportamiento de compra.

definición

Comportamiento de compra. Acciones que un individuo realiza desde que detecta una necesidad hasta que adquiere un producto en el mercado para satisfacerla.

Es básico saber qué tipo de necesidad se va a cubrir. Son las necesidades humanas las que producen los cambios en el mercado y no todas las necesidades necesitan cubrirse con la misma urgencia.

Las necesidades humanas son cambiantes y varían según muchos factores como puede ser el entorno geográfico o la formación del individuo.

Cuando se habla de necesidades humanas es imprescindible referirnos al psicólogo americano Abraham Maslow que clasificó las necesidades humanas en cinco categorías. Según su teoría, sin haber resuelto las necesidades más básicas, no se pueden satisfacer las siguientes.

Las necesidades actúan como motor de todos los comportamientos humanos.

La prioridad para cubrir necesidades según Maslow queda representada en esta pirámide.

definición

Necesidades. Sensación de carencia que resulta cuando se precisa algo con mayor o menor intensidad de manera que moviliza a un sujeto a satisfacer dicha carencia.



Según el economista Artur Manfred Max Neef el hombre siempre ha tenido las mismas necesidades, lo que varía con el tiempo son los elementos que pueden satisfacerlos, es decir los satisfactores.

Este autor clasificó las necesidades en dos categorías distintas:

