

Super Guía Práctica

CÓMO SABER si una idea de negocio es buena: *5 estrategias prácticas*

Logra disminuir el riesgo
al mínimo y así asegurar
que tu negocio sea rentable.





Esta Guía es parte del Kit de Herramientas Gratuitas de Superhábitos



CÓMO SABER SI UNA IDEA DE NEGOCIO ES BUENA: 5 ESTRATEGIAS PRÁCTICAS

¿Te gustaría iniciar un negocio que sepas que va a funcionar, en el que puedas dedicarte a lo que te gusta y retomar el control de tu tiempo? ¡Entonces estás en el lugar correcto!

Superhábitos es una Comunidad de miles de personas de Hispanoamérica unida bajo una creencia común: emprender es una forma de desarrollarnos como personas, retomar el control sobre nuestra vida, crear negocios que nos apasionen y ser independientes.

Estamos aquí para alentarte y acompañarte en el proceso de **iniciar y hacer crecer tu negocio** para que alcances un nuevo nivel de independencia personal y financiera.

Por eso, la mayoría de nuestras herramientas son gratuitas y están disponibles para cualquier persona que desee poner manos a la obra y tener un impacto positivo en su Comunidad.

Puedes encontrar el resto de las herramientas del Kit Gratuito para pasar de empleado a dueño de negocio en nuestro sitio haciendo click aquí.

Allí encontrarás otras guías que complementan a esta y, en conjunto, te permitirán elegir la mejor idea para tu negocio. Además, te ayudarán a montar una estrategia anual y una organización semanal que te permitan avanzar con ese negocio.

Todo es 100% gratuito. A cambio, **lo único que te pedimos que uses estas herramientas y compartas con otros lo que aprendas.**

Cuantas más personas se den cuenta de que emprender es simple, más personas habrá creando emprendimientos que aporten valor y que cambien el futuro para su familia, entorno y todos nosotros.

¡A poner manos a la obra!

Mati y todo el equipo de Superhabitos.com

¿CÓMO ASEGURARTE DE QUE UNA IDEA SERÁ RENTABLE?

El 80% de los negocios fracasan antes de cumplir el primer año.

Es una cifra escalofriante, pero real.

Todos los negocios implican un riesgo. Sin embargo, con las herramientas correctas podemos disminuir ese riesgo al mínimo y así asegurarnos no solo de que nuestro negocio será rentable, sino también evitar malgastar tiempo, dinero y energías en una idea que no tiene futuro.

De eso se trata esta guía.

Cuando llegamos a nuestra idea de negocio, lo que tenemos en realidad son hipótesis. Que algo sea una hipótesis significa que es algo que suponemos que va a funcionar a partir de algunos datos y observaciones, pero que requiere más investigación para tener certeza de que es así.

Cuando pensamos nuestra idea:

- Suponemos que esa idea le resultará útil e interesante a clientes...
- Suponemos que el dinero/tiempo que invirtamos en la idea nos traerá resultados...
- Suponemos que hay una necesidad o deseo en las personas que podemos satisfacer...

Estas suposiciones son un buen lugar para empezar, pero pueden ser peligrosas si nos guiamos por ellas y no las chequeamos realmente. Guiarnos por nuestra intuición puede llevarnos a invertir tiempo y capital en algo que no funciona. Puede llevar a que perdamos años de nuestra vida y miles de dólares.

La guía que tienes frente a ti te ayudará a evitar eso.

Para saber si lo que creemos (nuestras hipótesis) son ciertas o no, necesitamos poner manos a la obra y realizar una investigación. A esa investigación se la conoce, en el mundo de los negocios, como “validar”.

¿Qué es validar, entonces?

Validar es comprobar que las hipótesis sobre las que estamos basando nuestra estrategia de negocio son ciertas. En este caso, significa tomar acción para saber si nuestra idea de negocio será rentable y si vale la pena invertir tiempo y dinero en ella.

Validar no tiene por qué implicar años de tu vida o un dineral invertido en estudios de mercado con consultoras. **El proceso de validar puede ser simple, rápido y efectivo.**

Si quieres estar en el 20% de las personas que emprenden con éxito, toma nota de estas 5 maneras simples de validar tu idea de negocio.

PRIMERO LO PRIMERO

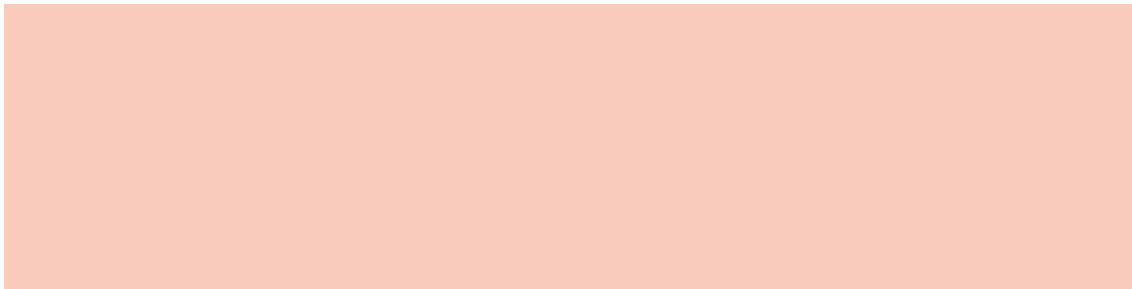
(BASES COMUNES A TODOS LOS MÉTODOS)

Si lo que vamos a hacer con la validación es confirmar o descartar una hipótesis, ¡lo primero es tener muy claro qué es lo que estamos suponiendo!

Para eso escribe aquí:

¿Cuál es mi idea de negocio?

Escribe brevemente qué servicio o producto estás pensando ofrecer y qué problema/deseo resuelve.



Si aún no sabes cuál es tu idea de negocio con claridad, te recomiendo que aproveches estas dos herramientas gratuitas:

- En el Kit Gratuito encontrarás la Guía “3 pasos para elegir la mejor idea para tu negocio”. Haz click aquí para acceder.
- El episodio #111 de nuestro Podcast “El Show de Superhábitos” se enfocó en cómo encontrar ideas de negocio que conecten con necesidades del mercado. Puedes escucharlo haciendo click aquí.

¿A qué clientes me gustaría ayudar?

Antes de validar si tu idea será rentable, es necesario que sepas cuál va a ser tu segmento objetivo: ¿quién es tu cliente? ¿A quién estará dirigido tu mensaje?.

Es bueno aclarar que, aunque tengas un negocio que ya está funcionando, realizar una segmentación te puede ayudar a identificar mejor a tus clientes y crear una oferta mejor enfocada.

Te recomiendo que al caracterizar tu segmento objetivo lo definas en torno a las siguientes variables:

- Geográficos (país, región, urbano/rural, tamaño del núcleo urbano).
- Demográficos (edad, sexo, estado civil, tamaño del hogar).
- Socioeconómicos (ingreso, ocupación, nivel educativo).

Además de estas variables, te será útil definir otras cuestiones como personalidad, estilo de vida, valores, etc.

Recuerda también que no siempre es lo mismo el cliente que el consumidor. Puesto de forma simple, “consumidor” es quien consume/usa tu servicio/producto; “cliente”, en cambio, es quien paga por el producto o servicio.

Así, por ejemplo, en capacitaciones a empresas, el consumidor es el empleado, pero el cliente es quien asigna el presupuesto.

Con esto en mente, anota aquí abajo quién es el cliente al que te gustaría llegar con la idea de negocio que estás pensando:

Si quieres saber más sobre cómo definir tu cliente ideal, puedes aprovechar estas herramientas gratuitas:

- En el Kit Gratuito encontrarás la Guía “25 preguntas para definir tu cliente ideal”. Haz click aquí para acceder.
- El episodio #137 de nuestro Podcast “El Show de Superhábitos” se enfocó en cómo identificar con claridad quiénes son los clientes con los que generarás los mejores resultados. Puedes escucharlo haciendo click aquí.

Ahora que ya tenemos esto claro, pasemos a lo más divertido: las 5 estrategias prácticas que te permiten saber si tu idea de negocio va a funcionar ;)

ESTRATEGIA #1: ENTREVISTAS 1 A 1

Esto se trata simplemente de salir afuera y hacer lo que hacemos todos los días (pero de una manera más estratégica ;)

Una vez que tenemos detectado quién es nuestro cliente ideal y qué características tiene, podemos identificar a personas que cumplen con el perfil muy rápidamente.

Aunque tengas una rutina muy ocupada o ajustada, siempre hablas con otras personas, ¡y lo más probable es que varias de esas personas sean como los clientes a los que quieres llegar!

Si tienes 3 conversaciones por semana con alguien que encaje en tu perfil de cliente, en menos de un mes tendrás muchísima información sobre sus problemas y deseos.

De hecho, la cantidad de información que encontrarás al escuchar su situación estando cara a cara es mucho más valiosa y accionable que si te hubieras encerrado por meses a ver datos estadísticos de la población o estudios sobre tendencias de mercado.

Recuerda: **es importante que, antes de tener estas conversaciones, tengas en claro qué es lo que quieres validar (problema - solución) y cuáles son tus hipótesis.** Así puedes hacer las preguntas correctas y detectar cuándo surge información valiosa.

En cuanto a la forma, para nosotros **lo mejor es tener estas conversaciones a modo de "entrevista" y cara a cara.** Te permite prestar atención no solo a las palabras, sino a los gestos y expresiones corporales que muchas veces dicen más.

Como una alternativa, puedes hacer una encuesta en un formulario (con herramientas como Google Form o Typeform). Si bien la información que obtenemos de las conversaciones es mucho más rica, las encuestas pueden darnos información también cuando no tenemos la oportunidad de pactar una reunión con las personas.

De esta manera y en muy poco tiempo, **puedes confirmar si el problema en el que tu idea se basa existe y si es algo que las personas tengan presente en su día a día.** Esto puede ahorrarte meses de tu vida y mucho dinero.

ESTRATEGIA #2: PRUEBA DE HUMO

Se trata de un experimento para testear el interés de otras personas sobre tu producto o servicio. **Consiste en hacer una publicación vendiendo aquello que queremos ofrecer, sin necesidad de que esté listo o siquiera en proceso de creación.**

La prueba de humo puede consistir en:

- Una publicación en los anuncios clasificados.
- Una publicación en un mercado online, como MercadoLibre, Amazon, OLX, etc.
- Una publicación en redes sociales, sea en tu muro o en grupos.
- Una publicación en un foro.

En todos los casos, lo que hacemos es **armar un anuncio idéntico al anuncio con el que venderíamos un producto/servicio y colocar un llamado a la acción que podamos medir o seguir.**

Cuando alguien nos contacta, simplemente le decimos “en este momento no hay stock/cupos/espacios disponibles, ¿quieres que tome tus datos y te contacto en cuanto haya más?”

Esto nos permite **obtener mucha información**, analizar el interés del público objetivo e incluso evaluar si el perfil de clientes que está interesado en la propuesta coincide con nuestras hipótesis.

La prueba de humo es una opción divertida y que requiere mínima inversión de tiempo y dinero para ponerse en marcha.

ESTRATEGIA #3: LUPA LOCAL Y LUPA MUNDIAL

La estrategia de lupas tiene que ver con **descubrir qué otras personas o negocios están haciendo cosas similares a las que te gustaría hacer**, tanto en el mismo ámbito que tú, como en mercados más avanzados.

Si ya definiste tu idea de negocio y te encuentras en la etapa de validarla, **esta estrategia te aportará información muy relevante** y te permitirá descubrir negocios en los cuales te puedas inspirar.

Lupa local

Se trata de **buscar referentes en el mercado en el que vamos a competir**.

Si hablamos de un producto físico, deberíamos buscar en nuestra ciudad, provincia o país. En cambio, si nuestra idea de negocio se basa en servicios o productos digitales, deberíamos buscar “los mejores blogs en mi idioma” o en la temática que queramos desarrollar.

Estos son algunos puntos a los que prestar atención:

- ¿Hay alguien que está haciendo lo que quiero hacer?
- ¿Cómo lo están haciendo esas personas?
- ¿A qué clientes apuntan?
- ¿Qué tipo de mensaje transmiten?
- ¿Cuáles son sus ofertas concretas?
- ¿Cuáles son sus precios?
- ¿Cuál es la estructura de su negocio?
- ¿Qué sé sobre su historia y trayectoria?

Si encontramos en el mercado negocios (personas) que están haciendo lo mismo de forma exitosa y rentable, **es una buena señal**, ya que quiere decir que hay personas dispuestas a pagar por el tipo de producto o servicio que estamos pensando.

Lupa mundial

Aquí tenemos que buscar en un mercado más avanzado. Por ejemplo:

- Si estás emprendiendo desde una ciudad pequeña en el interior de un país, puedes ver qué se está haciendo en la capital.
- Si estás emprendiendo en la capital de tu país, puedes ver qué se está haciendo en países con mercados más desarrollados.

- Si estás emprendiendo online en español, puedes ver qué se está haciendo online en inglés (que es un mercado más avanzado).

Esto **nos permite detectar qué cosas no hay aún en mi mercado o región** y también aprender sobre las empresas más desarrolladas.

Que algo funcione en un mercado más avanzado es una señal de que es algo que genera interés y eso significa que quizás también genere interés en tu mercado.

Sobre las empresas que encontremos en mercados avanzados, podemos hacer las mismas preguntas que hicimos en la lupa local y así detectar con más claridad las diferencias: ¿hay segmentos de clientes que a nivel local no están atendidos?, ¿tipos de ofertas?, etc.

Gracias a la lupa mundial podemos tomar inspiración de otros negocios y aprender qué cosas ya están funcionando.

ESTRATEGIA #4: APROVECHAR LOS BUSCADORES

Hoy en día, las personas buscamos todo en internet. Sea que vayamos a salir a comer y deseemos elegir un buen lugar, sea que estemos pensando qué tostadora comprar o cuál es el mejor médico para hacer una consulta.

Los buscadores digitales se han convertido en una parte importante de nuestros días y eso significa que las empresas que lo gestionan **acumulan a diario** información clave sobre lo que las personas estamos pensando y buscando.

Parte de toda esa información está disponible de forma gratuita a través de herramientas que nos ofrecen estas empresas y podemos usarla para validar una idea de negocio.

Una herramienta particularmente útil para ello es **“Google Trends”** (<https://trends.google.com/trends/>). En este sitio es posible ver qué términos o temas buscan las personas y cuál es la tendencia de búsqueda de ese término de 2004 en adelante.

Es posible afinar la búsqueda por países, regiones, provincias e incluso ciudades. También es posible refinar por periodo de tiempo.

Con Google Trends es posible:

- **Ver cuánta gente está buscando la temática** con la que tu producto se relaciona, o incluso cuánta gente está buscando servicios similares. También ver si la tendencia de búsqueda sobre eso está subiendo o bajando.
- **Ver en qué lugares dentro de la zona de búsqueda el tema/producto/servicio es más popular.**
- Ver en qué **épocas del año** las búsquedas relacionadas con tu producto o servicio son más populares. Así podemos detectar si nuestro producto se rige por temporadas o se mantiene durante todo el año.
- Ver cómo la **marca de competidores** ha evolucionado a lo largo del tiempo.

Esta es una herramienta que podemos complementar con otras similares, como Google Adwords para ver más detalles de los términos de búsqueda, Facebook Ads para saber más sobre el segmento de nuestro mercado o Google Correlate para ver conexiones entre temáticas.

ESTRATEGIA #5: APROVECHAR LOS MERCADOS ONLINE

Así como los buscadores nos permiten detectar las tendencias del mercado para nuestro producto o servicio, **las grandes tiendas digitales y sitios de reviews de consumidores pueden arrojarnos resultados similares.**

Aquí hay **dos caras** que puedes aprovechar.

En primer lugar, en sitios como Amazon, E-bay o incluso más regionales como Mercado Libre, puedes **encontrar los productos más buscados por los usuarios, así como ver la cantidad de ventas que esos productos tienen.**

Al igual que con los datos de Google Trends, esto te permite ver si hay interés en un producto o servicio y qué resultados está teniendo tu futura competencia.

En segundo lugar, algo excelente de este tipo de plataformas es **poder ver las reseñas, preguntas y comentarios de los clientes.**

Analizándolos, podemos obtener información valiosísima sobre qué lleva a las personas a comprar esos productos, qué problemas encuentran de forma recurrente y así obtener **información en directo y en las palabras exactas de nuestros futuros clientes.**

De la misma forma, hay sitios que no son de compra y venta, pero en los que podemos obtener mucha información sobre qué buscan las personas. **La pregunta que debemos hacernos es en qué espacios hay clientes hablando de productos o servicios como los que estamos pensando.**

Si estamos en la industria del turismo, podemos obtener mucha información de leer reseñas en TripAdvisor. Si queremos trabajar sobre una temática en particular, podemos ver comentarios en canales de Youtube o Blogs sobre esos temas.

NO TIENES POR QUÉ SER PARTE DEL 80%...

Detrás de cada negocio que cierra, hay un emprendedor que invirtió mucho tiempo de su vida y que comprometió recursos personales para esa idea. Ese dueño de negocio probablemente sacrificó momentos importantes con su familia y amigos por ese sueño que no se cumplió.

Empezar un negocio es un proceso emocionante y divertido, pero eso no debe distraernos de tomarnoslo con seriedad y foco.

Ahí entra la validación.

Utilizar estrategias como las que vimos hoy para validar nuestra idea antes de ponerla en marcha **es importante para asegurarnos de que esa emoción que sentimos por nuestro proyecto ahora se mantendrá en el tiempo** y de que veremos resultados de nuestros esfuerzos.

Todos en la Comunidad y el Equipo de Superhábitos estamos aquí para acompañarte en ese camino.

Si tienes preguntas o dudas sobre lo que vimos en esta guía, o si quieres compartir experiencias tras ponerla en acción, ¡nos encantará escucharte!

Puedes escribirnos por Instagram en @Superhabitos o por mail a:
comunidad@superhabitos.com

Hemos invertido muchas horas reuniendo la información, sistematizando y diseñándola.

Lo único que te pedimos es que, por favor, se la reenvíes a un amigo a quien pueda servirle. Mientras más seamos, mayor será el impacto que generamos.

Validar la idea es un paso en la dirección correcta y ahora el camino continúa. En el Kit y en el Podcast encontrarás herramientas adicionales para contactar a tus clientes, presentarles tu producto o servicio y cambiarles su vida :)

¡Nos vemos ahí!

Mati y todo el Equipo de Superhabitos.com



