



PASO NUM1. LA IDEA

1.2 La Ventaja Competitiva

Para empezar, debemos tener claro que el seguimiento de estos pasos será muy útil para nuestra empresa sea cual sea nuestro sector y nuestro tamaño, desde una fábrica hasta una revista, pasando por una peluquería o una empresa de servicios informáticos.

La semana pasada analizamos la idea desde un punto de vista muy básico. Ahora nos centraremos en la ventaja competitiva, aquello en lo que se basa la idea y que hará que nuestro negocio sea diferente a lo que existe en el mercado. Más adelante analizaremos de manera exhaustiva ese punto, el mercado, ahora, sin embargo, lo que debemos tener muy claro es qué nos diferenciará de los demás una vez que comencemos. En este paso del plan

de empresa incluiremos, además, una relación del currículum de los promotores de nuestro proyecto y una clara especificación de cual será su grado de dedicación en el momento en el que la empresa esté creada.

Nuestra ventaja competitiva se puede centrar en infinidad de elementos. Unos elementos que algunos han clasificado en fuentes externas e internas según el lugar en el que busquemos las nuevas oportunidades de negocio.

En cuanto a las fuentes externas, podemos encontrar nuestra ventaja competitiva investigando a nuestros posibles clientes o sus distribuidores, conociendo así sus necesidades y si estas se encuentran realmente bien cubiertas o no. Esta investigación se puede realizar de muy diversas formas, desde encuestas hasta entrevistas personales. También es interesante analizar a nuestra futura competencia y encontrar sus debilidades, o acercarnos a lugares de investigación del mercado, como pueden ser agencias de publicidad, consultores externos de empresa o la propia universidad. En cuanto a las clasificadas como fuentes internas, encontramos las generadas por un interés personal del emprendedor en un campo en concreto o la propia investigación del equipo promotor de la idea, que puede generar un nuevo servicio o producto.