



Capacidades y competencias  
para la vida

Identificación de  
oportunidades de negocio

UNA PROPUESTA DE FORMACIÓN HUMANA  
PARA ENFRENTAR LOS RETOS DE LA VIDA



## FE Y ALEGRÍA COLOMBIA

P. Hernando M. Gálvez Arango S.J.  
Director Nacional

Víctor Murillo Urraca.  
Director Ejecutivo Nacional

Jaime Benjumea Pamplona  
Coordinador General del Proyecto

Fernando Otálora Millán  
Autor

María Fernanda Vinuesa  
Dirección de libro

Marcela Figueroa García  
Diseño Gráfico

Corcas Editores S.A.S.  
Impresión

Módulo de Identificación de  
oportunidades de negocio  
ISBN: 978-958-8365-36-7

Fe y Alegría autoriza la reproducción parcial de los textos que aquí se publican con fines pedagógicos, trabajo sociales y/o comunitarios, siempre y cuando reconozcan créditos a Fe y Alegría sobre los mismos. La reproducción comercial con ánimo de lucro, está prohibida parcial y totalmente, de conformidad con las normas legales vigentes.

© Fe y Alegría Colombia

Carrera 5 No. 34-39  
Teléfono 3209360  
Fax 2458416  
Página web: [www.feyalegria.org/colombia](http://www.feyalegria.org/colombia)  
E-mail: [dimal@feyalegria.org.co](mailto:dimal@feyalegria.org.co)

Primera edición (2009)  
Realizado con el apoyo de Alboan y  
la Diputación Foral de Bizcaia

Impreso en Bogotá, Colombia. Enero 2013.

# Contenido

PRESENTACIÓN .....	6
INSTRUCTIVO METODOLÓGICO .....	11
NUESTRO PUNTO DE PARTIDA .....	15
1. ¿Qué sabemos y cómo lo aplicamos? .....	15
2. ¿Cómo estamos? .....	16
3. Nuestro compromiso con el aprendizaje .....	17
UNIDAD 1. ¿PUEDO CREAR UN NEGOCIO? .....	21
1. Presentación .....	23
2. Conocemos, practicamos y aprendemos .....	23
3. Glosario .....	40
4. Aprendamos más .....	41
UNIDAD 2. ¿CÓMO VEMOS LAS OPORTUNIDADES? .....	43
1. Presentación .....	45
2. Conocemos, practicamos y aprendemos .....	45
3. Glosario .....	63
4. Aprendamos más .....	64
UNIDAD 3. IDENTIFICAMOS NUESTRO NEGOCIO .....	67
1. Presentación .....	69
2. Conocemos, practicamos y aprendemos .....	69
3. Glosario .....	87
4. Aprendamos más .....	88
AUTODIAGNÓSTICO DE SALIDA .....	91

Contenido

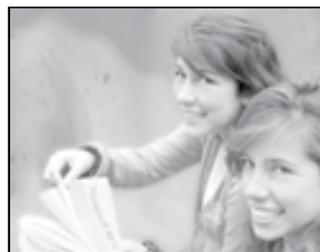
# Unidad tres

**Competencias  
Laborales  
Generales**

Actividad 1/ Pág.71



Actividad 2/ Pág.77



Actividad 3/ Pág.83



**¿CUÁL ES NUESTRO MERCADO?**  
*Cuál es nuestro mercado?*



## Identificación de oportunidades de negocio

### Concepto relacionado

Mercado es el conjunto de factores de una comunidad que afectan positiva o negativamente el desarrollo de un negocio, por ejemplo: los proveedores, los clientes, los competidores, los entes reguladores e incluso otros productos que puedan afectar la decisión de nuestros clientes.

Si queremos ser competitivos en un mundo comercialmente agresivo y cambiante, debemos conocer muy bien el entorno de nuestro negocio e interpretarlo acertadamente. Es necesario disponer de toda la información posible acerca de nuestro mercado.

El mercado “es un arreglo institucional en el cual los individuos muestran su capacidad de iniciativa. Ese es el verdadero punto de contacto entre cómo funciona una economía y cómo se puede organizar un emprendimiento”.<sup>15</sup> Es decir, es lo que permite articular o acercar las necesidades de una población con los propósitos de un empresario.

Una vez se cuente con la idea de negocio clara y el producto identificado, podemos definir un mercado para estudiarlo. Es importante que tengamos en cuenta lo que ya existe en el mercado, si hay un producto igual o similar al de nuestro negocio, pues esto nos ayudará entender y conocer mejor lo que necesitamos para que nuestra idea de negocio sea un éxito.

### Objetivos de la actividad

-  Identificar los productos competidores y las empresas o personas que los fabrican o comercializan.
-  Identificar los clientes potenciales.
-  Identificar nuestros proveedores.
-  Identificar las instituciones reguladoras de dicho mercado.

## Identificación de oportunidades de negocio

### Evidencia de aprendizaje

-  Informe con los resultados relevantes en cuanto a zona de influencia, competidores directos en dicha zona, competidores indirectos y clientes potenciales con su respectiva descripción y características.

### Duración de la actividad

La actividad está diseñada para 120 minutos de trabajo distribuidos de la siguiente manera:

-  60 minutos en la descripción exhaustiva del producto.
-  60 minutos para la elaboración del documento escrito de acuerdo con preguntas.

### Recursos didácticos

-  Informe final de resultados de la actividad anterior
-  Calculadora

### Instrucciones de la actividad

-  A partir de la idea de negocio seleccionada en el ejercicio anterior, describimos de manera exhaustiva y detallada el producto que vamos a producir o comercializar. Para su descripción, observamos productos similares en el colegio o en el barrio y hacemos énfasis en las diferencias o elementos parecidos a los de nuestro producto, observemos ¿cuántos son?, ¿dónde se venden?, ¿quién los compra?
-  Para el producto descrito, respondemos en un documento escrito y de manera breve y clara cada una de las siguientes preguntas:
  - ¿El producto existe en el mercado o es necesario producirlo?
  - ¿En caso de existir en el mercado, qué necesitamos para comercializarlo?

## Identificación de oportunidades de negocio

- ¿En caso de tener que realizarlo, qué necesitamos para producirlo?
- ¿Qué empresas o personas ajenas a nuestro negocio necesitamos para comercializarlo o producirlo? (Debemos tener en cuenta todo el proceso, hasta que nuestro producto está listo para ser vendido, incluyendo materias primas)
- ¿Cuántas personas o empresas venden algo similar o igual en el mismo sector?
- ¿A quién se lo vendemos?
- ¿Cuántas personas o empresas usan un producto similar?
- ¿Cuántas personas o empresas pueden utilizar nuestro producto?, ¿por qué? Éstas se refieren a los clientes potenciales que debemos capturar.

Este ejercicio nos muestra cómo debemos valorar nuestro mercado de una manera más acertada y así lograr conquistarlo con éxito.

### Reflexiones sobre nuestro aprendizaje

Después de este ejercicio, no sólo hemos identificado a nuestros proveedores, competidores y clientes, sino que también tenemos cuantificados a nuestros clientes potenciales y a nuestros competidores, directos e indirectos.

Revisemos:

- ¿Logramos identificar cuántos competidores tenemos?
- ¿Logramos identificar cuántos productos similares existen en el mercado?
- ¿Logramos identificar cuántos clientes podemos tener?
- ¿Identificamos la metodología para conocer nuestro mercado?

Estas preguntas nos ayudarán a identificar la información que logramos conseguir del mercado y nuestra propia comprensión de su importancia en el proceso empresarial. Si no conocemos el mercado, podemos estar equivocados en el enfoque de nuestra idea de negocio.



### 3. Glosario

**IDEA DE NEGOCIO:** es un breve boceto en el que se describe el producto y el funcionamiento del negocio.

**PRODUCTO:** es el resultado de un proceso de creación o transformación a partir de materias primas.

**SERVICIO:** es un conjunto de actividades que permiten satisfacer una necesidad.

**MERCADO:** es el conjunto de factores de una comunidad que afectan positiva o negativamente el desarrollo de un negocio como proveedores, competidores, entes reguladores u otros productos que afectan la decisión de los clientes.

## Glosario