

¿Cómo descubrir oportunidades de negocios?

La búsqueda sistemática de oportunidades de negocios, a la que toda empresa debe dedicar esfuerzos de manera constante, supone enfrentar un proceso de selección entre distintas alternativas.



Por Nicolás Castiglione de Axial S.A.
Diseñador (UBA), Especialista en
Gestión Estratégica de Diseño.

car la manera de incorporarlas cuando aparezcan pero tenemos que vivir del esfuerzo, porque esa es la realidad. Ideas ocurrirán cada tanto, ahora como nadie puede asegurar que se nos ocurra una por mes, conviene encontrar una manera ordenada de innovar mediante un proceso laborioso.

Los grandes inventos fueron producto de talentos, pero los inventores no siempre obtuvieron el rédito por su descubrimiento, y muchos no supieron adecuar el hallazgo original a los nuevos tiempos. El desarrollo de un perfil de capacidad de la empresa con vistas a un determinado negocio, es uno de los pasos más importantes en el proceso de selección estratégica de oportunidades. Este proceso, debe incorporarse a la empresa, de manera de generar ambientes de trabajo orientados a la creatividad y la innovación sostenibles en el tiempo.

King Camp Gillette elaboró un instrumento para afeitar más seguro que la navaja a principios del siglo XX, pero Gillette como empresa supo adaptar el producto a través de los años y esa innovación sistemática proveniente del departamento de investigación y desarrollo de producto, sostiene el liderazgo de la empresa

Productos innovadores

Idear algo nuevo es un constante anhelo de toda compañía, para ello se necesita un alto grado de inventiva y originalidad, también es positivo innovar

Oportunidades de nuevos negocios pueden surgir inesperadamente como hechos fortuitos en el camino de la gestión de la empresa o provenir de la inspiración o intuición personal. Estas oportunidades hay que aprovecharlas, pero deben someterse al mismo proceso de análisis junto con las oportunidades que surgen mediante un proceso racional.

Si queremos prolongar la vida de la empresa no podemos depender de las genialidades. Debemos bus-

sobre productos ya existentes, u otorgarles diferentes usos que el propósito que lo originó. El motor a combustión reemplazó al motor a vapor, la fotocopidora al mimeógrafo, la computadora, a la calculadora, la máquina de escribir, el tablero de dibujo, el fax, etc. solo por mencionar los usos más populares.

Regularmente las empresas no ven la innovación como una tarea funcional, sino más bien con el carácter de una actividad sistémica e intencionada, no solo se innovan productos, se renuevan clientes, métodos, planteles, etc. La empresa evoluciona constantemente, hasta alcanzar niveles de inteligencia suficiente para convertir las necesidades del cliente en oportunidades de actividad rentable, por medio de equipos integrales de profesionales, que en forma coordinada investiguen, planifiquen y diseñen; gente dotada de imaginación y visión de futuro, dueños de conocimientos específicos y alentados por el afán de capacitación personal y actualización permanente.

El producto innovador, genera demanda en crecimiento por sustitución porque cambia la forma en que se satisface una necesidad. Por lo cual un producto que estaba estabilizado, vuelve a moverse en el mercado. Por ejemplo, la TV digital por medio del monitor de la computadora, va a generar una demanda en crecimiento por sustitución que suplantarán al viejo televisor con el transcurso del tiempo.

Un ejemplo vale mil palabras

- Hacia fines de 1950, la industria de alfombras en EE.UU. tenía una caída irrefrenable, sus productos iban destinados al propietario de un hogar y a la familia que compra su primera vivienda. Luego en el curso de pocos años, la industria revirtió la tendencia, logrando que este producto fuese rentable para las empresas constructoras de edificios. La alfombra fue incorporada al hogar en el momento de ser cons-



Muestra de letreros routeados con el estilo utilizado en la región cordillerana de la Patagonia.

truido como revestimiento de pared a pared. Hasta ese momento el constructor debía preparar pisos costosos y perfectamente acabados, la alfombra de pared a pared le permitió mejorar sus costos de construcción.

- Los fabricantes de computadoras no obtuvieron el éxito vendiendo su producto solo a profesionales especializados en cálculo, el verdadero logro comercial llegó cuando la computadora tuvo versatilidad para ser empleada masivamente en casi todas las ocupaciones y utilizada también para el entretenimiento y la distracción.

- Entre las grandes conquistas que permitieron alcanzar el apogeo a la empresa electrónica Sony de Japón, se encuentra: el exitoso lanzamiento de la radio portátil a transistores, en un momento que los jóvenes llevaban a los picnics, excursiones campestres y otros paseos, radios alimentadas por baterías o fonógrafos con muchos kilos de peso. Otra innovación trascendente de esta empresa, fue el popular y revolucionario "Walkman", inspirado en la intuición personal de su recordado presidente Agio Morita.

- Uno de los más reconocidos teóricos del marketing, Philip Kotler, cuenta que la automotriz Toyota le ofreció a préstamo un modelo Lexus para experimentarlo. Primeramente él se negó, porque no tenía interés en cambiar su actual automóvil; pero la insistencia de Toyota convencieron a Kotler de llevarlo a



AXYZ
AUTOMATION INC.

Routers nuevos y **USADOS**.

iluminación
inteligente

Controla el funcionamiento
de backlights por **INTERNET**.



AXIAL
Sociedad Anónima

www.axial.com.ar

Mercado del
USADO

Publique **GRATIS** sus
ofertas y demandas.



Cuchillas

Para todas las marcas de
PLOTTERS - CUTTERS.

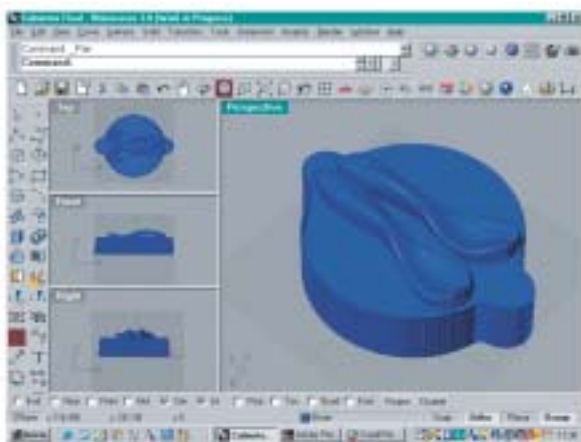
CNC Routers • Plotters - Cutters • Engravers • Cuchillas para Plotters • Control Inteligente para el monitoreo de letreros • Sistema de grabado de materiales por arenado • Sistema de producción de letras de canal • Sistema de grabado y corte por láser • Máquinas copadoras de formas • Software para diseño y procesamiento industrial







Maipú 359, 3º "42" C1006ACA - Ciudad de Buenos Aires - Tel/Fax: 54 (011) 4325-7880 / 4325-9295, e-mail: maquinarias@axial.com.ar



Se observa primero el diseño digitalizado en un software 3D CAD CAM, en segundo lugar el mecanizado en un router de 3 ejes y por último el producto terminado.

él y su familia en un trayecto hasta su casa, allí fue donde la familia de Kotler se embelesó con el auto y él tuvo que comprarlo.

Oportunidades de negocios descubiertas por algunos usuarios de Routers en Argentina

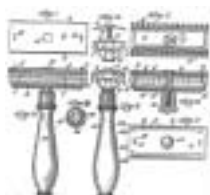
- La empresa Maderex adquirió un router en 1998. Detectaron una oportunidad para proveer aletas de madera a una empresa fabricante de ventiladores de techo. Hasta ese momento dicha parte se fabricaba por medio de un procedimiento que no garantizaba que todas las unidades fueran exactamente iguales, factor que desestabilizaba al ventilador en el momento de su funcionamiento. La ventaja diferencial del producto de Maderex fue fabricar unidades a partir de un diseño digital y mecanizarlas con el router, innovación que derivó en suministrar palas exactamente iguales, solucionándole el problema al fabricante de ventiladores.
- Punto Cero se inició como una empresa fabricante de exhibidores. Cuando necesitaba productos routeados los tercerizaba, hasta que el gran volumen de trabajo le exigió aprovisionarse de un router propio. La inversión le permitió diversificar su servicio, incorporando productos de señalización y mobiliario. Sin embargo, la real diferenciación de esta empresa, esta dada por aplicar en su manufactura, la característica de mecanizado 3D que todos los routers tienen incorporada, diseñando trabajos en software CAD-

CAM, para proveer matrices y moldes.

- Básico comenzó sus actividades empresariales como proveedor de diseño gráfico a empresas de serigrafía. Sus directores estaban ansiosos por crecer comercialmente, mientras analizaban sus posibilidades de inversión para nuevo equipamiento. Durante una visita a Exposign, vieron funcionar un router. Decidieron que dicha máquina encuadraba dentro de su proyecto de evolución. Hoy Básico se extendió hacia la producción de mobiliario, exportando toda su manufactura a México.

- Laberinto es una empresa de El Calafate, Provincia de Santa Cruz, se inicia comercialmente plotteando letreros en vinilo y diseño serigráfico. Sus directivos habían detectado que el mayor consumo de letreros en esa región cordillerana, estaba representado por la elaboración artesanal y el tallado en madera. Tomaron la decisión de equiparse con un router y comenzaron a industrializar el mercado de grabados en madera. El valor diferencial de sus trabajos se distingue mediante acabados más precisos y mayor velocidad en el cumplimiento de las entregas con respecto al proceso artesanal. Laberinto logró una posición de liderazgo en la región, complementando su actividad con el diseño de marquesinas y otros proyectos a partir de la madera.

Una organización ágil siempre está preparada para localizar oportunidades de negocios, conoce que todo depende de un ciclo de vida, los productos, los clientes, los métodos de trabajo, las alianzas estratégicas, etc., pero el conocimiento de mercado debe articularse con la capacidad operativa de fábrica, cuanto mejor equipada esté la planta industrial, y cuanto más versátil es cada una de sus máquinas independientemente, más posibilidades de proveer nuevos productos tendrá. Descubrir una oportunidad de negocio siempre es difícil, pero una vez localizada, obliga a responder fehacientemente con personal capacitado y versatilidad industrial. ■



Detalle del diseño patentado en 1904 por King C. Gillette, para fabricar la primera afeitadora.

Las marcas mencionadas en esta nota son registradas por sus titulares.

Fe de erratas

En la nota **¿Cómo obtener un costo razonable para poder vender a un precio justo?** publicada en la Revista Letreros número 67 de página 22 a 25, en la segunda columna de la página 24 a continuación de:

Indudablemente la madera ha sido siempre uno de los materiales más económicos entre los utilizados para routear. Los Productores Forestales admiten naturalmente, que sus precios debieron acomodarse después de la devaluación, aunque de ningún modo, llegaron a registrar los fuertes incrementos alcanzados por los productos importados.

Debió publicarse el siguiente texto:

La información expresada se puede cruzar con otro dato significativo, si contemplamos que en el período de crisis 2001-2002 no existía oferta de venta de **routers usados**. Por el contrario, la oferta de venta de **plotters usados** (tanto para corte de vinilo, como para impresión), creció considerablemente en el mismo período, debido mayoritariamente, a que los plotters dependen en especial de insumos importados para sustentar óptimos resultados de producción, factor que impidió a muchas compañías sostener los precios al público durante el contexto económico reinante.


En lugar del erróneamente publicado:

Indudablemente la madera ha sido siempre uno de los materiales más económicos entre los utilizados para routear. Los Productores Forestales admiten naturalmente, que sus precios debieron acomodarse después de la devaluación, aunque de ningún modo, llegaron a registrar los fuertes incrementos alcanzados por los productos importados.

Hablando de equipos: la permanencia del router


De la información expresada se deduce un análisis que se puede cruzar con otro dato significativo que es: si contemplamos que en el período de crisis 2001-2002 no existía oferta de venta de **routers usados** obtendremos como conclusión que, por el contrario, la oferta de venta de **plotters usados** (tanto para corte de vinilo, como para impresión), creció considerablemente en el mismo período. Ello se debe a que en una gran mayoría los plotters dependen de manera especial de insumos importados para sustentar óptimos resultados de producción, factor desencadenante que impidió a muchas compañías sostener los precios al público durante el contexto económico reinante.


La siguiente aclaración se realiza a pedido del autor de la citada nota.







PLOTTER DE IMPRESION DE TINTAS A BASE SOLVENTE


Velocidad, calidad y versatilidad a bajo costo con alta rentabilidad


Tecnología: 



Representantes Oficiales en **ARGENTINA**

-  **Servicio Técnico Oficial**
-  **Servicio en 1 hora**
(en Córdoba Capital)
-  **Servicio NEVER STOP**
(único en Argentina)
-  **Consulta Telefónica Inmediata 12 hs. x día**

Garantía del equipo


Comercializa:

Imprima
plotters solventes

Imprima para exteriores en todos los sustratos hasta 1,80 y 2,50 mts. de ancho
Italia 2451 - B° Villa Cabrera - Cba. Cap. • Tel.: (0351) 4118877 - 154034334/35
e-mail: imprima@uolsinectis.com.ar

Compruebe su funcionamiento y calidad; con el servicio de impresión al rubro que brinda nuestra máquina demo