

Gestión de las oportunidades de negocios

Management of the business opportunities

Arturo Pazos Díaz*
Universidad de San Martín de Porres

Fecha de recepción: 28/09/09

Fecha de aceptación: 12/10/09

RESUMEN

La En la época actual estamos viviendo una serie de cambios que son beneficiosos para unos y perjudiciales para otros, estos aspectos son fruto del desarrollo de la ciencia y de la tecnología, así como de los nuevos modelos de desarrollo que se presentan en el planeta como es el caso de la globalización ente otros aspectos, esta coyuntura tiene que ser aprovechado por los países como por las organizaciones empresariales para lograr su desarrollo de lo contrario ingresarían en una situación de desventaja frente a otras realidades.

Algunos países del Asia Oriental aprovecharon la oportunidad de impulsar su desarrollo empresarial logrando que grandes empresas de países desarrollados como de Gran Bretaña, Francia, Alemania, Japón, Bélgica y los Estados Unidos entre otros efectúen inversiones en los diferentes campos de la economía, para ello les ofrecieron una mano de obra barata y un gran mercado de consumo lo que incentivo a los inversionistas a aprovechar la oportunidad que les brindaron en esos momentos; como podemos notar en esta época esos países del Asia Oriental productores de bienes y servicios ahora abastecen al mundo determinando que algunas grandes empresas estén en crisis y otras quiebren por cuanto los precios de los productos que ofrecen son muy bajos comparativamente con los otros, en el caso de nuestro país ocurrió un aspecto crucial con los comerciantes y productores de Gamarra debido a que ingresaron productos de origen Chino a precios muy por debajo de los que ellos ofrecían, lamentablemente la mayoría de nuestros consumidores fijan la compra por el precio y no por la calidad en tal razón sucedió situaciones muy desventajosas para los comerciantes, ante esta coyuntura y producto de la protesta de ellos, el gobierno tomo ciertas previsiones como incrementar

el impuesto a los productos importados especialmente provenientes de la China y que competían con los productos de Gamarra de esa manera se pudo controlar en parte la situación caótica que afrontaron nuestros empresarios.

Palabras Claves: *Globalización, Oportunidad, Desarrollo empresarial.*

ABSTRACT

Nowadays we are living a series of changes which are beneficial to a group of people and detrimental to others. These aspects are the results of scientific and technological advances as well as the new models of development which appear in the planet as it is the case of globalization among other aspects. Countries and Organizations must take advantage of this situation in order to get their development; otherwise they would be in a disadvantage position against others.

Some countries of Eastern Asia took this opportunity to boot their business development giving big companies from developed countries like Great Britain, France, Germany, Japan, Belgium and the United States amongst others. The chance to carry out investments in different economy fields in exchange of cheap manpower and a big market of consumption which fostered investors to take advantage of the opportunity given in that time.

As we see, these days, those countries from Eastern Asia which produce goods and services now supply the world. As a consequence, some big enterprises are experiencing a serious crisis and others are going bankrupt due to the low prices they offer which are very competitive. In the case of our country a crucial aspect happened with traders and producers in Gamarra because products of Chinese origin entered the market to prices below the ones they offered. Unfortunately, most of our consumers have a price-oriented purchase rather than worrying about quality this lead to some disadvantageous situations for the traders.

Against this situation and as a result of a protest from their side, the Government took some precaution and increased taxes to imported products, particularly the ones coming from China, which were competing against the ones from Gamarra. In this way, the Government was able to manage the chaotic situation which our businessman faced.

Key words: *Globalisation, opportunity, business development.*

I. INTRODUCCION

Uno de los factores que determina el desarrollo socio económico de un país, son las inversiones que se puedan efectuar en los diferentes campos económicos y sociales, en el primer aspecto se podría mencionar entre otros, a las inversiones en la agricultura, ganadería, pesquería, minería, industria, servicios, etc en el campo social, en educación, salud, vivienda, etc. Para efectuar estas inversiones es necesario desarrollar estudios de proyectos de inversión a diferentes niveles a fin de demostrar su factibilidad es decir que sea rentable para el inversionista o que logre beneficios sociales si fueran proyectos que el estado programe durante un periodo determinado.

Un proyecto de inversión implica desarrollarlo en varias etapas considerando a los siguientes: **formulación, ejecución y operación o puesta en marcha**. La primera etapa considera la formulación de los estudios a diferentes niveles tales como el preliminar, prefactibilidad y factibilidad, en cada uno de ellos se tiene que demostrar la viabilidad del proyecto y en el último nivel la rentabilidad económica, financiera y social. La ejecución del proyecto consiste en el desarrollo de las obras civiles instalación y montaje de maquinarias y equipos y todo lo referente a la implementación de los bienes de capital. La operación es la etapa de la puesta en marcha del proyecto y empieza el funcionamiento de la actividad productiva de bienes o de servicios para ser ofertado al mercado de consumo.

Cuando una actividad productiva esta en funcionamiento se tiene que recurrir a ciertas especialidades o técnicas para impulsar su desarrollo, aplicando así mismo los elementos fundamentales de la administración como la planeación, organización, ejecución y el control, además de las diferentes corrientes administrativas que se están implementando fruto de los novedosas creaciones aplicados en la **gestión empresarial** de las organizaciones productivas. Estos aspectos son aplicables a una realidad que son el producto de estudios, experiencias, investigación y otros criterios racionales que puede originar el desarrollo sostenido de una empresa, es indudable que también se cuenta con factores no controlables que podría influir en la gestión empresarial en forma negativa o positiva, el primer aspecto se puede relacionar con una situación de declive, pérdida o fracaso empresarial el segundo aspecto como un desarrollo, producto de la **gestión de las oportunidades** es decir desarrollar las diligencias conducentes al logro del negocio y que se presentan en el momento menos pensado, que pueden ser, **fortuitas, creativas o basados en los cambios**, estos criterios no son estudiados se presentan en un determinado momento del que se debe aprovechar para aplicarlo, de lo contrario para que se presenten en otra oportunidad será muy difícil o imposible y podría ser probable que alguna persona natural o jurídica aproveche en beneficio propio la oportunidad presentada, es por ello la importancia que se debe considerar a este aspecto con la convicción, la confianza y la certeza que se lograra un beneficio y no un fracaso.

II. GESTIÓN DE LAS OPORTUNIDADES FORTUITAS DE NEGOCIOS

En nuestra vida cotidiana en ocasiones se presentan oportunidades que se puede calificar como una coyuntura que sucede en ciertas circunstancias en forma conveniente en un tiempo y lugar determinado

y que sucede inopinada y casualmente sin prevención ni premeditación, algunos lo pueden calificar como **suerte** o simplemente como una **oportunidad** que se presenta, esta situación implica la importancia de gestionar la oportunidad mediante la decisión de aprovecharla para lograr lo deseado o aquello que ni siquiera ha pensado pero que algo lo conduce a lograr un negocio que no estaba en sus planes y que por la ocasión que se presenta suelen otorgarles satisfacciones económicas a las personas que aprovecharon la coyuntura del momento y que se convierten en exitosos negociantes.

2.1. Oportunidades Casuales

La situación casual esta determinado por la combinación de circunstancias que no se pueden prevenir ni evitar se presenta de un momento a otro sin una previa anticipación podemos manifestar que hay personas que están en el lugar y en el momento correcto y oportuno, las personas afortunadas pueden apreciar las oportunidades casuales porque están seguros y concentrados en lograr algo que ellos esperan en un momento casual y futuro y que les traerá satisfacciones de diferentes aspectos que podrían ser de carácter personal, profesional, empresarial, etc. Es importante comentar un hecho que ocurrió hace muchos años, en la década de los 80 cuando el terrorismo azotaba a la población peruana, era un momento de desesperación social, había una persona que trabajaba en un micro bus pequeño y alquilado cuya ruta era de la Plaza Unión en Lima hasta Puente Piedra, en una mañana que pasaba por la ruta a la altura de Puente Piedra estaba vacío su unidad cuando sintió un estruendo sumamente aterrador, había explotado una fabrica de mechas y de dinamita, le manifestaron que se acerque al lugar del accidente para socorrer a las personas heridas y fue así, el Jefe de Personal de la fabrica mencionada al mes siguiente lo llamo para que traslade al personal de la fabrica tanto en el ingreso como en la salida, pero el le manifestó que no tenia unidades y el que tenia era alquilado, el dueño de la fabrica en compensación de su servicio le presto dinero, primero para comprar un ómnibus, luego otro y así creo y desarrollo una gran empresa de transportes y que actualmente realiza diversos servicios que le ofrecen grandes dividendos, esto se debe a la **casualidad** que el transitaba en ese preciso momento del accidente, si hubiese estado en otro lugar probablemente otro seria la situación actual de esa persona. Otro caso que seria materia de comentar es que un joven peruano que emigro hace muchos años del Peru, trabajaba en las noches en un Centro Comercial en los Estados Unidos en el

estado de New York, se desempeñaba como recogedor de ropas que las personas dejaban mal acomodado después de probarse los vestidos. El administrador era un Colombiano de **casualidad** le pregunto al joven peruano de la calidad de los jeans que se confeccionan en el Peru y que deseaba una muestra de cinco pantalones, luego le solicito diez mas y posteriormente el administrador le manifestó el porque no formar una empresa importadora del jeans, hoy día es un gran empresario en New York que vende jeans de origen peruano a las principales tiendas de ese gran país del norte.

2.2. Oportunidades Intuitivas

La coyuntura o conveniencia que aparece circunstancialmente permite considerar a la percepción íntima o instantánea del individuo de una idea o verdad propia que aparece como evidente tal como si lo tuviese a la vista escuchando a su interior intuitivamente que le permite adoptar decisiones afortunadas, es un aspecto subjetivo o que se puede llamar como una corazonada o un talan interno que hace a la circunstancia como una oportunidad para lograr lo esperado por ejemplo algunos empresarios tenían en los bancos dinero en dólares para afrontar sus deudas o transacciones comerciales en razón de que consideraban la estabilidad del dólar americano, pero al notar que la situación económica del país mas poderoso del mundo comenzada a sentirse la crisis y como consecuencia de ello el valor de la moneda norteamericana perdía su valor el mismo que llego al cambio de un dólar de 3.5 soles hasta 2.75 soles, entonces antes que empiece a decaer inmediatamente los que **intuían** esa perdida del valor del dólar, empezaron a cambiar los dólares por moneda nacional lo cual soportaron la situación caótica que atravesaron otras organizaciones empresariales que solamente trabajaron con la moneda extranjera es decir el dólar americano.

2.3. Oportunidades Proféticas

Esta concepción esta orientado a establecer una relación entre el aspecto de la oportunidad con el juicio o conjetura que se forma de algo que podría ocurrir basado en las señales que se observan en su forma, así como en los anuncios o predicciones de las ocurrencias futuras en virtud del don que lo identifica y en las expectativas positivas que acompañan en las decisiones que se tomaran, un aspecto de suma importancia que se debe considerar es la fuerte creencia y la sensacional habilidad para idealizar una

visión futura aplicando y utilizando los medios que se estimen necesarios para lograrlo considerando como una oportunidad real y profética a la vez, esta virtud que suelen tener algunas personas que son empresarios o negociantes y que aprovechan de ello para efectuar inversiones o acciones en determinados negocios obteniendo grandes dividendos por el solo hecho de tener la certeza que ganaran con esa decisión que tomaron en forma **profética** es el caso de personas que invierten en la Bolsa de Valores comprando y vendiendo acciones en algunos casos, aduciendo la caída o el reflote de dichas acciones empresariales.

2.4. Oportunidades Controladas

Es necesario señalar que en ciertas ocasiones las circunstancias que pueden ocurrir en un determinado tiempo y lugar es posible controlarlo mediante la comprobación, fiscalización o intervención preventiva que permitiría adelantar acciones que respalden o superen situaciones o ocurrencias futuras, dentro de este marco se puede considerar a la adaptación de actitudes de recuperación que pueden hacer la transformación que permitan alcanzar lo bueno despejando lo malo, es importante señalar algo que tiene que ver la perspectiva, con lo que se puede afrontar en situaciones desafortunadas que se presentan en la vida cotidiana, con la capacidad de imaginar lo que habría podido suceder en lugar de lo que paso en realidad, este aspecto determina que las acciones que se desarrollan por parte de las personas pueden desarrollarse dentro de un marco **controlado** determinado por ejemplo el Banco Central de Reserva cuando la demanda del dólar crece por escasez del dólar en el mercado cambiario, es indudable que el precio de la moneda extranjera se incrementa, es en ese momento que el BCR sale a vender a un precio mas bajo estabilizando la subida, en el caso contrario cuando en el mercado se cuenta con demasiada moneda extranjera entonces baja su precio lo que perjudica a los exportadores en tal razón el BCR sale a comprar el dólar para provocar una aparente escasez, es así como controla el BCR el valor del dólar en el mercado cambiario tratando de estabilizar su precio, es en esos momento de **control** de la moneda extranjera cuando los inversionistas deben aprovechar dependiendo de los negocios que trabaja es decir si efectúa sus transacciones con moneda nacional o extranjera, si realiza importaciones, exportaciones o se desempeña en el mercado nacional.

III. GESTION DE LAS OPORTUNIDADES CREATIVAS DE NEGOCIOS

En el comportamiento evolutivo de nuestras vidas se presentan circunstancias que se debe aprovechar mediante la gestión de la capacidad inventiva que se posee para crear algo novedoso, hacerlo nacer y darle la vida en sentido figurativo, creando de esta manera algo tangible o intangible que sirva como elemento fundamental para desarrollar algo con características propias distinto a los del entorno que los rodea.

3.1. Oportunidades Inventivas

Esta determinado por la situación circunstancial que ocurre en un determinado momento considerando la disposición para hallar algo novedoso o no conocido permitiendo ofrecerlo en algún mercado de consumo que considera importante previo estudio de aceptación, este aspecto se plantea cuando se considera haber encontrado una necesidad de los consumidores en un momento determinado entonces es hora de ofrecer algo que se le ocurrió al empresario o productor y lanzarlo al mercado como consecuencia de una idea **inventiva** frente a una necesidad de los consumidores por ejemplo a los niños varoncitos les encanta los carros de juguete en alguna oportunidad salieron carros a control remoto y lo manejaban deslizándose por el piso sin embargo ahora también se cuentan con los mismos carros a control remoto pero que no solo se desplazan por el piso sino por las paredes y por el techo de la sala siendo una nueva **inventiva** que algunos industriales han creado para un mercado selecto de niños, otro caso por ejemplo es la muñeca Barbie que inicialmente se ofrecía como una jovencita con diferentes vestidos y colores luego le adicionaron con su juego de muebles, cocina, casa, piscina y otros, luego lo están presentando con su novio Ken, ahora ya esta casada, presentándola embarazada y posteriormente con su hijito y con su hogar formado, la misma muñeca ha evolucionado conjuntamente con las modificaciones tecnológicas.

3.2. Oportunidades con Ofrecimiento Adicional

Hace algunos años el jabón Bolívar tenía su presencia importante en el mercado de consumo por las amas de casa por cuanto el producto además de ser conocido cumplía con las expectativas de las consumidores, posteriormente apareció en el mercado el jabón Marsella cuya presentación fue mas voluminosa causando una disminución alarmante en las ventas del jabón Bolívar, frente a este acontecimiento los directivos de la empresa que producía

el jabón Bolívar optaron por incrementar el volumen de ventas para lo cual decidieron considerar un **ofrecimiento adicional** al producto, agregándole un color verde acompañado de una fragancia que le permitió recuperar a su clientela que estaba siendo captada por la empresa competidora, este aspecto permite demostrar que es necesario ofrecer al producto principal un aspecto **adicional** que puede ser mas atractivo por el cliente, otro ejemplo que podría complementar lo señalado es el caso de los chocolates Donofrio que le adicionan al producto algunas figuritas o muñequitos que representan expectativas del momento y que hace atractivo a los clientes especialmente a los coleccionistas que son los niños o personas que se dedican a este hobby adquiriendo el producto mas por el **ofrecimiento adicional** que por el chocolate, otro caso es el de los champús uno de ellos es para lavar el cabello y otro es para enjuagarlo como reacondicionador, ofreciéndose cada uno de ellos en forma aislada sin embargo se ha desarrollado un producto que contiene los dos es decir contiene el champú y el reacondicionador.

3.3. Oportunidades en la Deficiencia de la Competencia

Los productos cuando están en el mercado de consumo permaneciendo por un tiempo significativo a pesar de tener un mercado establecido es necesario la innovación permanente en lo que se refiere a sus características sin perder la esencia o la finalidad del mismo de lo contrario podría sufrir un desplazamiento por la competencia cuyas cualidades y bondades puedes ser mas atractivas. Así mismo algunos productos tienen limitaciones en cuanto a la satisfacción de las necesidades de los consumidores en tal razón se aprovechan de esas **deficiencias de la competencia**, para cubrir esos vacíos y ofrecer un producto cuyas cualidades o características permitan cubrir esas limitaciones por ejemplo las empresas de bebidas gaseosa tradicionales ofrecías sus productos en diferentes tamaños en envases de vidrio como la personal, chica, mediana y de litro a un precio que su consumo estaba orientado principalmente a las personas de nivel medio frente a esta situación salieron empresas de bebidas gaseosas que ofrecían las presentaciones indicadas anteriormente además otros de litro y medio, dos litros y de tres litros en envases de plástico y a un menor precio que fue aceptado por la población de bajos recursos económicos como es el caso de la empresa Kola Real entre otras lo que origino un desplazamiento de la demanda de los gaseosas tradicionales, lo que obligo también a ofrecer sus productos en mayor volumen en envases de plástico bajando su precio, pero perdieron gran parte de su mercado de consumo y la empresa naciente logro captar parte del mercado nacional e inclusive se expandió a otros países de Latinoamérica.

3.4. Oportunidades en la Ausencia de Nuevos Bienes o Servicios

En la vida cotidiana de las personas así como de las organizaciones empresariales las necesidades son variadas dependiendo básicamente de los factores que determinan sus requerimientos, estas necesidades en ocasiones no se pueden satisfacer por falta de los elementos que permitan cubrirlas, lo que presupone que es necesario primeramente identificarlo para luego determinar como se puede ofrecer esos productos o servicios que no se encuentran en el mercado y que se podría conseguir o producir para ofrecerlo al consumidor como **nuevos bienes o servicios** que permitan satisfacer las necesidades de los consumidores por ejemplo anteriormente cuando uno viaja a determinados lugares por vacaciones, diversión o negocios se hospedaba en un hotel donde solo se ofreció una cama y el baño, ahora además de ello se ofrecen, radio, Tv con cable, teléfono de larga distancia, Internet con cámara web, es decir para comunicarse en el momento oportuno viendo a su interlocutor con quien uno desea conversar y en el sitio donde se encuentre, acortándose la distancia de las comunicaciones y logrando desarrollar sus actividades sin necesidad de encontrarse presente en el lugar de su residencia o trabajo.

3.5. Oportunidades en la Deserción de Empleos

La situación socio económica de los pueblos determina tomar decisiones en algunos casos muy drásticas por parte de las organizaciones publicas o privadas, con el despido de trabajadores o por el bajo reconocimiento salarial, que en la mayoría de los casos son personas preparadas o profesionales que tienen un conocimiento muy respetado sobre determinados aspectos de la organización **ocasionando la deserción de los empleados** lo que algunas empresas aprovechan de esas circunstancias para contratarlos y obtener todo su conocimiento y aplicarlo en beneficio propio, es indudable que el especto ético juega un papel importante y relevante en estas situaciones por cuanto el trabajador fue preparado en otras organizaciones para aplicar sus conocimientos en ella pero que lamentablemente no supieron mantenerlo por la coyuntura social y económica que afecto a su antigua ocupación por lo cual se ve forzado a conseguir otro empleo donde aprovechan de la situación para obtener sus conocimientos que permitirá lograr una mejor posición frente a la competencia debido a que puede conocer las posibles deficiencias por información de los trabajadores que son contratados recientemente por encontrarse desocupados o despedidos, estos casos se presentan frecuentemente lo que las empresas aprovechan para captarlos o se

reúnen un grupo de despedidos y forman una empresa de producción o de servicios, otro caso es cuando algunos trabajadores son especialistas en la materia de sus trabajos pero que no son reconocidos económicamente, es en esa oportunidad cuando algunos empresarios aprovechan para contratarlo pagándoles una mayor cantidad de dinero por sus servicios y que no solo es por ello sino por sus conocimientos y por los secretos tecnológicos que tiene la empresa competidora y cuyo propósito es superar su calidad y su precio, con el fin de desplazarlo del mercado.

3.6. Oportunidades de Aplicación de Productos de Otros Mercados

Es indudable que los productos que se fabrican en un determinado lugar esta de acuerdo con ciertos requerimientos del consumidor así como de otros aspectos que contribuyen a la demanda como son el precio, la calidad entre otros aspectos un caso típico que sucede en nuestro medio son los productos fabricados en la China, que están inundando el mercado nacional por su variedad y su precio fundamentalmente ocasionando problemas a la industria nacional especialmente a los productores de Gamarra, a pesar que los productos nacionales son mejores en calidad que los productos chinos sus precios con que se ofrecen son bajos, siendo aceptados por el consumidor nacional, estos productos foráneos son consumidos en **otros mercados** donde la costumbre es usar y botar sin embargo los importadores nacionales se aprovechan de la situación de los precios bajos para realizar la operación de importación y colocar los productos Chinos en el país por que saben que la mayoría del consumidor nacional no se fija en la calidad sino en el precio, este mismo criterio es aplicable para otros productos extranjeros cuyo mercado como el nuestro no es conciente en defender a la industria nacional como lo realizan los consumidores de otros paises.

3.7. Oportunidades de Combinar Productos o Componentes

Algunas de las características de los productos en el mercado de consumo es que son estacionarios en tal razón mantienen un nivel de vigencia en ventas por un determinado tiempo y luego decaen, es en esos momentos que aprovechan la oportunidad para **combinar** con otros productos que pueden ser complementarios para ofertarlos en forma conjunta, por ejemplo el caso de la gaseosa Coca Cola, que tiene una gran demanda en los meses de verano pero en invierno decae su consumo, ante esta situación los directivos de la gaseosa mencionada coordinan con la empresa que produce el Ron Cartavio para desarrollar

una propaganda de «Carambola» que es Ron Cartavio con Coca Cola los cuales los venden juntos en paquete con un vaso de oferta para el consumo de la Coca Cola lo que determina un mayor consumo de dicha bebida cuyo consumo esta en caída logrando nivelar en algo las ventas durante los meses de invierno, otro caso podría ser el ofrecimiento de jabones de tocador acompañándolo con champú o reacondicionador los cuales pertenece a otra empresa sin embargo se reúnen para vender un producto compuesto y de esta manera desarrollar una sola promoción que beneficia económicamente a ambas empresas, otro caso es el de arroz **Costeño** que se ofrece en bolsas de un kilo y en su interior se cuenta con un cubito de caldos **Maggie** que es un satirizante de las comidas, es decir ambas empresas están realizando un ofrecimiento de dos productos en uno, que una forma de ofrecer adicionalmente sus productos.

3.8. Oportunidades para Satisfacer Necesidades Identificadas

Según la jerarquía de necesidades de Abraham Maslow esta determinada en cinco, necesidades: fisiológicas, de seguridad y protección, de afiliación y afecto de estima y de auto realización o auto actualización. Las personas se agrupan teniendo en consideración diferentes aspectos que pueden ser de carácter religioso, político, regional, idioma, ubicación, sexo edad y en fin habría una gran cantidad de factores que los identifican. Analizada las necesidades y los aspectos que identifican a las agrupaciones, es posible determinar que bienes o servicios están en capacidad de consumir para lo cual será necesario **identificar sus necesidades** para ofrecerles determinados productos que necesitan consumir por ejemplo en campañas políticas para identificar a sus partidarios o cuando desarrollan una actividad como marchas, mitin o reuniones sociales necesitan gorras, polos, brazaletes y otros productos con el lema el color la fotografía del líder o cualquier otro elemento que los identifique es entonces necesario ofrecer esos productos que serán demandados por sus partidarios, ese mismo criterio seria también para los hinchas de un determinado equipo de fútbol o de cualquier grupo de personas que desean ser identificados.

3.9. Oportunidades en Mercados Descuidados o Abandonados

Un mercado de consumo es descuidado o desatendido cuando no es muy atractivo y no se tiene interés en satisfacer la demanda de sus consumidores el cual puede ser por diversas razones explicables como el aspecto del incremento del precio, productos con alta tecnología,

disminución de la demanda, mercados no atractivos y en fin otras razones que determinan el abandono, es en esos momentos que se debe tomar decisiones inmediatas para abordar ese mercado ofreciéndole un producto similar al que fue desatendido y lograr paulatinamente la aceptación de los consumidores.

IV. GESTION OPORTUNIDADES BASADAS EN LOS CAMBIOS

El cambio es conceptualizado como dejar una cosa o situación para tomar otra, determina así mismo las alteraciones de una condición o apariencia por la influencia de factores internos o externos que no son controlables y que afectaran positiva o negativamente a la sociedad o comunidad en que se desarrollan esos cambios, la importancia de los cambios es que algunos empresarios con visión en la gestión de las oportunidades basadas en esos cambios aprovechan de la oportunidad para desarrollar acciones de inversión provechosas alcanzando beneficios económicos admirables y que para otras personas no les parecía importante una inversión por cuanto para ellos no se presentan las condiciones pertinentes para invertir y que la situación cambiante es una coyuntura de cuidado y espera de otra oportunidad de mejores situación es decir no ven mas alla de esos cambios que se presenta como una oportunidad y que otros si lo ven como tal dejando pasar la oportunidad aparente para realizar inversiones favorables.

4.1. Oportunidades por Cambios Políticos

Las alteraciones políticas se producen por diversas razones, distorsionando la actitud del ciudadano mediante protestas o alguna otra forma de expresión, cuando el gobierno a través de su accionar publico no satisface las expectativas de la población lo que permite reorientar las acciones políticos, produciéndose determinadas modificaciones de cambio. En las décadas del 80 y 90 se intensifico el terrorismo en el país ocasionando muertes de cientos pobladores de la sierra y luego en la costa, frente a esta situación el gobierno determino el accionar de la fuerza armada para enfrentar a este fenómeno político y social a la vez, como consecuencia de los abusos en la sierra por parte de los terroristas y de algunos miembros de las fuerzas armadas, la población emigro a la costa y fue creciendo violentamente, esta explosión poblacional fue analizada por algunos inversionistas quienes al ver que crecía la población también crecía la población de muertes en vista que en Lima se cuenta con pocos cementerios y están casi saturados la oportunidad del negocio esta en

crear nuevos cementerios y es así que se empezó a desarrollar obras e inversiones en este rubro creando los Jardines de la Paz, Jardines del Recuerdo, entre otros y con ello también se incrementó las agencias funerarias, las agencias de seguros y los otros negocios complementarios como fruto del desplazamiento de la población de la sierra y la selva a Lima como refugio o salvación del fenómeno terrorista que azotaba a esas regiones.

4.2. Oportunidades por Cambios Sociales

La sociedad es una agrupación natural o pactada de personas que constituyen una unidad diferente de cada uno de los individuos con el fin de cumplir en mutua cooperación de todos o de algunos fines que son de interés en su vida, el cual tiende a modificarse en la medida de que logren o no el anhelo deseado, este aspecto implica el **cambio social** como producto del anhelo de superación de sus miembros, un caso típico es el Distrito de los Olivos que empezó a ser habitable en la década de los 70, se fue desarrollando y ahora es un distrito muy progresista en tal razón y analizando el cambio social de su población efectuaron inversiones muy grandes como por ejemplo Mega Plaza que empezó su funcionamiento en noviembre del año 2002 ahora están construyendo otro gran centro comercial, indudablemente después de analizar la situación social de esa población que es muy atractiva para desarrollar inversiones en bienes y servicios como por ejemplo un centros de: idiomas, perfeccionamiento técnico y profesional, venta de libros, centro de estética, gimnasios, etc.

4.3. Oportunidades por Cambios Económicos

El aspecto económico está relacionado con la aplicación de los criterios más eficaces para satisfacer las necesidades que pueden ser de carácter humano, animal, industrial, tecnológico, agrario y otros considerados en los sectores productivos y sociales, los cambios que se pueden suscitar por la alteración de algunos de los factores de la economía y que repercutirán positiva o negativamente en el consumo de un bien o de un servicio, para nuestro caso enfatizaremos el aspecto positivo es decir cuando los consumidores, tienen la **oportunidad** de obtener mayores **beneficios económicos** producto de su trabajo o de un crecimiento de la masa trabajadora por efecto de las inversiones en la producción de bienes y servicios, es en ese momento que se presenta la oportunidad de ofrecer a esos potenciales consumidores productos que permitan satisfacer sus necesidades, indudablemente es materia

de analizar que es lo deficitario en el consumo de las personas que ingresan como potenciales consumidores para ello se deberá desarrollar una investigación con el propósito de identificar las oportunidades de inversión frente a estos cambios económicos de los consumidores, en la actualidad se están invirtiendo en lugares donde se presumía que la población contaba con bajos recursos sin embargo se están construyendo grandes centros comerciales en algunos conos de Lima y en determinados distritos pudiéndose efectuar inversiones en restaurantes, centros de esparcimiento, centros habitacionales, bienes para un mejor confort de las viviendas entre otros

4.4. Oportunidades por Cambios Tecnológicos

La tecnología esta determinada como el conjunto de técnicas y teorías que permiten el aprovechamiento practico de los conocimientos, así mismo también se puede conceptuar como el conjunto de instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto una modificación de estos componentes por efecto del desarrollo puede distorsionar su comportamiento y provocar cambios en los elementos participantes en la tecnología logrando productos mas sofisticados que tienen un mayor potencial con su utilización y que amplia su radio de acción en tal razón se advierte una oportunidad de ofrecer un producto con mayores ventajas competitivas siendo la ocasión para la apertura de negocios donde se ofrezcan bienes o servicios con los adelantos tecnológicos como resultado de las investigaciones realizadas en los países desarrollados por ejemplo en la actualidad se cuentan con aparatos que tiene un potencial tecnológico que contiene en forma incorporada un celular una microcomputadora una cámara fotográfica ente otros aspectos que hacen atractivo a los usuarios que por negocios o trabajo necesitan de esos aparatos por lo cual las empresas que se dedican a la ventas de esos productos se incrementaran así como también en informática, robótica y otros que son el producto de los cambios tecnológicos.

4.5. Oportunidades por Cambios Ambientales

Esta referido al medio ambiente es decir al entorno que comprende la naturaleza que nos rodea, los cambios que se producen en algunos de sus componentes puede traer problemas y distorsiones a la vida humana ocasionando un desbalance ecológico cuyo rigor causara desesperación cuando la situación del entorno se agudice paulatinamente, frente a esta alarmante situación es necesario aplicar la utilización de determinados

elementos que no perjudique el medio ambiente manteniéndolo y evitar su deterioro para lo cual se propiciara la creación de empresas que producen bienes o servicios que eviten la contaminación ambiental como por ejemplo la producción del abono orgánico que reemplazaría al abono industrial el cual es contaminante en la producción de los productos agrícolas que también se ofrecen en los países extranjeros que consumen estos productos alimenticios con tratamiento de elementos orgánicos por los cuales pagan un precio apreciable, se podría también invertir en empresas que se dediquen al reciclaje, jardinería, etc.

CONCLUSIONES

- 1.- Las inversiones que se desarrollan no solo deben basarse en el estudio que demuestra su rentabilidad sino que se deben tomar en consideración otros aspectos como las oportunidades que se presentan en un momento determinado y aprovecharlas por cuanto estas son pasajeras y no volverán a producirse en otra oportunidad con las mismas características.
- 2.- Las oportunidades son ocasiones que se presentan en ciertas circunstancias no predecibles y que conducen al logro de satisfacciones económicas algunas personas tienen ciertas cualidades o llamemos suerte en los negocios y que debe ser aprovechada de la coyuntura para obtener beneficios propios o empresariales pudiendo ser en forma casual, intuitiva, profética, controlada entre otros aspectos.
- 3.- La creatividad es una cualidad que tienen determinadas personas quienes deben aprovechar de la circunstancia que se presenta para alcanzar beneficios personales o de la organización donde se desempeña.
- 4.- El cambio es la modificación de la condición, apariencia, comportamiento u otros aspectos que es necesario identificarlos para aprovechar de la situación y lograr obtener beneficios estos cambios pueden ser de carácter político, social, económico, tecnológico ambiental entre los más importantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Chiavenato, I. (1994) *Administración de Recursos Humanos*. Segunda Edición. Editorial Presencia Ltda.Colombia

Chiavenato, I. (2002) *Gestión del Talento Humano*. Editorial Campus Ltda. Colombia.

Jac, Fitz (1999) *Como Medir la Gestión de Recursos Humanos*. Editorial Duesto España

<http://www.Ideasdenegocios.com.ar/como-identificar-oportunidades-de-negocios>

<http://www.enplenitud.com/nota.asp?articuloid=1091>

<http://www.infomipymecom/Docs/GT/Offline/inicioempresa/descubririroportunidadnego..>