

A continuación, se incluyen algunas fuentes generadoras de ideas:

Identificación oportuna de una necesidad: Quien la detecta y sabe satisfacerla, tiene amplias posibilidades de éxito empresarial.

Identificar una carencia: Descubrir algo que no se esté haciendo y que, de llevarse a la práctica, podría tener éxito.

Descubrir una deficiencia: Cuando algo no se está haciendo bien o se puede hacer mejor, se puede mejorar mediante una nueva propuesta.

Sacarle provecho a las aficiones del emprendedor: Significa dedicarse a aquello que realmente al emprendedor le gusta hacer.

Nuevas aplicaciones de viejos productos: Reinventar mediante la innovación.

Razón por la cual, llevar a la práctica un proyecto de inversión, implica asumir unos riesgos de tipo:

Comercial: Es probable que no exista mercado suficiente para mantener un negocio o que el mercado ni siquiera exista todavía o que esté en declive.

Tecnológicos: El producto y/o servicio no se pueda fabricar en las condiciones previstas, al ritmo deseado, o con la calidad deseada al precio prometido, etc.

Financieros: Que no se tenga suficiente dinero para poner en marcha el negocio o para crecer al ritmo que marca el mercado o para superar una época de recesión, etc.

Sociales: Que el emprendedor no tenga el carisma de empresario, que no esté dispuesto a hacer ciertos sacrificios, que no consiga construir un buen equipo de trabajo o que la familia no entienda porqué dedicar tantas horas al negocio, etc.

Legales: Que no sea legal fabricar ese producto, que los permisos lleguen demasiado tarde, que la idea esté patentada o que se roben la idea, etc.

El primer paso a seguir en la elaboración de un plan de negocio es, identificando la idea de tipo general, lograrla convertir en una de tipo industrial.

En la identificación de la idea, el emprendedor deberá tener claro si tiene una idea de negocio atractiva y que es lo que va a vender.

1.4. Metodología para la elaboración de un proyecto

Una vez definida la idea del proyecto de inversión a estudiar, se inicia la identificación del plan de negocio. precisando:

Título: Corresponde al objetivo fundamental propuesto en la investigación realizada.

Planteamiento del problema: Plantear un problema es exponer o proponer temas, preguntas, dificultades o aspectos que pueden ayudar a la solución del mismo.

Formulación del problema: Enunciar en forma precisa y concreta los elementos o contenidos del problema.

Objetivos: Constituyen los propósitos trazados para la consecución de un resultado final en la realización del plan de negocio.

Objetivos generales: Engloba todo el conjunto de metas, logros y fines del plan de negocio.

Objetivos específicos: Señalan las metas, propósitos, fines y logros precisos y concretos del plan de negocio.

Hipótesis: Son los supuestos, interrogantes o predicciones, más o menos fundamentadas, con la ayuda de las cuales se tratará de explicar previamente una situación problemática, adelantando su posible solución.

Delimitación: Producto del estudio del mercado, en donde se puede definir con exactitud, cuál es el segmento del mercado a atender.

El desarrollo de la idea en los proyectos puede ser:

De tipo continuista: Se podrá desarrollar un plan de negocio de esta característica cuando el mercado a atender es tan amplio, que hay cabida para ese producto y/o servicio que se pretende elaborar o prestar.

Idea nueva para el mercado: Hace referencia al desarrollo de una idea que da origen a un producto o servicio, desarrollado en zona geográfica distinta al mercado objetivo que se quiere atender.

Idea innovadora: El aplicar una innovación a un bien y/o servicio ya existente, puede ser un argumento positivo para el montaje de un proyecto de inversión.

La invención: El comercializar un bien y/o servicio nuevo en el mercado, producto de una invención patentada (además de las implicaciones legales que se deben tener en cuenta, como el registro de su marca, los permisos para su elaboración, entre otras).

Para saber si el emprendedor se encuentra en presencia de una idea viable, deberá tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Claridad en los objetivos propuestos
- Conocimiento del negocio
- Que la idea a desarrollar se diferencie de las existentes en el mercado, es decir, que tenga ventaja competitiva
- Esté orientada al mercado
- Realizar una buena planificación del negocio.