

Emprendimiento e Innovación: Generación y Desarrollo de Ideas de Negocio

Economía, Administración & Contaduría | para estudiantes universitarios | 4 semanas

Descripción del Curso

Este curso está diseñado para estudiantes universitarios interesados en el área de Economía, Administración y Contaduría que deseen adquirir competencias sólidas en emprendimiento y creatividad empresarial. A lo largo de cuatro semanas, se explorarán las bases conceptuales del emprendimiento, con un enfoque integral que incluye la generación de ideas innovadoras no solo para productos, sino también para servicios y soluciones sociales.

El curso está dirigido a estudiantes que buscan desarrollar habilidades para identificar oportunidades de negocio en distintos contextos, comprender el proceso emprendedor y diseñar una idea de negocio completa, viable y con impacto. Se empleará una metodología participativa que combina teoría, análisis de casos, actividades prácticas y trabajo colaborativo para fomentar la creatividad y el pensamiento crítico.

Al finalizar, los estudiantes serán capaces de conceptualizar, diseñar y presentar una propuesta innovadora de negocio que responda a necesidades reales, considerando aspectos de mercado, innovación y sostenibilidad, contribuyendo así al desarrollo económico y social.

Objetivos Generales

- Identificar y analizar oportunidades de negocio en distintos sectores y contextos.
- Generar ideas innovadoras que integren productos, servicios o innovaciones sociales.
- Diseñar un modelo de negocio completo y viable que responda a necesidades reales del mercado.
- Comunicar efectivamente la propuesta de negocio a través de presentaciones estructuradas y persuasivas.

Competencias

- Analizar y aplicar fundamentos teóricos del emprendimiento para identificar oportunidades de negocio innovadoras.
- Generar ideas creativas y viables para productos, servicios y soluciones sociales.
- Evaluar el entorno y necesidades del mercado para diseñar propuestas de valor efectivas.
- Desarrollar un modelo de negocio completo que incluya aspectos de innovación, financiamiento y sostenibilidad.
- Comunicar de manera clara y persuasiva la propuesta de negocio a diferentes públicos.
- Trabajar colaborativamente en la creación y mejora de ideas emprendedoras.

Requerimientos

- Conocimientos básicos de economía y administración.
- Acceso a computadora con conexión a internet para investigación y actividades en línea.
- Disposición para participar en actividades colaborativas y de análisis crítico.

Unidades del Curso

Unidad 1: Fundamentos del Emprendimiento e Innovación

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de definir los conceptos clave del emprendimiento y la innovación, diferenciando sus características principales en distintos contextos.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de clasificar los tipos de emprendimiento según su enfoque y propósito, identificando ejemplos relevantes en sectores económicos y sociales.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar la importancia de la innovación como motor de generación de valor económico y social, argumentando su impacto en la competitividad y el desarrollo sostenible.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar oportunidades de negocio basadas en fundamentos de emprendimiento e innovación, aplicando criterios que consideren tanto aspectos económicos como sociales.

Contenidos Temáticos

1. Introducción al Emprendimiento e Innovación

- **Definición de emprendimiento:** Concepto, evolución histórica y relevancia actual en la economía global.
- **Concepto de innovación:** Tipos de innovación (producto, proceso, organizacional, de marketing) y su relación con el emprendimiento.
- **Diferenciación entre emprendimiento e innovación:** Características, interrelación y aplicabilidad en distintos contextos económicos y sociales.

2. Tipos de Emprendimiento

- **Clasificación según enfoque:** Emprendimiento comercial, social, tecnológico, cultural y ambiental.
- **Clasificación según propósito:** Emprendimiento por oportunidad vs. emprendimiento por necesidad.
- **Ejemplos de emprendimientos en sectores económicos:** Industria, servicios, agricultura, tecnología.
- **Ejemplos de emprendimientos en sectores sociales:** Educación, salud, desarrollo comunitario, economía circular.

3. Importancia de la Innovación en el Emprendimiento

- **Innovación como motor de generación de valor:** Creación de valor económico y social a través de nuevas ideas y soluciones.

- **Impacto de la innovación en la competitividad:** Casos prácticos y análisis de empresas innovadoras en mercados locales y globales.
- **Innovación y desarrollo sostenible:** Cómo la innovación contribuye al desarrollo sostenible y al cumplimiento de objetivos sociales y ambientales.

4. Evaluación de Oportunidades de Negocio Basadas en Emprendimiento e Innovación

- **Criterios económicos:** Viabilidad financiera, escalabilidad, análisis de mercado y rentabilidad.
- **Criterios sociales:** Impacto social, inclusión, mejora en calidad de vida y sostenibilidad.
- **Metodologías para evaluar oportunidades:** Análisis FODA, matriz de impacto, lean startup y design thinking aplicado a la evaluación.
- **Estudio de casos y aplicación práctica:** Evaluación crítica de ideas de negocio reales o hipotéticas integrando ambos criterios.

Actividades

1. Debate y definición colaborativa de conceptos clave

Objetivo: Definir los conceptos clave del emprendimiento y la innovación, diferenciando sus características principales en distintos contextos.

Descripción:

- Los estudiantes se dividen en grupos pequeños.
- Cada grupo recibe una tarjeta con un concepto (emprendimiento, innovación, tipos de innovación).
- Investigarán brevemente y prepararán una definición clara y ejemplos prácticos.
- Se realiza un debate en clase donde cada grupo expone su definición y se contrastan diferencias y similitudes.
- Al final, el docente sintetiza y consolida los conceptos correctos.

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto esperado: Definiciones escritas y presentación oral de cada grupo

Duración estimada: 90 minutos

2. Clasificación y análisis de tipos de emprendimiento

Objetivo: Clasificar los tipos de emprendimiento según su enfoque y propósito, identificando ejemplos relevantes en sectores económicos y sociales.

Descripción:

- Presentación breve por parte del docente sobre los tipos de emprendimiento.
- En parejas, los estudiantes reciben casos o descripciones breves de emprendimientos reales o hipotéticos.
- Cada pareja debe clasificar el tipo de emprendimiento (comercial, social, tecnológico, etc.) y justificar su clasificación.

- Discusión grupal para compartir resultados y validar clasificaciones.

Organización: Parejas

Producto esperado: Informe corto con clasificación y justificación

Duración estimada: 60 minutos

3. Análisis de casos sobre innovación y generación de valor

Objetivo: Analizar la importancia de la innovación como motor de generación de valor económico y social, argumentando su impacto en la competitividad y el desarrollo sostenible.

Descripción:

- El docente proporciona varios casos de estudios de empresas innovadoras con impacto económico y social.
- En grupos, los estudiantes analizan el caso asignado, identificando el tipo de innovación, el valor generado y su impacto en el mercado y la sociedad.
- Preparan una presentación para explicar sus hallazgos.
- Discusión plenaria sobre los aprendizajes comunes y diferencias entre casos.

Organización: Grupos de 4-5 estudiantes

Producto esperado: Presentación grupal y resumen escrito

Duración estimada: 120 minutos

4. Evaluación práctica de oportunidades de negocio

Objetivo: Evaluar oportunidades de negocio basadas en fundamentos de emprendimiento e innovación, aplicando criterios que consideren tanto aspectos económicos como sociales.

Descripción:

- Se presenta a los estudiantes una idea de negocio o ellos pueden proponer una propia.
- Aplican técnicas como análisis FODA y matriz de impacto para evaluar la idea desde perspectivas económicas y sociales.
- Preparan un informe donde argumenten la viabilidad y el impacto potencial de la oportunidad de negocio.
- Presentan sus conclusiones y reciben retroalimentación del docente y compañeros.

Organización: Individual o en parejas

Producto esperado: Informe evaluativo y presentación breve

Duración estimada: 90 minutos

Evaluación

Evaluación Diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre conceptos básicos de emprendimiento e innovación.

Cómo se evalúa: Cuestionario de opción múltiple y preguntas abiertas breves.

Instrumento sugerido: Test diagnóstico digital o en papel al inicio de la unidad.

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Progresos en la comprensión y aplicación de conceptos a través de actividades prácticas (debates, análisis de casos, clasificación de emprendimientos).

Cómo se evalúa: Observación directa, revisión de productos de actividades (definiciones, informes, presentaciones) y retroalimentación continua.

Instrumento sugerido: Rúbricas para presentaciones y trabajos escritos, listas de cotejo para participación en debates.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Capacidad de definir conceptos, clasificar tipos de emprendimiento, analizar innovación y evaluar oportunidades de negocio integrando criterios económicos y sociales.

Cómo se evalúa: Examen escrito con preguntas teóricas y prácticas, y un proyecto final de evaluación de oportunidad de negocio.

Instrumento sugerido: Examen formal y rúbrica para proyecto final que incluya análisis, argumentación y aplicación de metodologías.

Unidad 2: Identificación y Análisis de Oportunidades de Negocio

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar oportunidades de negocio mediante el análisis sistemático del entorno y las tendencias del mercado, utilizando herramientas de investigación cualitativa y cuantitativa.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar las necesidades y comportamientos de los clientes potenciales aplicando técnicas de segmentación y evaluación de mercado para detectar posibles nichos de innovación.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar la viabilidad de ideas de negocio enfocadas en productos, servicios o innovaciones sociales, mediante el uso de matrices de análisis y criterios de impacto social y económico.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar un informe que sintetice las oportunidades de negocio identificadas y analizadas, justificando su potencial en base a datos de mercado y tendencias detectadas.

Contenidos Temáticos

1. Introducción a la Identificación de Oportunidades de Negocio

- Concepto y relevancia de las oportunidades de negocio en el emprendimiento.
- Relación entre innovación y oportunidad de negocio.
- Tipos de oportunidades: productos, servicios e innovaciones sociales.

2. Análisis del Entorno para la Detección de Oportunidades

- Herramientas de análisis del entorno:
 - Análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal).
 - Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.
- Identificación de tendencias de mercado y su impacto en oportunidades de negocio.
- Uso de fuentes de información primarias y secundarias para el análisis del entorno.

3. Investigación de Mercado para la Identificación de Oportunidades

- Metodologías cualitativas:
 - Entrevistas en profundidad.
 - Grupos focales.
 - Observación directa.
- Metodologías cuantitativas:
 - Encuestas estructuradas.
 - Análisis estadístico básico.
- Interpretación de resultados para detectar oportunidades de negocio.

4. Segmentación y Análisis del Comportamiento del Cliente

- Conceptos de segmentación de mercado:
 - Segmentación geográfica, demográfica, psicográfica y conductual.
- Herramientas para evaluar necesidades y comportamientos de clientes potenciales.
- Identificación de nichos de mercado con potencial para innovación.

5. Evaluación de la Viabilidad de Ideas de Negocio

- Definición de criterios para evaluar viabilidad:
 - Viabilidad económica (costos, ingresos, rentabilidad).
 - Viabilidad técnica y operativa.
 - Impacto social y ambiental.
- Uso de matrices para análisis comparativo de ideas:
 - Matriz de priorización.
 - Matriz de impacto y factibilidad.
- Ejemplos prácticos de evaluación de ideas para productos, servicios e innovaciones sociales.

6. Elaboración de Informes para la Presentación de Oportunidades de Negocio

- Estructura y contenido de un informe de oportunidades de negocio.

- Integración de datos cuantitativos y cualitativos para sustentar el análisis.
- Redacción clara y argumentación basada en evidencia.
- Presentación visual de resultados: gráficos, tablas y resúmenes ejecutivos.

Actividades

Identificación de oportunidades mediante análisis del entorno

Objetivo: Contribuir al objetivo de identificar oportunidades de negocio mediante análisis sistemático del entorno y tendencias.

Descripción:

- Los estudiantes formarán grupos de 4 personas.
- Cada grupo seleccionará una industria o sector económico específico.
- Aplicarán el análisis PESTEL y las 5 Fuerzas de Porter para identificar factores relevantes del entorno.
- Identificarán al menos tres oportunidades de negocio basadas en dicho análisis.
- Elaborarán un breve informe grupal con resultados y conclusiones.

Organización: Grupos

Producto esperado: Informe grupal con análisis PESTEL, 5 Fuerzas y oportunidades identificadas.

Duración estimada: 2 horas

Estudio de mercado y segmentación de clientes

Objetivo: Analizar necesidades y comportamientos de clientes potenciales aplicando técnicas de segmentación y evaluación de mercado.

Descripción:

- Individualmente, cada estudiante diseñará una encuesta breve para detectar necesidades y preferencias de un segmento específico.
- Realizarán al menos 10 entrevistas o encuestas a personas que pertenezcan a ese segmento.
- Analizarán los resultados para identificar patrones de comportamiento y oportunidades de nicho.
- Presentarán un resumen escrito con la segmentación definida y oportunidades detectadas.

Organización: Individual

Producto esperado: Informe individual con resultados de encuesta, análisis de segmentación y oportunidades.

Duración estimada: 3 horas

Evaluación de viabilidad de ideas de negocio

Objetivo: Evaluar la viabilidad de ideas enfocadas en productos, servicios o innovaciones sociales mediante matrices y criterios de impacto.

Descripción:

- En grupos de 3, se les asignarán diferentes ideas de negocio ficticias o propuestas por ellos mismos.
- Aplicarán matrices de priorización y análisis de impacto económico y social para evaluar cada idea.
- Discutirán los resultados y seleccionarán la idea más viable para presentar.
- Elaborarán un reporte con justificación del análisis y conclusiones.

Organización: Grupos

Producto esperado: Reporte grupal con evaluación de viabilidad y decisión fundamentada.

Duración estimada: 2 horas

Elaboración y presentación de informe final de oportunidades de negocio

Objetivo: Elaborar un informe que sintetice las oportunidades identificadas y analizadas justificando su potencial en base a datos y tendencias.

Descripción:

- Individualmente, cada estudiante integrará la información recabada en actividades previas.
- Redactarán un informe estructurado que incluya análisis del entorno, investigación de mercado, segmentación y evaluación de viabilidad.
- Prepararán una presentación visual (diapositivas) para exponer sus hallazgos a la clase.
- Presentarán su informe de manera oral y responderán preguntas.

Organización: Individual

Producto esperado: Informe escrito y presentación oral individual.

Duración estimada: 4 horas

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre conceptos básicos de oportunidades de negocio, análisis del entorno y segmentación.

Cómo se evalúa: Mediante un cuestionario corto de opción múltiple y preguntas abiertas al inicio de la unidad.

Instrumento sugerido: Cuestionario en línea o papel con 10 preguntas.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Progreso en el análisis del entorno, aplicación de técnicas de investigación de mercado, segmentación y evaluación de viabilidad.

Cómo se evalúa: Revisión y retroalimentación de los informes parciales de actividades grupales e individuales, participación en discusiones y presentaciones intermedias.

Instrumento sugerido: Rúbricas para informes y presentaciones, listas de cotejo para participación.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para elaborar un informe completo que sintetice las oportunidades de negocio identificadas y analizadas, y defender oralmente su propuesta.

Cómo se evalúa: Evaluación del informe final y presentación oral usando rúbricas que consideren claridad, fundamentación, uso de datos, estructura y argumentación.

Instrumento sugerido: Rúbrica detallada para informe y presentación.

Unidad 3: Generación y Evaluación de Ideas de Negocio

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar metodologías creativas para generar ideas innovadoras que integren productos, servicios o innovaciones sociales en contextos diversos.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar críticamente las ideas de negocio generadas utilizando criterios de viabilidad económica, técnica y de mercado para seleccionar las más prometedoras.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar el potencial impacto social y ambiental de las ideas de negocio propuestas mediante herramientas de análisis cualitativo y cuantitativo.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar un plan de desarrollo para la idea de negocio seleccionada que contemple recursos, riesgos y oportunidades, alineado con las necesidades reales del mercado.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de presentar y argumentar la viabilidad y el valor innovador de la idea de negocio ante un público académico o empresarial, utilizando técnicas de comunicación persuasiva.

Contenidos Temáticos

1. Introducción a la generación de ideas de negocio

- Concepto de idea de negocio: definición y características fundamentales.
- Importancia de la creatividad e innovación en el emprendimiento.
- Tipos de innovación: producto, servicio, proceso y social.

2. Metodologías para la generación de ideas innovadoras

- Brainstorming: técnicas para facilitar la lluvia de ideas y evitar bloqueos creativos.
- Mapa mental y diagramas de afinidad para organizar ideas.
- SCAMPER: método para modificar y mejorar ideas existentes.
- Design Thinking: fases y aplicación para la generación centrada en el usuario.
- Benchmarking y análisis de tendencias como fuentes de inspiración.

3. Evaluación preliminar de ideas de negocio

- Criterios de evaluación: viabilidad económica, técnica y de mercado.
- Herramientas para análisis de viabilidad económica: estimación de costos, ingresos y rentabilidad preliminar.

- Evaluación técnica: factibilidad tecnológica y recursos necesarios.
- Análisis de mercado: identificación de clientes, competencia y segmentación.
- Matriz de priorización para seleccionar ideas prometedoras.

4. Evaluación del impacto social y ambiental de las ideas de negocio

- Conceptos de impacto social y ambiental en emprendimientos.
- Herramientas de análisis cualitativo: entrevistas, grupos focales y análisis de stakeholders.
- Herramientas de análisis cuantitativo: indicadores de sostenibilidad y evaluación de impacto ambiental.
- Integración de criterios de responsabilidad social empresarial en la evaluación.

5. Diseño del plan de desarrollo para la idea de negocio seleccionada

- Definición de objetivos y metas alineados con el mercado.
- Identificación y asignación de recursos: humanos, financieros y materiales.
- Gestión de riesgos: identificación, análisis y estrategias de mitigación.
- Oportunidades de crecimiento y escalabilidad.
- Elaboración de un cronograma y plan de actividades.

6. Técnicas de comunicación para la presentación de ideas de negocio

- Elementos clave de una presentación persuasiva: estructura y storytelling.
- Uso de apoyos visuales: diapositivas, prototipos y videos.
- Manejo de objeciones y preguntas del público.
- Prácticas para mejorar la comunicación verbal y no verbal.
- Adaptación del mensaje para audiencias académicas y empresariales.

Actividades

Actividad 1: Lluvia de ideas con aplicación de SCAMPER

Objetivo: Aplicar metodologías creativas para generar ideas innovadoras.

Descripción paso a paso:

- Formar grupos de 4-5 estudiantes.
- Seleccionar un producto o servicio común.
- Aplicar el método SCAMPER (Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner en otros usos, Eliminar, Reorganizar) para generar nuevas ideas a partir del producto seleccionado.
- Registrar todas las ideas generadas y discutir su potencial innovador.

Organización: Grupos pequeños

Producto esperado: Lista de ideas innovadoras generadas usando SCAMPER con breve justificación.

Duración estimada: 90 minutos

Actividad 2: Evaluación crítica de ideas mediante matriz de viabilidad

Objetivo: Analizar críticamente las ideas de negocio para seleccionar las más prometedoras.

Descripción paso a paso:

- Cada grupo selecciona 3-5 ideas generadas previamente.
- Aplicar criterios de viabilidad económica, técnica y de mercado para evaluar cada idea.
- Construir una matriz de priorización calificando cada criterio.
- Seleccionar la idea con mayor puntaje para desarrollo posterior.

Organización: Grupos pequeños

Producto esperado: Matriz de evaluación y selección justificada de la idea más viable.

Duración estimada: 120 minutos

Actividad 3: Análisis del impacto social y ambiental

Objetivo: Evaluar el potencial impacto social y ambiental de la idea de negocio seleccionada.

Descripción paso a paso:

- Investigar y describir los posibles impactos sociales y ambientales asociados a la idea seleccionada.
- Aplicar herramientas cualitativas (por ejemplo, análisis de stakeholders) y cuantitativas (indicadores de sostenibilidad).
- Elaborar un informe que presente el análisis y recomendaciones para mejorar el impacto.

Organización: Grupos pequeños

Producto esperado: Informe escrito con análisis cualitativo y cuantitativo del impacto social y ambiental.

Duración estimada: 3 horas

Actividad 4: Diseño y presentación del plan de desarrollo

Objetivo: Diseñar un plan de desarrollo y presentar la viabilidad y valor innovador de la idea ante un público.

Descripción paso a paso:

- Elaborar un plan de desarrollo que contemple objetivos, recursos, riesgos, oportunidades y cronograma.
- Preparar una presentación persuasiva utilizando técnicas de comunicación aprendidas.
- Presentar la idea y plan ante el grupo y/o un panel simulado, respondiendo preguntas y manejando objeciones.

Organización: Grupos pequeños

Producto esperado: Plan de desarrollo escrito y presentación oral con apoyos visuales.

Duración estimada: 4 horas (2 para diseño y 2 para presentación)

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre creatividad, innovación y criterios básicos para evaluar ideas de negocio.

Cómo se evalúa: Cuestionario breve con preguntas abiertas y de opción múltiple.

Instrumento sugerido: Test en línea o en papel, aplicado al inicio de la unidad.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Progreso en la aplicación de metodologías creativas, análisis crítico de ideas, evaluación del impacto y diseño del plan.

Cómo se evalúa: Revisión y retroalimentación continua sobre productos parciales: listas de ideas, matrices de evaluación, informes de impacto y borradores del plan.

Instrumento sugerido: Rúbricas específicas para cada producto, sesiones de retroalimentación grupal e individual.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para integrar todos los aprendizajes en un plan de desarrollo completo y presentarlo efectivamente.

Cómo se evalúa: Evaluación del plan de desarrollo final y la presentación oral ante un panel académico o empresarial.

Instrumento sugerido: Rúbrica de evaluación que contemple criterios de contenido, viabilidad, impacto, claridad en la comunicación y persuasión.

Unidad 4: Diseño y Presentación del Modelo de Negocio

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar un modelo de negocio completo que integre propuesta de valor, segmento de clientes, canales y fuentes de ingreso, aplicando herramientas reconocidas para validar su viabilidad.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar la sostenibilidad financiera y social del modelo de negocio propuesto, identificando riesgos y oportunidades para su escalabilidad en distintos contextos de mercado.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar presentaciones estructuradas y persuasivas que comuniquen efectivamente la propuesta de negocio, utilizando técnicas de comunicación oral y visual adecuadas para distintos públicos.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar modelos de negocio existentes y propuestos, comparando sus componentes clave para identificar fortalezas y áreas de mejora en función de las necesidades del mercado.

Contenidos Temáticos

1. Introducción al Modelo de Negocio

- Concepto y importancia del modelo de negocio en el emprendimiento.

- Componentes clave de un modelo de negocio exitoso.
- Panorama general de herramientas para diseño y validación.

2. Diseño del Modelo de Negocio

- **Propuesta de valor:** definición, tipos y cómo crear valor para el cliente.
- **Segmento de clientes:** identificación y caracterización de clientes objetivo.
- **Canales de distribución y comunicación:** selección y optimización para llegar efectivamente al cliente.
- **Relación con clientes:** estrategias para establecer y mantener relaciones duraderas.
- **Fuentes de ingreso:** modelos de monetización y generación de ingresos.
- **Recursos clave, actividades y socios estratégicos:** elementos necesarios para operar y crecer.
- **Estructura de costos:** identificación y gestión de costos para la sostenibilidad.

3. Herramientas para la Validación del Modelo de Negocio

- Canvas del Modelo de Negocio: estructura y aplicación práctica.
- Lean Startup y desarrollo ágil: experimentación, prototipado y pivoteo.
- Mapa de empatía y perfil del cliente para validación de segmentos.
- Análisis FODA aplicado al modelo de negocio.

4. Análisis de la Sostenibilidad Financiera y Social

- Concepto de sostenibilidad financiera: flujo de caja, rentabilidad y escalabilidad.
- Evaluación de riesgos financieros y estrategias de mitigación.
- Impacto social y ambiental: criterios para la evaluación de sostenibilidad social.
- Oportunidades para la escalabilidad en diferentes contextos de mercado.
- Indicadores clave para medir la sostenibilidad integral del modelo.

5. Técnicas para la Presentación y Comunicación del Modelo de Negocio

- Estructura de una presentación efectiva: introducción, desarrollo y cierre.
- Técnicas de comunicación oral: lenguaje claro, persuasión y manejo del tiempo.
- Diseño visual: uso de recursos gráficos, infografías y herramientas digitales.
- Adaptación del mensaje según el público objetivo: inversionistas, clientes y socios.
- Uso de pitch decks y storytelling para presentar propuestas de negocio.

6. Evaluación Comparativa de Modelos de Negocio

- Criterios para evaluar modelos de negocio propios y ajenos.
- Análisis comparativo de componentes clave: propuesta de valor, clientes, ingresos y sostenibilidad.
- Identificación de fortalezas y áreas de mejora.
- Aplicación práctica mediante estudios de caso y ejemplos reales.

Actividades

1. Taller de Diseño del Modelo de Negocio con Canvas

Objetivo: Diseñar un modelo de negocio completo integrando todos sus componentes clave.

Descripción:

- Los estudiantes, en grupos de 4, seleccionan una idea de negocio.
- Usan el Canvas del Modelo de Negocio para mapear propuesta de valor, segmento de clientes, canales, fuentes de ingreso, recursos clave, actividades, socios y estructura de costos.
- Discuten y ajustan el modelo basado en la retroalimentación del instructor y compañeros.

Organización: Grupos de 4 personas.

Producto esperado: Canvas completo del modelo de negocio presentado en formato digital o impreso.

Duración estimada: 3 horas.

2. Análisis de Sostenibilidad Financiera y Social del Modelo

Objetivo: Analizar la sostenibilidad financiera y social del modelo diseñado, identificando riesgos y oportunidades.

Descripción:

- Cada grupo realiza un análisis financiero básico: estimación de ingresos, costos, y flujo de caja.
- Evalúan el impacto social y ambiental del modelo, identificando posibles beneficios y riesgos.
- Generan propuestas para mejorar la sostenibilidad y escalabilidad.
- Presentan sus hallazgos y recomendaciones al grupo para discusión.

Organización: Grupos de 4 personas.

Producto esperado: Informe breve con análisis financiero y social, incluyendo recomendaciones.

Duración estimada: 2.5 horas.

3. Elaboración y Presentación del Pitch de Negocio

Objetivo: Elaborar y presentar una presentación persuasiva que comunique efectivamente la propuesta de negocio.

Descripción:

- Los estudiantes preparan un pitch deck estructurado (máximo 10 diapositivas) que incluya propuesta de valor, mercado, modelo de ingresos y plan de sostenibilidad.
- Practican técnicas de comunicación oral y visual con apoyo de la retroalimentación del instructor.
- Presentan el pitch frente al grupo o público simulado (inversionistas, clientes).
- Reciben y analizan retroalimentación para mejorar su comunicación.

Organización: Individual o parejas.

Producto esperado: Presentación oral con apoyo visual (pitch deck).

Duración estimada: 3 horas (incluye preparación y presentación).

4. Evaluación Comparativa de Modelos de Negocio

Objetivo: Evaluar y comparar distintos modelos de negocio para identificar fortalezas y áreas de mejora.

Descripción:

- Se asignan modelos de negocio reales o simulados para análisis individual o en parejas.
- Los estudiantes aplican una matriz de evaluación basada en criterios clave: propuesta de valor, clientes, ingresos, costos y sostenibilidad.
- Realizan un informe comparativo con observaciones y sugerencias de mejora.
- Discuten resultados en sesión plenaria para consolidar aprendizajes.

Organización: Individual o parejas.

Producto esperado: Informe comparativo y presentación oral breve.

Duración estimada: 2 horas.

Evaluación

Evaluación Diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre modelos de negocio, componentes y herramientas básicas.

Cómo se evalúa: Cuestionario breve de opción múltiple y preguntas abiertas.

Instrumento sugerido: Test digital o en papel aplicado al inicio de la unidad.

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Progreso en el diseño del modelo, análisis de sostenibilidad, calidad de presentaciones y capacidad crítica en evaluaciones comparativas.

Cómo se evalúa: Observación directa, retroalimentación continua, revisión de productos parciales (canvas, informes y pitch decks) y autoevaluación.

Instrumento sugerido: Rúbricas para Canvas, análisis de sostenibilidad y presentación oral; listas de cotejo para participación y trabajo en equipo.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Diseño completo del modelo de negocio validado, análisis integral de sostenibilidad, presentación persuasiva y evaluación crítica de modelos.

Cómo se evalúa: Entrega final del modelo de negocio completo, informe de sostenibilidad, presentación oral y reporte comparativo.

Instrumento sugerido: Rúbrica detallada que contemple contenido, estructura, análisis crítico, creatividad y habilidades de comunicación.