

Innovación y Emprendimiento: Lean Startup y Modelos de Negocio

Economía, Administración & Contaduría | Administración | para estudiantes universitarios | 16 semanas

Descripción del Curso

Este curso ofrece una formación integral en innovación y emprendimiento, enfocándose en el método Lean Startup como herramienta principal para la creación y validación de nuevos negocios. A lo largo de 16 semanas, los estudiantes explorarán conceptos fundamentales sobre la generación de ideas innovadoras, validación de hipótesis mediante el desarrollo de clientes, y el diseño de modelos de negocio utilizando el Business Model Canvas.

Dirigido a estudiantes universitarios de las áreas de Economía, Administración y Contaduría, el curso combina teoría con actividades prácticas y casos reales que promueven el aprendizaje activo. Se enfatiza la aplicación de metodologías ágiles para identificar oportunidades de mercado, minimizar riesgos y optimizar recursos en proyectos emprendedores.

Al finalizar, los estudiantes serán capaces de diseñar, validar y presentar modelos de negocio innovadores basados en principios de emprendimiento lean, facilitando la toma de decisiones estratégicas y la implementación efectiva de sus ideas.

Objetivos Generales

- Explicar los fundamentos y principios del método Lean Startup en el contexto empresarial.
- Aplicar técnicas de desarrollo de clientes para validar hipótesis de negocio de manera efectiva.
- Diseñar y estructurar modelos de negocio innovadores utilizando el Business Model Canvas.
- Evaluar oportunidades de emprendimiento mediante análisis de mercado y segmentación de clientes.
- Integrar conceptos de innovación en la elaboración y presentación de propuestas empresariales.

Competencias

- Analizar y aplicar el método Lean Startup para validar hipótesis de negocio.
- Diseñar modelos de negocio utilizando la herramienta Business Model Canvas.
- Desarrollar estrategias efectivas para la identificación y segmentación de clientes.
- Evaluar oportunidades de mercado mediante técnicas de desarrollo de clientes y experimentación.
- Planificar y presentar propuestas de valor innovadoras y sustentables.
- Integrar conceptos de innovación y emprendimiento en la gestión administrativa de proyectos.

Requerimientos

- Conocimientos básicos de administración y economía.
- Habilidades básicas en análisis crítico y resolución de problemas.
- Acceso a computadora con conexión a internet para actividades digitales.
- Disposición para trabajo colaborativo y participación activa en proyectos prácticos.

Unidades del Curso

Unidad 1: Introducción a la Innovación y el Emprendimiento

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de definir los conceptos clave de innovación y emprendimiento diferenciando sus características principales.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar la importancia de la innovación y el emprendimiento en la economía actual mediante ejemplos concretos.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de comparar y contrastar los términos innovación y emprendimiento identificando sus aplicaciones en contextos empresariales.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de explicar el papel del método Lean Startup en el proceso de innovación y emprendimiento, relacionándolo con los objetivos generales del curso.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar oportunidades de emprendimiento basadas en principios de innovación, preparando el terreno para el desarrollo de modelos de negocio innovadores.

Contenidos Temáticos

1. Conceptos Fundamentales de Innovación y Emprendimiento

- Definición de innovación: Tipos y ejemplos prácticos
- Definición de emprendimiento: Características y perfiles emprendedores
- Diferencias y similitudes entre innovación y emprendimiento
- Principales características que definen a cada concepto

2. Importancia de la Innovación y el Emprendimiento en la Economía Actual

- El rol de la innovación en la competitividad empresarial y económica
- Contribución del emprendimiento al desarrollo económico y generación de empleo
- Ejemplos concretos de empresas y sectores donde la innovación y el emprendimiento han sido clave
- Impacto social y económico de la innovación y el emprendimiento en contextos locales y globales

3. Comparación y Contraste entre Innovación y Emprendimiento en Contextos Empresariales

- Análisis de casos de estudio donde se aplican innovaciones y emprendimientos

- Contextos empresariales: innovación incremental vs emprendimiento disruptivo
- Relación entre innovación y emprendimiento en la creación y desarrollo de negocios
- Aplicaciones prácticas y ejemplos de sinergias entre ambos conceptos

4. El Método Lean Startup en el Proceso de Innovación y Emprendimiento

- Introducción al método Lean Startup: definición y principios básicos
- Cómo Lean Startup facilita la innovación y el emprendimiento
- Relación entre Lean Startup y el ciclo de desarrollo de modelos de negocio
- Ejemplos prácticos de aplicación del método Lean Startup en emprendimientos innovadores

5. Identificación de Oportunidades de Emprendimiento Basadas en Principios de Innovación

- Herramientas para identificar oportunidades de negocio innovadoras
- Evaluación de ideas de emprendimiento con enfoque en innovación
- Preparación para el desarrollo de modelos de negocio innovadores
- Ejercicios prácticos para detectar oportunidades reales en el entorno

Actividades

Actividad 1: Debate inicial sobre innovación y emprendimiento

Objetivo: Definir y diferenciar los conceptos clave de innovación y emprendimiento.

Descripción:

- Dividir a los estudiantes en grupos pequeños.
- Cada grupo discute y elabora definiciones propias de innovación y emprendimiento.
- Comparan sus definiciones con las presentadas en clase.
- Presentan las conclusiones en plenaria para consolidar definiciones y diferencias.

Organización: Grupos pequeños (4-5 estudiantes)

Producto esperado: Presentación breve con definiciones y diferencias entre innovación y emprendimiento.

Duración estimada: 60 minutos

Actividad 2: Análisis de casos de éxito en innovación y emprendimiento

Objetivo: Analizar la importancia de la innovación y el emprendimiento en la economía actual mediante ejemplos concretos.

Descripción:

- El docente presenta casos reales de empresas innovadoras y emprendimientos exitosos.
- Los estudiantes analizan en equipos el impacto económico y social de cada caso.
- Discuten qué elementos de innovación y emprendimiento están presentes y su relevancia.

- Elaboran un informe breve con conclusiones.

Organización: Equipos de 3-4 estudiantes

Producto esperado: Informe escrito con análisis y conclusiones.

Duración estimada: 90 minutos

Actividad 3: Taller de comparación entre innovación y emprendimiento

Objetivo: Comparar y contrastar los términos innovación y emprendimiento identificando sus aplicaciones en contextos empresariales.

Descripción:

- Se entregan a los estudiantes matrices para completar con características, aplicaciones y ejemplos de innovación y emprendimiento.
- Discusión guiada para identificar diferencias y similitudes clave.
- Los estudiantes proponen ejemplos adicionales que ilustren cada concepto en contextos reales.

Organización: Individual con discusión en parejas

Producto esperado: Matriz comparativa completa y lista de ejemplos.

Duración estimada: 60 minutos

Actividad 4: Simulación práctica del método Lean Startup

Objetivo: Explicar el papel del método Lean Startup en el proceso de innovación y emprendimiento.

Descripción:

- Introducción breve al método Lean Startup con ejemplos.
- Los estudiantes forman equipos para diseñar un producto o servicio mínimo viable (MVP).
- Planean un ciclo rápido de construcción, medición y aprendizaje.
- Presentan su MVP y estrategias para iterar con base en feedback.

Organización: Grupos de 4 estudiantes

Producto esperado: Propuesta de MVP y plan de desarrollo basado en Lean Startup.

Duración estimada: 120 minutos

Actividad 5: Identificación de oportunidades para emprendimientos innovadores

Objetivo: Identificar oportunidades de emprendimiento basadas en principios de innovación.

Descripción:

- Ejercicio individual para observar el entorno y detectar problemas o necesidades no atendidas.
- Uso de herramientas como el mapa de empatía o análisis de tendencias para validar oportunidades.
- Presentación en grupo de las oportunidades identificadas y discusión sobre su potencial innovador.

Organización: Individual y grupos pequeños para discusión

Producto esperado: Listado de oportunidades con justificación basada en innovación.

Duración estimada: 90 minutos

Evaluación

Evaluación Diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre innovación y emprendimiento.

Cómo se evalúa: Cuestionario breve con preguntas abiertas y cerradas sobre definiciones y ejemplos básicos.

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

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Progreso en la comprensión de conceptos y habilidades para analizar y aplicar innovación y emprendimiento.

Cómo se evalúa: Revisión y retroalimentación de productos parciales: definiciones, análisis de casos, matrices comparativas y propuestas Lean Startup.

Instrumento sugerido: Rúbricas específicas para cada actividad formativa, participación en discusiones y retroalimentación continua.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para definir y diferenciar innovación y emprendimiento, analizar su importancia, comparar términos, explicar Lean Startup e identificar oportunidades innovadoras.

Cómo se evalúa: Examen escrito y entrega de un proyecto integrador donde se identifique una oportunidad de emprendimiento innovador aplicando el método Lean Startup.

Instrumento sugerido: Examen con preguntas de desarrollo y análisis; rúbrica para la evaluación del proyecto integrador.

Unidad 2: Fundamentos del Método Lean Startup

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de explicar los principios fundamentales del método Lean Startup aplicándolos a casos empresariales reales.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de describir el ciclo construir-medir-aprender y su importancia para la validación continua de hipótesis de negocio.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar la mentalidad ágil y su impacto en la gestión de proyectos de emprendimiento.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar y aplicar las etapas principales del método Lean Startup para diseñar estrategias de desarrollo de clientes.

Contenidos Temáticos

1. Introducción al Método Lean Startup

- Origen y evolución del método Lean Startup: historia y contexto de su creación por Eric Ries.
- Definición y objetivos principales del método Lean Startup en el emprendimiento.
- Importancia de la innovación ágil para el desarrollo de nuevos negocios y reducción de riesgos.

2. Principios Fundamentales del Método Lean Startup

- Construcción de productos mínimos viables (MVP) para validar hipótesis.
- Validación continua y aprendizaje validado como bases para la toma de decisiones.
- Medición rigurosa basada en métricas accionables para evaluar hipótesis.
- Iteración rápida y pivoteo para adaptar el producto o modelo de negocio.
- Enfoque en la eficiencia y eliminación de desperdicios en el proceso de innovación.

3. El Ciclo Construir-Medir-Aprender

- Descripción detallada del ciclo: qué implica cada fase y su secuencia.
- Cómo construir un MVP para probar hipótesis de negocio.
- Importancia de medir resultados con indicadores relevantes y objetivos.
- Aprendizaje obtenido a partir de los datos y feedback para ajustar la estrategia.
- Ejemplos prácticos de aplicación del ciclo en casos reales de startups.

4. Mentalidad Ágil en el Emprendimiento

- Concepto de mentalidad ágil: flexibilidad, adaptabilidad y enfoque en el cliente.
- Comparación entre gestión tradicional y gestión ágil en proyectos emprendedores.
- Impacto de la agilidad en la velocidad de desarrollo y respuesta al mercado.
- Herramientas y prácticas ágiles aplicadas al desarrollo de startups (Scrum, Kanban, etc.).

5. Etapas Principales del Método Lean Startup para Diseño de Estrategias de Desarrollo de Clientes

- Descubrimiento de clientes: identificación y validación de problemas y necesidades.
- Validación de clientes: pruebas de mercado y ajuste del producto.
- Creación de clientes: estrategias para adquisición y crecimiento de usuarios.
- Construcción de la empresa: escalamiento y optimización basada en datos reales.
- Integración práctica de las etapas para diseñar estrategias efectivas de desarrollo de clientes.

Actividades

Actividad 1: Análisis de Caso Real Aplicando Principios Lean Startup

Objetivo: Explicar los principios fundamentales del método Lean Startup aplicándolos a casos empresariales reales.

Descripción:

- Dividir a los estudiantes en grupos de 3-4 personas.
- Proporcionar un caso empresarial real donde se haya aplicado el método Lean Startup (por ejemplo, Dropbox, Airbnb, etc.).
- Los grupos analizan el caso identificando cómo se aplicaron los principios Lean Startup.
- Preparan una presentación breve destacando los principios y su impacto en el éxito o fracaso del emprendimiento.
- Exponen ante el resto de la clase y reciben retroalimentación.

Organización: Grupos

Producto esperado: Presentación analítica del caso con aplicación clara de principios Lean Startup.

Duración estimada: 2 horas

Actividad 2: Simulación del Ciclo Construir-Medir-Aprender

Objetivo: Describir el ciclo construir-medir-aprender y su importancia para la validación continua de hipótesis de negocio.

Descripción:

- Individualmente, cada estudiante propone una hipótesis de negocio relacionada con un producto o servicio innovador.
- Diseñan un MVP sencillo para probar la hipótesis (puede ser un prototipo, encuesta, landing page, etc.).
- Definen métricas para medir el éxito o fracaso del MVP.
- Simulan la recolección de datos y reflexionan sobre el aprendizaje obtenido.
- Elaboran un plan para iterar o pivotar basado en el aprendizaje.

Organización: Individual

Producto esperado: Documento de hipótesis, diseño de MVP, métricas definidas y plan de iteración.

Duración estimada: 3 horas

Actividad 3: Debate sobre Mentalidad Ágil y Gestión de Proyectos Emprendedores

Objetivo: Analizar la mentalidad ágil y su impacto en la gestión de proyectos de emprendimiento.

Descripción:

- Formar dos equipos para debatir la afirmación: "La mentalidad ágil es indispensable para el éxito de cualquier startup."
- Un equipo argumenta a favor, el otro en contra, basándose en lecturas y ejemplos.
- Moderador (docente) fomenta participación y clarifica conceptos durante el debate.
- Al finalizar, se realiza una reflexión grupal sobre los puntos clave y conclusiones.

Organización: Grupos y plenaria

Producto esperado: Argumentos estructurados y reflexión escrita individual post debate.

Duración estimada: 1.5 horas

Actividad 4: Diseño de Estrategia de Desarrollo de Clientes usando Etapas Lean Startup

Objetivo: Identificar y aplicar las etapas principales del método Lean Startup para diseñar estrategias de desarrollo de clientes.

Descripción:

- En grupos, seleccionar un producto o idea innovadora.
- Identificar y definir cada una de las etapas Lean Startup (descubrimiento, validación, creación y construcción).
- Diseñar una estrategia concreta para desarrollar clientes en cada etapa, incluyendo actividades, herramientas y métricas.
- Presentar la estrategia al grupo y recibir retroalimentación.

Organización: Grupos

Producto esperado: Documento y presentación de estrategia de desarrollo de clientes basada en Lean Startup.

Duración estimada: 2.5 horas

Evaluación

Evaluación Diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre métodos de innovación, emprendimiento y conceptos básicos de Lean Startup.

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

Instrumento sugerido: Test en línea o en papel de 10 preguntas.

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Progreso en la comprensión y aplicación de los principios Lean Startup, ciclo construir-medir-aprender, mentalidad ágil y etapas del desarrollo de clientes.

Cómo se evalúa: Retroalimentación continua durante las actividades (presentaciones grupales, debates, entregables parciales), participación y autoevaluación.

Instrumento sugerido: Rúbricas para presentaciones y documentos, listas de cotejo para participación, cuestionarios cortos tras actividades.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Dominio integral de los objetivos de la unidad: explicación, descripción, análisis e identificación/aplicación del método Lean Startup.

Cómo se evalúa: Trabajo final individual o en parejas que consiste en un análisis de un caso real o ficticio aplicando todo lo aprendido: identificación de principios, diseño del ciclo construir-medir-aprender, aplicación de mentalidad ágil y propuesta de estrategia de desarrollo de clientes.

Instrumento sugerido: Informe escrito y presentación oral evaluados con rúbrica detallada que valore comprensión, aplicación, análisis crítico y propuesta estratégica.

Unidad 3: Generación y Validación de Ideas de Negocio

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar técnicas creativas de generación de ideas para identificar oportunidades de negocio innovadoras.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar experimentos rápidos y económicos para validar hipótesis iniciales de negocio.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar los resultados de experimentos de validación para tomar decisiones informadas sobre la viabilidad de una idea de negocio.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de integrar técnicas de desarrollo de clientes en la validación temprana de ideas para optimizar el ajuste producto-mercado.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar críticamente ideas de negocio utilizando criterios de innovación y potencial de mercado.

Contenidos Temáticos

1. Técnicas creativas para la generación de ideas de negocio

- **Introducción a la creatividad e innovación en negocios:** Conceptos clave, importancia y contexto en emprendimiento.
- **Técnicas de generación de ideas:** Brainstorming, SCAMPER, Mapas mentales, Técnica de los seis sombreros, Método Delphi.
- **Identificación de oportunidades de negocio:** Análisis de problemas y necesidades, tendencias de mercado y tecnología, observación y empatía con el cliente.
- **Selección y priorización de ideas:** Matrices de impacto/esfuerzo, criterios de innovación y viabilidad.

2. Diseño de experimentos rápidos y económicos para validación inicial

- **Conceptos básicos de hipótesis en emprendimiento:** Hipótesis de valor, hipótesis de crecimiento y otras.
- **Características de experimentos efectivos:** Rápidos, económicos, medibles y orientados a aprendizaje.
- **Tipos de experimentos:** Landing pages, entrevistas estructuradas, encuestas, prototipos mínimos viables (MVP), smoke tests.
- **Planificación de experimentos:** Definición de objetivos, métricas clave, diseño de pruebas y cronograma.

3. Análisis e interpretación de resultados de experimentos de validación

- **Recopilación de datos cuantitativos y cualitativos:** Herramientas y técnicas para recolectar información.

- **Análisis de resultados:** Métodos básicos para interpretar datos, identificación de patrones y señales de validación.
- **Toma de decisiones informadas:** Continuar, pivotar o abandonar la idea según resultados.
- **Documentación y comunicación de aprendizajes:** Registro de hallazgos y ajustes para la siguiente iteración.

4. Integración de técnicas de desarrollo de clientes en la validación temprana

- **Introducción al desarrollo de clientes:** Concepto, fases y relación con Lean Startup.
- **Entrevistas de cliente y observación:** Cómo preparar, conducir y analizar entrevistas para validar hipótesis.
- **Construcción de perfiles de cliente y segmentación:** Identificación de segmentos y ajuste producto-mercado.
- **Iteración y ajuste basado en feedback:** Cómo incorporar retroalimentación para optimizar el producto o servicio.

5. Evaluación crítica de ideas de negocio

- **Criterios para evaluar ideas:** Innovación, viabilidad técnica, potencial de mercado, escalabilidad y sostenibilidad.
- **Análisis de competencia y diferenciación:** Herramientas para evaluar el entorno competitivo.
- **Matriz de evaluación y priorización:** Uso de matrices para tomar decisiones fundamentadas.
- **Presentación y defensa de ideas:** Preparación de pitches y argumentos para convencer a stakeholders.

Actividades

Actividad 1: Sesión práctica de generación de ideas con técnicas creativas

Objetivo: Aplicar técnicas creativas para identificar oportunidades de negocio innovadoras.

Descripción paso a paso:

- Dividir la clase en grupos pequeños (4-5 personas).
- Asignar a cada grupo una técnica de generación de ideas (brainstorming, SCAMPER, mapas mentales, etc.).
- Cada grupo realiza una sesión de generación de ideas enfocada en resolver un problema o necesidad definida previamente.
- Seleccionar y priorizar las tres mejores ideas utilizando una matriz de impacto/esfuerzo.
- Presentar brevemente las ideas seleccionadas al resto de la clase.

Organización: Grupos

Producto esperado: Lista priorizada de ideas de negocio con justificación.

Duración estimada: 90 minutos

Actividad 2: Diseño de un experimento rápido para validar una hipótesis

Objetivo: Diseñar experimentos rápidos y económicos para validar hipótesis iniciales de negocio.

Descripción paso a paso:

- Cada estudiante selecciona una idea de negocio (puede ser de la actividad anterior o propia).

- Identificar y formular una hipótesis clara sobre el cliente o el valor ofrecido.
- Diseñar un experimento rápido para validar esa hipótesis (ejemplo: creación de una landing page, formulación de encuesta, entrevista, prototipo simple, etc.).
- Definir métricas y resultados esperados para evaluar el experimento.
- Compartir el diseño con un compañero para recibir retroalimentación.

Organización: Individual con revisión en parejas

Producto esperado: Plan de experimento con hipótesis, metodología y métricas definidas.

Duración estimada: 60 minutos

Actividad 3: Análisis de resultados y toma de decisiones

Objetivo: Analizar resultados de experimentos para tomar decisiones informadas sobre la viabilidad de la idea.

Descripción paso a paso:

- Se entrega a los estudiantes un conjunto de datos simulados o reales de un experimento de validación.
- En grupos, analizar la información cuantitativa y cualitativa, identificando patrones y conclusiones.
- Discutir y decidir si la idea debe continuar, pivotar o abandonarse, fundamentando la decisión.
- Presentar el análisis y la decisión al grupo con justificación.

Organización: Grupos

Producto esperado: Informe breve con análisis y decisión fundamentada.

Duración estimada: 90 minutos

Actividad 4: Entrevista de cliente y feedback para ajuste producto-mercado

Objetivo: Integrar técnicas de desarrollo de clientes para validar tempranamente y optimizar el ajuste producto-mercado.

Descripción paso a paso:

- Preparar una guía de entrevista basada en hipótesis clave del producto o servicio.
- En parejas, realizar entrevistas simuladas actuando como emprendedor y cliente potencial.
- Registrar el feedback recibido y analizar puntos de mejora o ajustes necesarios.
- Redactar un plan de acción para mejorar la idea basado en la retroalimentación.

Organización: Parejas

Producto esperado: Guía de entrevista, registro de feedback y plan de mejora.

Duración estimada: 75 minutos

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre creatividad, generación de ideas, validación y desarrollo de clientes.

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

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

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Aplicación de técnicas creativas, diseño de experimentos, análisis de resultados y habilidades de entrevista.

Cómo se evalúa: Revisión continua de productos parciales (listas de ideas, planes de experimentos, análisis de datos, guías de entrevistas) con retroalimentación oral y escrita.

Instrumento sugerido: Rúbricas específicas para cada actividad que valoren creatividad, claridad, coherencia y fundamentación.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Capacidad integral para generar, validar, analizar y evaluar críticamente ideas de negocio.

Cómo se evalúa: Proyecto final individual o en parejas donde se presente una idea de negocio, hipótesis, diseño y resultados de experimentos simulados o reales, análisis crítico y propuesta de ajuste.

Instrumento sugerido: Rúbrica detallada que incluya criterios de innovación, metodología, análisis de datos, integración de feedback y presentación escrita y oral.

Unidad 4: Desarrollo de Clientes I: Segmentación y Propuesta de Valor

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar y segmentar grupos de clientes potenciales utilizando criterios demográficos, psicográficos y conductuales para validar oportunidades de negocio.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar problemas y necesidades específicas de los segmentos de clientes seleccionados mediante técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar propuestas de valor centradas en el usuario que respondan a las necesidades identificadas, aplicando principios del método Lean Startup.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar la efectividad de diferentes propuestas de valor mediante la elaboración de hipótesis y el desarrollo de experimentos para su validación.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de integrar la segmentación de clientes y la propuesta de valor en un modelo de negocio coherente utilizando el Business Model Canvas.

Contenidos Temáticos

1. Introducción a la segmentación de clientes

- Concepto de segmentación de clientes: definición y relevancia en el emprendimiento.
- Criterios de segmentación: demográficos, psicográficos y conductuales.

- Importancia de la segmentación para la validación de oportunidades de negocio.

2. Identificación y segmentación de grupos de clientes potenciales

- Fuentes de información para segmentar mercados: datos primarios y secundarios.
- Herramientas y técnicas para la segmentación: análisis de mercado, encuestas y entrevistas.
- Construcción de perfiles y arquetipos de clientes (buyer personas).

3. Análisis de problemas y necesidades específicas de los segmentos

- Técnicas de investigación cualitativa: entrevistas en profundidad, grupos focales, observación.
- Técnicas de investigación cuantitativa: encuestas estructuradas, análisis estadístico.
- Identificación de problemas, necesidades y deseos clave del cliente.
- Mapeo de la experiencia del cliente para detectar puntos de dolor y oportunidades.

4. Diseño de propuestas de valor centradas en el usuario

- Concepto y componentes de la propuesta de valor.
- Principios del método Lean Startup aplicados al diseño de propuestas de valor.
- Creación de propuestas de valor alineadas con las necesidades y problemas identificados.
- Uso del Value Proposition Canvas para estructurar la propuesta de valor.

5. Evaluación y validación de propuestas de valor

- Formulación de hipótesis sobre la propuesta de valor y el segmento de clientes.
- Diseño y ejecución de experimentos para validar hipótesis: prototipos, entrevistas, pruebas piloto.
- Métricas clave para medir la efectividad de las propuestas de valor.
- Iteración basada en feedback y resultados de experimentos.

6. Integración de segmentación y propuesta de valor en el modelo de negocio

- Introducción al Business Model Canvas (BMC) y sus bloques relacionados con clientes y propuesta de valor.
- Cómo vincular segmentos de clientes con propuestas de valor en el BMC.
- Construcción de un modelo de negocio coherente y validado.
- Ejemplos prácticos de integración de segmentos y propuestas de valor en startups reales.

Actividades

Actividad 1: Construcción de perfiles de cliente (Buyer Personas)

Objetivo: Identificar y segmentar grupos de clientes potenciales utilizando criterios demográficos, psicográficos y conductuales.

Descripción paso a paso:

- Dividir a los estudiantes en grupos pequeños.

- Asignar un producto o servicio hipotético o real para que trabajen.
- Solicitar que investiguen y definan segmentos de clientes usando criterios demográficos, psicográficos y conductuales.
- Elaborar perfiles detallados (buyer personas) que incluyan datos relevantes, intereses, comportamientos y necesidades.
- Presentar los perfiles al grupo y discutir las diferencias entre segmentos.

Organización: Grupos de 3 a 5 estudiantes.

Producto esperado: Documentos con perfiles de buyer personas y justificación de la segmentación.

Duración estimada: 2 horas.

Actividad 2: Análisis de necesidades mediante entrevistas y encuestas

Objetivo: Analizar problemas y necesidades específicas de los segmentos seleccionados mediante técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa.

Descripción paso a paso:

- Cada grupo selecciona uno o dos segmentos de clientes definidos previamente.
- Diseñar una guía de entrevista y/o encuesta enfocada en identificar problemas, necesidades y deseos.
- Realizar entrevistas o aplicar encuestas a personas que representen los segmentos.
- Analizar los resultados para detectar patrones y prioridades en las necesidades.
- Presentar un informe con hallazgos y conclusiones.

Organización: Grupos pequeños o parejas.

Producto esperado: Informe con análisis de necesidades y problemas de clientes.

Duración estimada: 3 horas (incluye aplicación y análisis).

Actividad 3: Diseño de propuestas de valor con el Value Proposition Canvas

Objetivo: Diseñar propuestas de valor centradas en el usuario que respondan a las necesidades identificadas aplicando principios del método Lean Startup.

Descripción paso a paso:

- Introducción al Value Proposition Canvas y sus componentes.
- En grupos, utilizar la información de las necesidades de clientes para diseñar propuestas de valor.
- Identificar productos/servicios, beneficios y alivios de problemas para cada segmento.
- Explicar cómo la propuesta responde a las prioridades y problemas detectados.
- Compartir y discutir propuestas con el resto de la clase para recibir feedback.

Organización: Grupos de 3 a 5 estudiantes.

Producto esperado: Propuestas de valor documentadas en formato Value Proposition Canvas.

Duración estimada: 2 horas.

Actividad 4: Diseño y validación de hipótesis mediante experimentos

Objetivo: Evaluar la efectividad de propuestas de valor mediante hipótesis y desarrollo de experimentos para su validación.

Descripción paso a paso:

- En grupos, formular hipótesis claras sobre la propuesta de valor y el segmento de clientes.
- Diseñar experimentos o pruebas piloto para validar dichas hipótesis (por ejemplo, prototipos, entrevistas de validación, landing pages).
- Planificar métricas y métodos para recopilar datos relevantes.
- Simular o ejecutar experimentos (según recursos disponibles).
- Analizar resultados y presentar recomendaciones para iterar la propuesta.

Organización: Grupos pequeños.

Producto esperado: Documento con hipótesis, diseño de experimento, resultados y conclusiones.

Duración estimada: 3 horas.

Actividad 5: Integración en el Business Model Canvas

Objetivo: Integrar la segmentación de clientes y la propuesta de valor en un modelo de negocio coherente utilizando el Business Model Canvas.

Descripción paso a paso:

- Introducción al Business Model Canvas y sus bloques clave.
- Cada grupo utiliza la segmentación y propuesta de valor desarrollada para completar los bloques de Segmentos de Clientes y Propuesta de Valor del BMC.
- Complementar con otros bloques relacionados para mostrar coherencia (canales, relaciones, fuentes de ingreso).
- Presentar el modelo completo y discutir cómo la segmentación y propuesta de valor se integran y validan dentro del modelo.

Organización: Grupos de 3 a 5 estudiantes.

Producto esperado: Business Model Canvas completo con justificación de integración.

Duración estimada: 2 horas.

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre segmentación de clientes, propuestas de valor y conceptos básicos del método Lean Startup.

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

Instrumento sugerido: Test en línea o papel con 10 preguntas clave sobre segmentación, investigación y diseño de valor.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Progreso en la identificación de segmentos, análisis de necesidades, diseño de propuestas de valor y experimentos.

Cómo se evalúa: Revisión y retroalimentación continua de productos parciales: perfiles de clientes, informes de investigación, Value Proposition Canvas y diseños de experimentos.

Instrumento sugerido: Rúbricas específicas para cada producto, listas de cotejo y sesiones de retroalimentación grupal.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Integración final de la segmentación y propuesta de valor en un modelo de negocio coherente y validado.

Cómo se evalúa: Presentación oral y entrega escrita del Business Model Canvas completo junto con la documentación de validación de hipótesis.

Instrumento sugerido: Rúbrica de evaluación que considere claridad, coherencia, fundamentación en datos y capacidad de síntesis.

Unidad 5: Desarrollo de Clientes II: Entrevistas y Validación de Hipótesis

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar guiones de entrevistas estructuradas y semiestructuradas para validar hipótesis de negocio, aplicando técnicas efectivas de comunicación.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de ejecutar entrevistas con clientes potenciales, recopilando retroalimentación cualitativa relevante que permita validar o refutar hipótesis planteadas.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar y sintetizar información obtenida de entrevistas para identificar patrones y conclusiones que apoyen la toma de decisiones en el desarrollo de clientes.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de adaptar hipótesis de negocio con base en los resultados de entrevistas, demostrando un enfoque iterativo y basado en evidencia conforme al método Lean Startup.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar la efectividad de las entrevistas realizadas mediante criterios de validez, confiabilidad y profundidad de la información obtenida.

Contenidos Temáticos

1. Introducción a las entrevistas en el desarrollo de clientes

- Importancia de las entrevistas para validar hipótesis en Lean Startup: se explicará cómo las entrevistas permiten obtener información directa y cualitativa que apoya o refuta supuestos de negocio.

- Tipos de entrevistas: estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas, con énfasis en cuándo y cómo utilizar cada una para distintos objetivos.
- Características de una entrevista efectiva: elementos clave como la escucha activa, formulación de preguntas abiertas y el manejo del sesgo del entrevistador.

2. Diseño de guiones para entrevistas

- Definición y estructura de un guion de entrevista: presentación, cuerpo de preguntas y cierre.
- Cómo formular preguntas para validar hipótesis: técnicas para transformar hipótesis en preguntas claras, neutrales y abiertas que fomenten respuestas detalladas.
- Elementos de comunicación efectiva: uso del lenguaje sencillo, empatía, control del tono y manejo del tiempo durante la entrevista.
- Preparación logística y ética: consentimiento informado, confidencialidad y manejo de datos personales.

3. Ejecución de entrevistas con clientes potenciales

- Preparación antes de la entrevista: estudio previo del perfil del entrevistado, objetivos específicos y ambiente adecuado.
- Técnicas para iniciar y conducir la entrevista: establecimiento de rapport, preguntas de calentamiento y transición entre temas.
- Recopilación y registro de información: tomar notas, uso de grabadoras y observación de lenguaje no verbal.
- Manejo de situaciones difíciles: respuestas evasivas, emociones intensas o interrupciones.

4. Análisis y síntesis de la información cualitativa obtenida

- Transcripción y organización de datos: procedimientos para sistematizar la información obtenida en las entrevistas.
- Identificación de patrones y temas recurrentes: codificación abierta y agrupamiento de respuestas similares.
- Uso de matrices y herramientas visuales para análisis: mapas conceptuales, diagramas de afinidad y tablas comparativas.
- Interpretación de resultados para la toma de decisiones: cómo vincular hallazgos con hipótesis y ajustes en el modelo de negocio.

5. Iteración y adaptación de hipótesis basadas en entrevistas

- Principios del enfoque iterativo en Lean Startup: validar, aprender y pivotar.
- Cómo modificar hipótesis con base en evidencia cualitativa: criterios para decidir mantener, modificar o descartar hipótesis.
- Documentación y seguimiento de cambios en hipótesis y estrategias de negocio.

6. Evaluación de la efectividad de las entrevistas

- Criterios de validez y confiabilidad en entrevistas cualitativas: cómo asegurar que los datos reflejan la realidad y son consistentes.

- Profundidad y riqueza de la información: indicadores para evaluar si las entrevistas alcanzaron suficiente detalle y diversidad de perspectivas.
- Retroalimentación y mejora continua: métodos para evaluar y mejorar el proceso de entrevista en futuras iteraciones.

Actividades

1. Diseño de guion para entrevista de validación de hipótesis

Objetivo: Diseñar guiones de entrevistas estructuradas y semiestructuradas para validar hipótesis de negocio aplicando técnicas de comunicación.

Descripción:

- Los estudiantes seleccionan una hipótesis de negocio propia o propuesta.
- En parejas, diseñan un guion de entrevista semiestructurada que incluya preguntas abiertas y de seguimiento para validar dicha hipótesis.
- Incorporan aspectos de introducción, cuerpo y cierre, y prácticas de comunicación efectiva.
- Discuten con otra pareja para recibir retroalimentación y mejoran su guion.

Organización: Parejas

Producto esperado: Guion de entrevista estructurado y semiestructurado para validación de una hipótesis.

Duración estimada: 90 minutos

2. Simulación y ejecución de entrevistas

Objetivo: Ejecutar entrevistas con clientes potenciales para recopilar retroalimentación cualitativa que valide o refute hipótesis.

Descripción:

- En grupos de 3, un estudiante hace de entrevistador, otro de entrevistado (cliente potencial), y otro observa y toma notas.
- Se realizan entrevistas usando los guiones diseñados previamente.
- El observador evalúa la ejecución con base en criterios de comunicación efectiva y toma de datos.
- Luego se rotan roles para que cada estudiante tenga la experiencia de entrevistador.

Organización: Grupos de 3

Producto esperado: Registro de entrevista y reporte de observaciones sobre la ejecución.

Duración estimada: 120 minutos

3. Análisis y síntesis de información cualitativa

Objetivo: Analizar y sintetizar información de entrevistas para identificar patrones y conclusiones que apoyen la toma de decisiones.

Descripción:

- Cada grupo recibe transcripciones o notas de entrevistas simuladas.
- Aplican técnicas de codificación para encontrar temas recurrentes y patrones.
- Elaboran mapas conceptuales o matrices que sintetizan la información.
- Presentan conclusiones y recomendaciones para ajustar hipótesis o modelos de negocio.

Organización: Grupos de 4-5 estudiantes

Producto esperado: Informe con análisis cualitativo y propuestas de adaptación de hipótesis.

Duración estimada: 90 minutos

4. Evaluación crítica y mejora de entrevistas realizadas

Objetivo: Evaluar la efectividad de las entrevistas mediante criterios de validez, confiabilidad y profundidad de la información obtenida.

Descripción:

- Los estudiantes revisan las entrevistas realizadas y los análisis previos.
- Aplican una lista de verificación con criterios de evaluación (validez, confiabilidad, profundidad).
- Discuten en plenaria fortalezas y oportunidades de mejora del proceso.
- Proponen estrategias para mejorar futuras entrevistas.

Organización: Individual y plenaria

Producto esperado: Informe de evaluación y plan de mejora para futuras entrevistas.

Duración estimada: 60 minutos

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre entrevistas y validación de hipótesis en Lean Startup.

Cómo se evalúa: Cuestionario breve con preguntas de opción múltiple y abiertas sobre conceptos básicos y tipos de entrevistas.

Instrumento sugerido: Test digital o en papel de 10 preguntas al inicio de la unidad.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Diseño de guiones, ejecución y análisis de entrevistas, capacidad para aplicar técnicas de comunicación y análisis cualitativo.

Cómo se evalúa: Observación directa durante actividades prácticas, revisión de guiones y productos de análisis, retroalimentación continua.

Instrumento sugerido: Rúbrica de evaluación para guiones y entrevistas, listas de cotejo para análisis de información, retroalimentación oral y escrita.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Competencia integral para diseñar, ejecutar, analizar y evaluar entrevistas aplicadas a validar hipótesis, así como la capacidad para adaptar hipótesis con base en evidencia.

Cómo se evalúa: Presentación final de un caso real o simulado que incluya guion, registro de entrevistas, análisis cualitativo y propuesta de ajuste de hipótesis, acompañado de una reflexión crítica.

Instrumento sugerido: Rúbrica detallada que valore la coherencia, profundidad, aplicación de técnicas y calidad del análisis y reflexiones.

Unidad 6: Introducción al Modelo de Negocio Canvas

Unidad 7: Diseño del Modelo de Negocio: Segmentos, Propuesta y Canales

Unidad 8: Diseño del Modelo de Negocio: Relaciones, Fuentes de Ingresos y Recursos Clave

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar diferentes tipos de relaciones con clientes y seleccionar las estrategias más adecuadas para gestionar dichas relaciones en un modelo de negocio.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar y clasificar las fuentes de ingresos potenciales para un emprendimiento, justificando su selección en función del mercado objetivo.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de determinar los recursos clave necesarios para la operación del modelo de negocio y describir su impacto en la propuesta de valor.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar un segmento del Business Model Canvas que integre las relaciones con clientes, fuentes de ingresos y recursos clave, aplicando principios de innovación y validación.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar la viabilidad de estrategias para gestionar relaciones con clientes y fuentes de ingresos, utilizando criterios basados en análisis de mercado y desarrollo de clientes.

Contenidos Temáticos

1. Introducción al Diseño del Modelo de Negocio: Relaciones, Fuentes de Ingresos y Recursos Clave

- Visión general del Business Model Canvas y su importancia en el emprendimiento.
- Contextualización de las relaciones con clientes, fuentes de ingresos y recursos clave en el modelo de negocio.
- Objetivos específicos y su alineación con la innovación y validación en Lean Startup.

2. Relaciones con Clientes

- Definición y papel de las relaciones con clientes en el modelo de negocio.
- Tipos de relaciones con clientes:

- Asistencia personal.
- Asistencia personal dedicada.
- Autoservicio.
- Servicios automatizados.
- Comunidades.
- Co-creación.
- Estrategias para gestionar relaciones con clientes:
 - Segmentación y personalización.
 - Uso de canales digitales y tradicionales.
 - Fidelización y retención de clientes.
 - Medición y análisis del feedback del cliente.
- Casos prácticos y ejemplos de gestión de relaciones en distintos modelos de negocio.

3. Fuentes de Ingresos

- Concepto y relevancia de las fuentes de ingresos en el modelo de negocio.
- Tipos principales de fuentes de ingresos:
 - Venta de activos.
 - Tarifas por uso.
 - Suscripciones.
 - Préstamo/arriendo/licenciamiento.
 - Publicidad.
 - Comisiones y corretajes.
- Criterios para seleccionar fuentes de ingresos adecuadas:
 - Alineación con el mercado objetivo.
 - Viabilidad económica y escalabilidad.
 - Innovación y diferenciación.
- Ejercicios para identificar y clasificar fuentes de ingresos en diferentes contextos emprendedores.

4. Recursos Clave

- Definición y clasificación de recursos clave en el modelo de negocio:
 - Recursos físicos.
 - Recursos intelectuales.
 - Recursos humanos.
 - Recursos financieros.

- Importancia de los recursos clave en la creación y entrega de la propuesta de valor.
- Evaluación del impacto de los recursos clave en la operatividad y competitividad del negocio.
- Ejemplos y análisis de recursos clave en startups y empresas consolidadas.

5. Integración en el Business Model Canvas

- Construcción del segmento del Business Model Canvas que incluye relaciones con clientes, fuentes de ingresos y recursos clave.
- Aplicación de principios de innovación y validación en el diseño del segmento.
- Herramientas para la visualización y presentación del modelo de negocio.
- Ejercicio práctico de diseño e integración de los tres componentes en un modelo de negocio real o hipotético.

6. Evaluación de Viabilidad y Estrategias

- Criterios para evaluar la viabilidad de estrategias en gestión de relaciones con clientes y fuentes de ingresos:
 - Análisis de mercado.
 - Desarrollo de clientes.
 - Factibilidad financiera.
 - Riesgos y mitigación.
- Metodologías para la validación continua de estrategias.
- Estudio de casos para evaluar la viabilidad y proponer mejoras en modelos de negocio existentes.

Actividades

Actividad 1: Análisis y Selección de Relaciones con Clientes

Objetivo: Desarrollar la capacidad de analizar diferentes tipos de relaciones con clientes y seleccionar estrategias adecuadas.

Descripción:

- Se presenta a los estudiantes un caso de emprendimiento con un perfil de mercado definido.
- En grupos, analizan los distintos tipos de relaciones con clientes que podrían aplicarse.
- Seleccionan y justifican la estrategia más adecuada para gestionar la relación con los clientes del caso.
- Preparan una breve presentación para compartir su análisis y conclusiones con la clase.

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes.

Producto esperado: Informe breve y presentación oral.

Duración estimada: 90 minutos.

Actividad 2: Identificación y Clasificación de Fuentes de Ingresos

Objetivo: Identificar y clasificar fuentes de ingresos potenciales justificando su selección según el mercado objetivo.

Descripción:

- Los estudiantes reciben descripciones de diferentes modelos de negocio.
- Individualmente, listan posibles fuentes de ingresos para cada modelo.
- En parejas, discuten las ventajas y desventajas de cada fuente en función del mercado y la propuesta de valor.
- Como cierre, cada pareja comparte su análisis con el grupo completo.

Organización: Inicialmente individual, luego en parejas, discusión grupal.

Producto esperado: Lista clasificada de fuentes de ingresos con justificación escrita.

Duración estimada: 60 minutos.

Actividad 3: Diagnóstico de Recursos Clave y su Impacto

Objetivo: Determinar recursos clave necesarios para operar un modelo de negocio y describir su impacto en la propuesta de valor.

Descripción:

- Se presenta un modelo de negocio (real o ficticio) con información limitada.
- En grupos, los estudiantes identifican los recursos clave necesarios para el negocio.
- Discuten cómo cada recurso influye en la propuesta de valor y en la operación general.
- Elaboran un mapa visual o esquema que relacione recursos clave con la propuesta de valor.

Organización: Grupos de 4-5 estudiantes.

Producto esperado: Mapa visual o esquema y reporte escrito.

Duración estimada: 90 minutos.

Actividad 4: Diseño Integrado del Segmento del Business Model Canvas

Objetivo: Diseñar un segmento del Business Model Canvas integrando relaciones con clientes, fuentes de ingresos y recursos clave con enfoque en innovación y validación.

Descripción:

- Por equipos, los estudiantes seleccionan una idea de negocio o un proyecto emprendedor.
- Diseñan el segmento del Canvas que incluye los tres componentes de la unidad.
- Aplican principios de validación para ajustar y mejorar su diseño.
- Presentan su trabajo ante la clase y reciben retroalimentación para iterar el diseño.

Organización: Grupos de 4-5 estudiantes.

Producto esperado: Segmento del Business Model Canvas completo, presentación y plan de validación.

Duración estimada: 3 horas (puede dividirse en dos sesiones).

Evaluación**Evaluación Diagnóstica**

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre tipos de relaciones con clientes, fuentes de ingresos y recursos clave.

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

Instrumento sugerido: Test en línea o papel con 10 preguntas para identificar conocimientos iniciales.

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Progreso en el análisis, identificación, diseño y justificación de los componentes del modelo de negocio durante las actividades.

Cómo se evalúa: Revisión continua de productos parciales (informes, mapas visuales, listas clasificadas) y participación en discusiones y presentaciones.

Instrumento sugerido: Rúbrica de evaluación formativa para actividades grupales e individuales, con criterios claros de análisis, justificación y aplicación práctica.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para diseñar e integrar el segmento del Business Model Canvas que incluye relaciones con clientes, fuentes de ingresos y recursos clave, y evaluar la viabilidad de estrategias propuestas.

Cómo se evalúa: Entrega final del segmento del Canvas junto con un informe que justifique las elecciones y evalúe la viabilidad con base en análisis de mercado y desarrollo de clientes.

Instrumento sugerido: Rúbrica de evaluación sumativa que incluya criterios de innovación, coherencia, validación y viabilidad financiera y estratégica.

Unidad 9: Diseño del Modelo de Negocio: Actividades, Socios Clave y Estructura de Costos

Unidad 10: Herramientas y Técnicas para la Experimentación Lean

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar experimentos lean para validar hipótesis de producto o servicio, aplicando métricas clave y criterios de aprendizaje validado.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar y seleccionar métricas relevantes para medir el desempeño y la viabilidad de un producto o servicio en desarrollo.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de interpretar resultados de experimentos lean para ajustar estrategias de desarrollo y optimizar el modelo de negocio.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar técnicas de aprendizaje validado para iterar y mejorar propuestas de valor basadas en evidencia empírica.

Contenidos Temáticos

1. Introducción a la Experimentación Lean

- Concepto y principios de la experimentación lean: exploración de cómo los experimentos permiten validar hipótesis de manera rápida y con bajo costo.
- Importancia de la experimentación en el desarrollo ágil de productos y servicios.
- Relación entre experimentos lean, el ciclo Build-Measure-Learn y el aprendizaje validado.

2. Diseño de Experimentos Lean para Validar Hipótesis

- Definición y formulación de hipótesis de producto o servicio: cómo identificar supuestos clave que requieren validación.
- Tipos de experimentos lean: desde prototipos y pruebas de concepto hasta landing pages y campañas piloto.
- Construcción de experimentos efectivos: criterios para diseñar pruebas que generen datos relevantes y accionables.
- Selección de indicadores y métricas iniciales para medir resultados de experimentos.

3. Métricas Clave en la Experimentación Lean

- Diferenciación entre métricas vanidosas y métricas accionables.
- Métricas relevantes para validar desempeño y viabilidad: tasa de conversión, tasa de retención, costo de adquisición, ingresos iniciales, entre otras.
- Uso de métricas piratas (AARRR): adquisición, activación, retención, recomendación y revenue.
- Herramientas para la recolección y análisis de métricas en experimentos lean.

4. Interpretación de Resultados y Aprendizaje Validado

- Análisis e interpretación de datos cuantitativos y cualitativos obtenidos en experimentos.
- Criterios para decidir pivote, perseverar o abandonar hipótesis.
- Aplicación del aprendizaje validado para ajustar estrategias y modelos de negocio.
- Documentación y sistematización del conocimiento obtenido de los experimentos.

5. Técnicas para Iterar y Mejorar Propuestas de Valor Basadas en Evidencia

- Metodologías para iterar con base en resultados de experimentos: mejoras incrementales y pivotes estratégicos.
- Uso de feedback de usuarios y clientes reales para enriquecer la propuesta de valor.
- Herramientas para gestión del aprendizaje y toma de decisiones basada en datos.
- Casos prácticos y ejemplos de iteraciones exitosas en startups y proyectos innovadores.

Actividades

Diseño de Experimento Lean para Validar una Hipótesis

Objetivo: Diseñar experimentos lean para validar hipótesis de producto o servicio aplicando métricas y aprendizaje validado.

Descripción:

- Los estudiantes seleccionan una hipótesis relacionada con un producto o servicio innovador (puede ser un proyecto propio o un caso de estudio).
- Formulan claramente la hipótesis y definen el objetivo del experimento.
- Diseñan un experimento lean detallado, especificando el tipo de experimento, el procedimiento, los recursos necesarios y las métricas clave a medir.
- Presentan su diseño para retroalimentación en clase.

Organización: Grupos pequeños (3-4 integrantes).

Producto esperado: Documento o presentación con el diseño completo del experimento lean.

Duración estimada: 2 sesiones de 90 minutos cada una.

Análisis y Selección de Métricas Clave

Objetivo: Analizar y seleccionar métricas relevantes para medir desempeño y viabilidad de un producto o servicio en desarrollo.

Descripción:

- Se presentan varios escenarios de productos o servicios con datos preliminares.
- Los estudiantes analizan cada escenario para identificar qué métricas serían más relevantes y por qué.
- Discuten en grupo las implicaciones de elegir ciertas métricas y cómo estas afectan la toma de decisiones.
- Elaboran un reporte que justifique la selección de métricas y su aplicación práctica.

Organización: Parejas o grupos de tres.

Producto esperado: Informe escrito con análisis y justificación de métricas seleccionadas.

Duración estimada: 1 sesión de 90 minutos.

Interpretación de Resultados y Toma de Decisiones

Objetivo: Interpretar resultados de experimentos lean para ajustar estrategias y optimizar el modelo de negocio.

Descripción:

- Se entrega a los estudiantes un conjunto de resultados simulados de un experimento lean con métricas cuantitativas y cualitativas.
- Analizan los datos para identificar aprendizajes validados y evaluar el desempeño del experimento.
- Discuten posibles acciones: pivotar, perseverar o abandonar la hipótesis inicial.
- Elaboran un plan de ajustes al modelo de negocio basado en el análisis.

Organización: Grupos pequeños.

Producto esperado: Informe con análisis y plan de acción para optimización del modelo.

Duración estimada: 1 sesión de 90 minutos.

Iteración y Mejora de Propuestas de Valor

Objetivo: Aplicar técnicas de aprendizaje validado para iterar y mejorar propuestas de valor basadas en evidencia empírica.

Descripción:

- Cada grupo revisa su experimento y resultados previos.
- Proponen una iteración o pivote en la propuesta de valor, sustentado en evidencia empírica y feedback.
- Diseñan un plan para implementar esta iteración en un nuevo ciclo de experimentación.
- Comparten su propuesta y reciben retroalimentación de sus compañeros y docente.

Organización: Grupos pequeños.

Producto esperado: Plan de iteración basado en aprendizaje validado.

Duración estimada: 1 sesión de 90 minutos.

Evaluación

Evaluación Diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre experimentación, hipótesis, métricas y aprendizaje validado.

Cómo se evalúa: Cuestionario breve con preguntas de opción múltiple y respuesta corta sobre conceptos básicos.

Instrumento sugerido: Cuestionario en línea o impreso al inicio de la unidad.

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Progreso en el diseño de experimentos, análisis de métricas, interpretación de resultados y aplicación del aprendizaje validado.

Cómo se evalúa: Revisión continua de productos parciales (borradores, informes, presentaciones) con retroalimentación escrita y oral.

Instrumento sugerido: Rúbricas para evaluar claridad en el diseño experimental, pertinencia de métricas, calidad del análisis y sentido crítico en propuestas de iteración.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Capacidad integral para diseñar, analizar, interpretar y aplicar experimentos lean en un caso real o simulado.

Cómo se evalúa: Entrega final que incluye diseño de experimento, análisis de métricas, interpretación de resultados y plan de iteración.

Instrumento sugerido: Rúbrica detallada que incluya criterios de coherencia, profundidad, justificación y aplicación práctica.

Unidad 11: Estrategias de Financiamiento y Pitch de Emprendimiento

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar y comparar diversas fuentes de financiamiento para emprendimientos, evaluando sus ventajas y desventajas en función del tipo de proyecto.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar un pitch de emprendimiento claro y persuasivo que integre los elementos clave del modelo de negocio y la propuesta de valor.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar técnicas de comunicación efectiva para presentar proyectos ante potenciales inversores, adaptando el mensaje según el público objetivo.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar y responder preguntas críticas durante una presentación de pitch, demostrando dominio del modelo de negocio y la estrategia de financiamiento.

Contenidos Temáticos

1. Fuentes de Financiamiento para Emprendimientos

- **Definición y clasificación:** Se abordará qué es financiamiento, la importancia en emprendimientos y clasificación general (capital propio, capital ajeno, mixto).
- **Fuentes tradicionales:** Crédito bancario, líneas de crédito, financiamiento gubernamental y subsidios.
- **Fuentes no tradicionales:** Inversores ángeles, capital de riesgo, crowdfunding, incubadoras y aceleradoras.
- **Ventajas y desventajas:** Análisis comparativo de cada fuente según tipo de emprendimiento, etapa del proyecto, riesgo y control.
- **Criterios para la selección adecuada:** Evaluación del perfil del proyecto, necesidades financieras, estructura de capital y impacto en la propiedad.

2. Diseño del Pitch de Emprendimiento

- **Concepto y propósito del pitch:** Qué es un pitch, tipos (elevador, extendido) y su rol en la captación de recursos.
- **Elementos clave del pitch:** Problema, solución, propuesta de valor, modelo de negocio, mercado, competencia, equipo y necesidades financieras.
- **Estructura del pitch:** Organización lógica y cronológica para captar y mantener la atención del inversor.
- **Integración del modelo de negocio y propuesta de valor:** Cómo comunicar claramente estos aspectos para fortalecer la presentación.

3. Comunicación Efectiva en Presentaciones ante Inversores

- **Técnicas de comunicación verbal y no verbal:** Uso del lenguaje claro, tono, ritmo, gestos, contacto visual y postura.
- **Adaptación del mensaje según el público:** Identificación del tipo de inversor y cómo ajustar el discurso para maximizar impacto.
- **Uso de recursos visuales y multimedia:** Diseño y utilización de diapositivas, gráficos, videos y otros apoyos para reforzar el mensaje.

- **Prácticas para el manejo del nerviosismo y control del tiempo:** Estrategias para la autoconfianza y gestión efectiva del tiempo durante la presentación.

4. Análisis y Respuesta a Preguntas Críticas en el Pitch

- **Identificación de posibles preguntas:** Preguntas comunes sobre modelo de negocio, finanzas, competencia y riesgos.
- **Estrategias para responder con seguridad y claridad:** Técnicas para estructurar respuestas, mantener la calma y demostrar dominio.
- **Demostración de conocimiento profundo del proyecto:** Cómo evidenciar preparación y capacidad para defender la propuesta.
- **Manejo de objeciones y críticas constructivas:** Tácticas para convertir preguntas difíciles en oportunidades de fortalecimiento del pitch.

Actividades

Actividad 1: Mapa Comparativo de Fuentes de Financiamiento

Objetivo: Identificar y comparar diversas fuentes de financiamiento para emprendimientos.

Descripción:

- Los estudiantes investigarán diferentes fuentes de financiamiento (tradicionales y no tradicionales).
- En grupos, elaborarán un cuadro comparativo que incluya ventajas, desventajas, requisitos, riesgos y tipo de proyecto indicado para cada fuente.
- Presentarán su cuadro al resto del grupo para discutir y complementar la información.

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto esperado: Cuadro comparativo detallado y presentación breve.

Duración estimada: 2 horas

Actividad 2: Diseño del Pitch de Emprendimiento

Objetivo: Diseñar un pitch claro y persuasivo que integre el modelo de negocio y la propuesta de valor.

Descripción:

- Cada estudiante seleccionará o diseñará un modelo de negocio para un emprendimiento.
- Elaborará un guion estructurado del pitch que incluya todos los elementos clave.
- Preparará una presentación con apoyo visual (diapositivas o carteles).

Organización: Individual

Producto esperado: Guion escrito del pitch y presentación visual.

Duración estimada: 3 horas

Actividad 3: Simulación de Presentación ante Inversores

Objetivo: Aplicar técnicas de comunicación efectiva para presentar proyectos ante potenciales inversores.

Descripción:

- En grupos, cada estudiante presentará su pitch ante los compañeros que actuarán como inversores.
- Se practicarán técnicas de comunicación verbal y no verbal, control del tiempo y uso de recursos visuales.
- Recibirán retroalimentación sobre su desempeño y adaptabilidad del mensaje.

Organización: Individual con grupo como audiencia

Producto esperado: Presentación oral y retroalimentación escrita.

Duración estimada: 3 horas

Actividad 4: Ronda de Preguntas y Respuestas Críticas

Objetivo: Analizar y responder preguntas críticas demostrando dominio del modelo de negocio y estrategias de financiamiento.

Descripción:

- Luego de la presentación del pitch, los compañeros y docente formularán preguntas críticas sobre el proyecto.
- El presentador practicará respuestas claras, estructuradas y seguras.
- Se realizará un análisis grupal de las respuestas para identificar fortalezas y áreas de mejora.

Organización: Individual con intervención grupal

Producto esperado: Registro de preguntas y respuestas, análisis de desempeño.

Duración estimada: 2 horas

Evaluación

Evaluación Diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre fuentes de financiamiento y habilidades básicas para presentaciones.

Cómo se evalúa: Cuestionario breve con preguntas abiertas y de opción múltiple sobre fuentes de financiamiento y elementos de un pitch.

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

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Desarrollo y progreso en el diseño del pitch, participación en actividades y aplicación de técnicas de comunicación.

Cómo se evalúa: Observación directa durante actividades, revisión de productos parciales (mapas comparativos, guiones) y feedback entre pares.

Instrumento sugerido: Rúbrica de evaluación para actividades prácticas y lista de cotejo para participación.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para presentar un pitch persuasivo, responder preguntas críticas y demostrar comprensión de fuentes de financiamiento.

Cómo se evalúa: Presentación final del pitch ante el grupo o panel simulado y sesión de preguntas y respuestas.

Instrumento sugerido: Rúbrica detallada que incluya criterios de contenido, comunicación, manejo de preguntas y dominio del tema.

Unidad 12: Innovación en Modelos de Negocio y Tendencias Actuales

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar casos de éxito en innovación y modelos de negocio disruptivos para identificar factores clave que contribuyen a su éxito.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar tendencias emergentes en modelos de negocio y su impacto en diferentes industrias mediante el uso de fuentes actualizadas y análisis crítico.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de comparar diferentes modelos de negocio innovadores utilizando el Business Model Canvas para determinar su viabilidad y potencial de escalabilidad.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar conceptos de innovación para diseñar propuestas de valor que respondan a las necesidades del mercado en contextos dinámicos y cambiantes.

Contenidos Temáticos

1. Introducción a la Innovación en Modelos de Negocio

- Concepto y relevancia de la innovación en modelos de negocio: definición, importancia para la competitividad y sostenibilidad empresarial.
- Tipos de innovación en modelos de negocio: innovación en propuesta de valor, infraestructura, clientes y finanzas.
- El rol de la innovación disruptiva vs. incremental en la transformación de industrias.

2. Análisis de Casos de Éxito en Modelos de Negocio Disruptivos

- Metodología para análisis de casos: identificación de factores clave y estructuras de análisis.
- Estudio de casos emblemáticos: ejemplos como Airbnb, Netflix, Uber y Tesla.
- Factores críticos de éxito: innovación tecnológica, modelo de ingreso, experiencia de cliente, escalabilidad y adaptabilidad.

3. Tendencias Emergentes en Modelos de Negocio

- Identificación de tendencias actuales basadas en fuentes actualizadas: economía circular, plataformas digitales, suscripciones y modelos freemium.
- Impacto de tecnologías emergentes en modelos de negocio: inteligencia artificial, blockchain, internet de las cosas (IoT) y big data.

- Evaluación crítica del efecto de estas tendencias en diversas industrias: comercio, salud, educación, manufactura y servicios.

4. Herramientas para el Diseño y Análisis de Modelos de Negocio Innovadores

- Introducción al Business Model Canvas: estructura, componentes y utilidad para el análisis comparativo.
- Comparación de modelos de negocio innovadores: aplicación práctica del Business Model Canvas para evaluar viabilidad y potencial de escalabilidad.
- Limitaciones y adaptaciones del Business Model Canvas en contextos dinámicos.

5. Diseño de Propuestas de Valor Innovadoras

- Conceptos clave en la propuesta de valor: identificación de necesidades del mercado y segmentación de clientes.
- Metodologías para diseñar propuestas de valor innovadoras: Design Thinking y Lean Startup.
- Adaptación de propuestas de valor en contextos cambiantes: flexibilidad y aprendizaje continuo.

Actividades

1. Análisis de Caso de Éxito

Objetivo: Analizar casos de éxito en innovación y modelos de negocio disruptivos para identificar factores clave que contribuyen a su éxito.

Descripción:

- Dividir a los estudiantes en grupos pequeños.
- Asignar a cada grupo un caso de estudio (e.g., Airbnb, Netflix, Uber, Tesla).
- Cada grupo investigará el modelo de negocio, identificará innovaciones y factores clave del éxito.
- Presentarán un análisis estructurado incluyendo fortalezas, debilidades y aprendizajes aplicables.

Organización: Grupos

Producto esperado: Informe y presentación grupal con análisis detallado del caso.

Duración estimada: 2 horas de investigación y 1 hora de presentación y discusión.

2. Investigación y Evaluación de Tendencias Emergentes

Objetivo: Evaluar tendencias emergentes en modelos de negocio y su impacto en diferentes industrias mediante el uso de fuentes actualizadas y análisis crítico.

Descripción:

- De forma individual, seleccionar una tendencia emergente (e.g., economía circular, suscripciones, IA).
- Investigar su definición, casos actuales y efectos en al menos dos industrias distintas.
- Elaborar un reporte crítico que incluya análisis de oportunidades y riesgos.
- Compartir hallazgos en foro virtual para retroalimentación colectiva.

Organización: Individual

Producto esperado: Reporte escrito y participación en foro.

Duración estimada: 3 horas.

3. Taller de Comparación con Business Model Canvas

Objetivo: Comparar diferentes modelos de negocio innovadores utilizando el Business Model Canvas para determinar su viabilidad y potencial de escalabilidad.

Descripción:

- Proveer a los estudiantes plantillas del Business Model Canvas.
- En grupos, seleccionar dos modelos de negocio innovadores diferentes.
- Completar el Canvas para cada modelo y realizar un análisis comparativo.
- Discutir en plenaria sobre ventajas, limitaciones y potenciales mejoras.

Organización: Grupos

Producto esperado: Canvas completados y documento comparativo.

Duración estimada: 2 horas.

4. Diseño de Propuesta de Valor Innovadora

Objetivo: Aplicar conceptos de innovación para diseñar propuestas de valor que respondan a las necesidades del mercado en contextos dinámicos y cambiantes.

Descripción:

- Individualmente o en parejas, elegir un segmento de mercado específico.
- Utilizar técnicas de Design Thinking para identificar necesidades y generar ideas de valor.
- Desarrollar una propuesta de valor innovadora y justificar su relevancia y potencial impacto.
- Presentar la propuesta en clase para retroalimentación y mejora.

Organización: Individual o parejas

Producto esperado: Documento con propuesta de valor y presentación.

Duración estimada: 3 horas.

Evaluación

Evaluación Diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre innovación en modelos de negocio y familiaridad con conceptos básicos.

Cómo se evalúa: Cuestionario corto en línea o presencial con preguntas de opción múltiple y de reflexión breve.

Instrumento sugerido: Quiz digital o formulario impreso al inicio de la unidad.

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Progreso en análisis de casos, aplicación del Business Model Canvas, comprensión de tendencias y diseño de propuestas.

Cómo se evalúa: Revisión de productos parciales (informes, Canvas, reportes), participación en discusiones y retroalimentación continua.

Instrumento sugerido: Rúbricas para informes y presentaciones, observación directa, retroalimentación entre pares.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para analizar casos de éxito, evaluar tendencias, comparar modelos con Business Model Canvas y diseñar propuestas de valor innovadoras.

Cómo se evalúa: Proyecto final integrador que incluya un análisis completo de un caso real o simulado, evaluación de tendencias y diseño de un modelo de negocio innovador con propuesta de valor.

Instrumento sugerido: Rúbrica detallada para proyecto final con criterios de análisis crítico, creatividad, aplicabilidad y presentación.

Unidad 13: Gestión de Riesgos y Adaptación en el Emprendimiento

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar y clasificar los principales riesgos asociados a proyectos emprendedores mediante análisis de casos reales.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar técnicas de gestión de riesgos para diseñar planes de mitigación efectivos en contextos de emprendimiento.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar la importancia de la flexibilidad y adaptación en proyectos emprendedores mediante la comparación de diferentes escenarios de negocio.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de integrar estrategias de adaptación continua en modelos de negocio utilizando herramientas del método Lean Startup.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar propuestas de ajuste y mejora en proyectos emprendedores basadas en la retroalimentación y validación de hipótesis.

Contenidos Temáticos

1. Introducción a la Gestión de Riesgos en el Emprendimiento

- Definición de riesgo en proyectos emprendedores: exploración del concepto y su relevancia.
- Tipos de riesgos comunes en emprendimientos: mercado, financiero, operativo, legal, tecnológico.
- Importancia de la gestión proactiva de riesgos para la sostenibilidad del proyecto.

2. Identificación y Clasificación de Riesgos mediante Análisis de Casos Reales

- Técnicas para la identificación de riesgos: lluvia de ideas, análisis FODA, entrevistas y revisión documental.

- Clasificación de riesgos según probabilidad e impacto: matriz de riesgos básica.
- Análisis de casos reales de emprendimientos con foco en riesgos detectados y consecuencias.
- Discusión sobre cómo diferentes sectores y modelos de negocio enfrentan riesgos específicos.

3. Técnicas de Gestión de Riesgos y Diseño de Planes de Mitigación

- Evaluación cuantitativa y cualitativa de riesgos.
- Herramientas para priorización de riesgos: matriz de probabilidad vs impacto.
- Diseño de planes de mitigación: estrategias de evitar, transferir, mitigar y aceptar riesgos.
- Implementación de controles y monitoreo continuo.
- Ejemplos prácticos de planes de mitigación en proyectos emprendedores.

4. Flexibilidad y Adaptación en Proyectos Emprendedores

- Concepto de flexibilidad y adaptación en contextos de alta incertidumbre.
- Comparación de escenarios de negocio: análisis de casos donde la adaptación fue clave para el éxito o fracaso.
- Ventajas y riesgos de la rigidez frente a la flexibilidad en la gestión emprendedora.
- Principios para fomentar la cultura de adaptación continua en equipos emprendedores.

5. Integración de Estrategias de Adaptación en Modelos de Negocio con Lean Startup

- Revisión del método Lean Startup: construir-medir-aprender.
- Uso de experimentos y validación de hipótesis para ajustar el modelo de negocio.
- Herramientas Lean aplicadas a la gestión de riesgos y adaptación: Canvas, MVP, pivotar o perseverar.
- Casos de estudio que muestran la aplicación del Lean Startup para adaptación continua.

6. Elaboración de Propuestas de Ajuste y Mejora Basadas en Retroalimentación

- Recopilación y análisis de retroalimentación: clientes, mentores y equipo.
- Identificación de hipótesis validadas y no validadas.
- Diseño de propuestas concretas de ajuste para mitigación de riesgos y mejora del modelo.
- Desarrollo de planes de acción para implementar cambios y seguimiento.
- Presentación y defensa de propuestas en contexto emprendedor.

Actividades

Actividad 1: Análisis de Casos Reales para Identificación y Clasificación de Riesgos

Objetivo: Identificar y clasificar riesgos asociados a proyectos emprendedores mediante análisis de casos reales.

Descripción:

- Se entrega a los estudiantes un caso real documentado de un emprendimiento (puede ser un artículo o video).
- En grupos, identifican los riesgos presentes, clasificándolos según probabilidad e impacto.

- Discuten cómo esos riesgos afectaron el proyecto y qué lecciones se pueden extraer.
- Presentan un resumen visual (matriz de riesgos) y conclusiones al resto de la clase.

Organización: Grupos de 4 estudiantes.

Producto esperado: Matriz de riesgos y presentación oral.

Duración estimada: 2 horas.

Actividad 2: Diseño de un Plan de Mitigación para un Proyecto Emprendedor Simulado

Objetivo: Aplicar técnicas de gestión de riesgos para diseñar planes de mitigación efectivos.

Descripción:

- Se propone un proyecto emprendedor ficticio con riesgos identificados.
- Cada grupo selecciona los riesgos más críticos y diseña un plan de mitigación con estrategias adecuadas.
- Incluyen acciones concretas, responsables y mecanismos de monitoreo.
- Comparten el plan con el grupo para recibir retroalimentación y mejorarlo.

Organización: Grupos de 3 a 4 estudiantes.

Producto esperado: Documento del plan de mitigación y presentación de resultados.

Duración estimada: 3 horas.

Actividad 3: Simulación de Escenarios para Evaluar Flexibilidad y Adaptación

Objetivo: Evaluar la importancia de la flexibilidad y adaptación en proyectos emprendedores comparando diferentes escenarios.

Descripción:

- Se presentan dos escenarios de negocio con diferentes grados de flexibilidad (rigidez vs adaptabilidad).
- Los estudiantes analizan impactos, ventajas y desventajas de cada enfoque.
- Discuten en plenaria qué estrategias serían recomendables para cada escenario.
- Proponen recomendaciones para fomentar la adaptación continua.

Organización: Parejas o tríos para discusión y plenaria.

Producto esperado: Informe breve con conclusiones y recomendaciones.

Duración estimada: 1.5 horas.

Actividad 4: Taller Práctico de Aplicación de Lean Startup para la Adaptación Continua

Objetivo: Integrar estrategias de adaptación continua en modelos de negocio utilizando herramientas Lean Startup.

Descripción:

- Se guía a los estudiantes para diseñar un experimento mínimo viable (MVP) para validar una hipótesis de negocio.
- Simulan la recolección de datos y retroalimentación.
- Con base en los resultados simulados, elaboran propuestas de ajuste y pivote.

- Discuten la importancia del ciclo construir-medir-aprender en la adaptación del proyecto.

Organización: Grupos de 4 estudiantes.

Producto esperado: Propuesta de MVP, reporte de resultados y plan de pivote o perseverancia.

Duración estimada: 3 horas.

Evaluación

Evaluación Diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre riesgos en emprendimiento y conceptos básicos de adaptación.

Cómo se evalúa: Cuestionario breve de opción múltiple y preguntas abiertas sobre experiencias personales o percepciones.

Instrumento sugerido: Encuesta digital o papel con 10 preguntas.

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Progreso en la identificación de riesgos, diseño de planes de mitigación y aplicación de Lean Startup para adaptación.

Cómo se evalúa: Revisión continua de productos intermedios en las actividades (matrices, planes, informes, propuestas), retroalimentación oral y escrita.

Instrumento sugerido: Rúbricas para análisis de riesgos, planes de mitigación y propuestas Lean Startup; observación directa y autoevaluación grupal.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Capacidad integral para identificar riesgos, aplicar mitigación, evaluar escenarios, integrar Lean Startup y proponer ajustes.

Cómo se evalúa: Proyecto final que incluye análisis de un caso real, plan de gestión de riesgos, evaluación comparativa de escenarios y propuesta de adaptación basada en retroalimentación.

Instrumento sugerido: Rúbrica detallada que valore análisis crítico, aplicación metodológica, coherencia y creatividad en propuestas.

Unidad 14: Planificación y Desarrollo del Proyecto Emprendedor

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar un proyecto emprendedor viable integrando principios del método Lean Startup y análisis de mercado.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar un modelo de negocio innovador utilizando el Business Model Canvas para estructurar su propuesta empresarial.

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar técnicas de validación de hipótesis para evaluar la factibilidad y sustentabilidad de su proyecto emprendedor.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de desarrollar un plan de negocio que integre conceptos de innovación y estrategias de segmentación de clientes.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de presentar de manera clara y persuasiva su proyecto emprendedor sustentado en análisis y herramientas aprendidas durante el curso.

Contenidos Temáticos

1. Diseño del Proyecto Emprendedor Viable

- **Introducción al método Lean Startup:** Principios básicos, ciclo Construir-Medir-Aprender y su aplicación en proyectos emprendedores.
- **Análisis de mercado:** Técnicas para identificar oportunidades, segmentación inicial y análisis competitivo para validar la necesidad del mercado.
- **Definición de la propuesta de valor:** Cómo formular una propuesta que responda a las necesidades detectadas y que sea diferenciadora.

2. Elaboración del Modelo de Negocio con Business Model Canvas

- **Introducción al Business Model Canvas (BMC):** Descripción de los nueve bloques y su importancia en la estructuración del modelo de negocio.
- **Desarrollo de cada bloque del BMC:** Segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costos.
- **Integración y coherencia del modelo:** Cómo asegurar que los bloques estén alineados y apoyen la viabilidad del proyecto.

3. Técnicas de Validación de Hipótesis

- **Formulación de hipótesis clave:** Identificación de supuestos sobre clientes, mercado y producto que deben ser validados.
- **Métodos de validación:** Entrevistas, encuestas, prototipos mínimos viables (MVP), pruebas piloto y análisis de métricas.
- **Interpretación de resultados y ajuste del proyecto:** Cómo usar la retroalimentación para iterar el proyecto y mejorar su factibilidad y sustentabilidad.

4. Desarrollo del Plan de Negocio Innovador

- **Estructura del plan de negocio:** Componentes esenciales, incluyendo resumen ejecutivo, análisis de mercado, estrategia comercial y financiera.
- **Estrategias de segmentación y posicionamiento:** Técnicas para definir segmentos de clientes y estrategias para alcanzar y mantener el mercado.

- **Incorporación de la innovación:** Cómo integrar elementos innovadores en producto, proceso o modelo de negocio para diferenciarse.

5. Presentación del Proyecto Emprendedor

- **Diseño de presentaciones efectivas:** Estructura, uso de herramientas visuales y mensajes clave para comunicar el proyecto.
- **Técnicas de comunicación persuasiva:** Argumentación, manejo de preguntas, lenguaje corporal y storytelling.
- **Simulaciones y pitch de proyecto:** Prácticas para presentar ante públicos diversos y recibir retroalimentación constructiva.

Actividades

Actividad 1: Construcción del primer MVP y análisis de mercado

Objetivo: Diseñar un proyecto emprendedor viable integrando principios del método Lean Startup y análisis de mercado.

Descripción:

- Los estudiantes seleccionan una idea de negocio preliminar.
- Realizan un breve análisis de mercado identificando segmentos y competidores.
- Desarrollan un producto mínimo viable (MVP) conceptual o prototipo básico.
- Preparan una presentación corta explicando el MVP y la oportunidad de mercado.

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto esperado: Documento con análisis de mercado y descripción del MVP, presentación de 5 minutos.

Duración estimada: 3 horas

Actividad 2: Taller de elaboración del Business Model Canvas

Objetivo: Elaborar un modelo de negocio innovador utilizando el Business Model Canvas.

Descripción:

- Se proporciona una plantilla del BMC a cada grupo.
- Los estudiantes trabajan en desarrollar los nueve bloques para su proyecto emprendedor.
- Discuten y ajustan el modelo para asegurar coherencia y viabilidad.
- Comparten sus modelos con otros grupos para recibir retroalimentación.

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto esperado: Business Model Canvas completo y retroalimentación recibida.

Duración estimada: 3 horas

Actividad 3: Validación de hipótesis con entrevistas y encuestas

Objetivo: Aplicar técnicas de validación de hipótesis para evaluar la factibilidad y sustentabilidad del proyecto.

Descripción:

- Identifican las hipótesis clave de su proyecto.
- Diseñan instrumentos para validar dichas hipótesis (guion de entrevista o encuesta).
- Realizan validaciones con al menos 5 potenciales clientes o usuarios.
- Analizan resultados y proponen ajustes al proyecto basado en la retroalimentación.

Organización: Grupos o parejas

Producto esperado: Informe de validación con resultados y plan de ajustes.

Duración estimada: 4 horas (incluye tiempo para contacto y análisis)

Actividad 4: Desarrollo y presentación del plan de negocio

Objetivo: Desarrollar un plan de negocio que integre innovación y estrategias de segmentación, y presentar el proyecto de forma clara y persuasiva.

Descripción:

- Redactan un plan de negocio estructurado con los componentes básicos.
- Preparan una presentación tipo pitch de máximo 10 minutos con apoyo visual.
- Exponen su proyecto ante el grupo y reciben retroalimentación.
- Realizan ajustes finales al plan y presentación.

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto esperado: Plan de negocio escrito y presentación oral (pitch).

Duración estimada: 6 horas (incluye preparación y presentación)

Evaluación**Evaluación Diagnóstica**

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre Lean Startup, modelos de negocio y validación de proyectos.

Cómo se evalúa: Cuestionario corto en línea o en papel con preguntas abiertas y de selección múltiple.

Instrumento sugerido: Test diagnóstico inicial de 15 preguntas.

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Progreso en el diseño del proyecto, aplicación del BMC, validación de hipótesis y desarrollo del plan.

Cómo se evalúa: Revisión continua de productos parciales, retroalimentación en actividades en grupo y autoevaluación.

Instrumento sugerido: Rúbrica de evaluación para MVP, BMC, informe de validación y plan de negocio; listas de cotejo para presentaciones.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Calidad integral del proyecto emprendedor, incluyendo modelo de negocio, validación, plan de negocio y presentación final.

Cómo se evalúa: Calificación del plan de negocio escrito y presentación oral mediante rúbrica detallada.

Instrumento sugerido: Rúbrica con criterios de innovación, viabilidad, claridad, coherencia, sustentabilidad y habilidad comunicativa.

Unidad 15: Presentación y Evaluación de Proyectos Emprendedores

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de preparar una presentación clara y estructurada del proyecto emprendedor, integrando la propuesta de valor y el modelo de negocio, para comunicar eficazmente ante un público académico o inversionista.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar y evaluar la retroalimentación recibida sobre su proyecto emprendedor, identificando áreas de mejora en la propuesta de valor y en el modelo de negocio.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar técnicas de mejora continua para ajustar y optimizar su propuesta de valor y modelo de negocio a partir de la evaluación crítica y la retroalimentación recibida.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de defender y argumentar las decisiones estratégicas de su proyecto emprendedor de acuerdo con los principios del método Lean Startup y los fundamentos del Business Model Canvas.

Contenidos Temáticos

1. Preparación de la presentación del proyecto emprendedor

- 1.1. Estructura básica de una presentación efectiva para proyectos emprendedores
 - Elementos clave: introducción, problema, solución, modelo de negocio, propuesta de valor, mercado, estrategia y cierre.
- 1.2. Integración de la Propuesta de Valor y el Business Model Canvas en la presentación
 - Cómo explicar la propuesta de valor de forma clara y convincente.
 - Presentación visual y narrativa del Business Model Canvas.
- 1.3. Técnicas para comunicar eficazmente ante públicos académicos e inversionistas
 - Lenguaje claro y persuasivo.
 - Uso de herramientas visuales y recursos multimedia.
 - Manejo del tiempo y control del nerviosismo.

2. Análisis y evaluación de retroalimentación sobre el proyecto emprendedor

- 2.1. Recepción y registro de retroalimentación: métodos y herramientas
 - Tipos de retroalimentación: oral, escrita, formal e informal.

- Uso de formatos para recoger comentarios estructurados.
- 2.2. Técnicas para analizar la retroalimentación recibida
 - Identificación de patrones y puntos críticos.
 - Diferenciación entre críticas constructivas y opiniones subjetivas.
- 2.3. Identificación de áreas de mejora en la propuesta de valor y el modelo de negocio
 - Evaluación crítica de los elementos del Business Model Canvas a partir del feedback.
 - Detección de debilidades y oportunidades de ajuste.

3. Aplicación de técnicas de mejora continua en el proyecto emprendedor

- 3.1. Principios básicos de la mejora continua en proyectos emprendedores
 - Ciclo Build-Measure-Learn del método Lean Startup.
 - Importancia de iterar y pivotar con base en la retroalimentación.
- 3.2. Métodos para ajustar y optimizar la propuesta de valor
 - Validación de hipótesis y ajuste de la propuesta de valor.
 - Uso de prototipos y pruebas de concepto.
- 3.3. Actualización y mejora del modelo de negocio
 - Revisión de segmentos de clientes, canales, fuentes de ingreso y estructura de costos.
 - Documentación y comunicación de los cambios realizados.

4. Defensa y argumentación de decisiones estratégicas en proyectos emprendedores

- 4.1. Fundamentos para argumentar las decisiones basadas en Lean Startup y Business Model Canvas
 - Vinculación de decisiones con evidencia y aprendizaje validado.
 - Uso de métricas y resultados de experimentos para sustentar argumentos.
- 4.2. Técnicas para defender el proyecto ante un jurado o inversionistas
 - Manejo de preguntas difíciles y objeciones.
 - Comunicación asertiva y persuasiva.
- 4.3. Simulación de defensa y retroalimentación en vivo
 - Prácticas con retroalimentación inmediata para fortalecer la argumentación.

Actividades

Actividad 1: Diseño y estructuración de la presentación final del proyecto

Objetivo: Preparar una presentación clara y estructurada del proyecto integrando la propuesta de valor y el modelo de negocio.

Descripción:

- Los estudiantes revisan la estructura recomendada para presentaciones emprendedoras.
- Con base en su proyecto, diseñan una presentación que incluya todos los elementos clave.
- Incorporan recursos visuales para explicar el Business Model Canvas y la propuesta de valor.
- Practican la exposición en parejas para recibir retroalimentación preliminar.

Organización: Individual con práctica en parejas.

Producto esperado: Presentación visual (diapositivas o similar) lista para exponer.

Duración estimada: 3 horas.

Actividad 2: Sesión de presentación y retroalimentación grupal

Objetivo: Analizar y evaluar la retroalimentación recibida para identificar áreas de mejora.

Descripción:

- Cada estudiante o equipo presenta su proyecto ante el grupo y un panel simulado de inversionistas o profesores.
- Los asistentes proporcionan retroalimentación estructurada utilizando una guía específica (ej. fortalezas, debilidades, preguntas clave).
- Los presentadores registran la retroalimentación recibida para su análisis posterior.

Organización: Grupos grandes (toda la clase), con paneles de evaluación.

Producto esperado: Documento con retroalimentación detallada para cada proyecto.

Duración estimada: 4 horas (dependiendo del número de proyectos).

Actividad 3: Análisis crítico y plan de mejora continua del proyecto

Objetivo: Aplicar técnicas de mejora continua para ajustar la propuesta de valor y modelo de negocio a partir de la retroalimentación.

Descripción:

- Los estudiantes revisan la retroalimentación recibida y realizan un análisis crítico de su proyecto.
- Identifican las áreas clave de mejora y priorizan los ajustes más relevantes.
- Elaboran un plan de acción con pasos concretos para implementar las mejoras, incluyendo cómo validar los cambios.

Organización: Individual o en equipo.

Producto esperado: Informe con análisis y plan de mejora continua.

Duración estimada: 3 horas.

Actividad 4: Simulación de defensa y argumentación del proyecto

Objetivo: Defender y argumentar las decisiones estratégicas del proyecto conforme a Lean Startup y Business Model Canvas.

Descripción:

- Los estudiantes preparan respuestas fundamentadas para posibles preguntas críticas sobre su proyecto.
- Se realizan simulaciones de defensa en formato de preguntas y respuestas con compañeros y profesores.
- Reciben retroalimentación sobre la claridad, coherencia y fuerza de sus argumentos.

Organización: Grupos pequeños o parejas para simulación.

Producto esperado: Registro de argumentos defendidos y retroalimentación para mejoras.

Duración estimada: 3 horas.

Evaluación**Evaluación diagnóstica**

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre presentación de proyectos, el uso del Business Model Canvas y conceptos básicos de Lean Startup.

Cómo se evalúa: Cuestionario corto y análisis de una presentación modelo.

Instrumento sugerido: Cuestionario en línea o en papel con preguntas de opción múltiple y de respuesta abierta.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Desarrollo progresivo de la presentación, análisis de retroalimentación y aplicación de mejoras.

Cómo se evalúa: Revisión de borradores de presentaciones, registros de retroalimentación y planes de mejora continua.

Instrumento sugerido: Rúbrica de evaluación para presentaciones y análisis de retroalimentación, observación directa durante simulaciones y actividades.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Presentación final del proyecto, calidad del análisis de retroalimentación, plan de mejora continua y defensa argumentada del proyecto.

Cómo se evalúa: Presentación oral frente a jurado, entrega escrita de plan de mejora y defensa oral simulada.

Instrumento sugerido: Rúbrica integral que valore estructura, contenido, capacidad de análisis, aplicación de principios Lean Startup y argumentación.

Unidad 16: Reflexión y Proyección en Innovación y Emprendimiento