

Guía para el Profesor

Generación de modelos de negocio



ÍNDICE

I.	Certificados	3
II.	Certificado en innovación y emprendimiento	4
III.	Metodología del curso	5
IV.	Temario.....	7
V.	Recursos especiales	7
VI.	Evaluación	8
VII.	Notas de enseñanza por tema.....	9
VIII.	Evidencia	21

Certificados

Para entender la importancia del curso del cual usted será **Facilitador**, es necesario ofrecer un contexto mayor sobre el programa de **Certificados** de la Universidad Tecmilenio, pues son parte medular del nuevo modelo educativo basado en el **aprender haciendo** y en **brindar una experiencia educativa a la medida de los alumnos**.

Un certificado es un **programa académico corto compuesto de varias materias**, embebido en la segunda mitad del plan de estudios de profesional, que busca desarrollar **competencias muy específicas** en el alumno y lo prepara para desempeñarse de la mejor manera en un empleo.

SABER + HACER + BIEN

Con este enfoque, buscamos en los egresados de profesional que además de **saber** (tener un conocimiento teórico), también sean **capaces de hacer** (tener la habilidad de realizar una tarea) y de **saber-hacer** (entender lo que se hace y tener la capacidad para hacerlo de la mejor forma), como se explica en este video (<https://www.youtube.com/watch?v=g1maCpZXX8s>):

Haz clic en la imagen



En Universidad Tecmilenio, **aprender haciendo** significa que el participante cursará **Certificados en los que desarrolla competencias disciplinares de especialidad que son valoradas por el mercado laboral**, convirtiéndose en un profesional altamente competente y elevando así su índice de empleabilidad.



La mayoría de nuestros Certificados se compone en promedio de cuatro materias, las cuales tienen un seguimiento lógico y terminan con un proyecto de gran calado y un alto nivel de complejidad (última materia). Una correcta realización del proyecto integrador demostrará el dominio de la competencia global declarada en cada certificado.

¿Certificado o certificación?

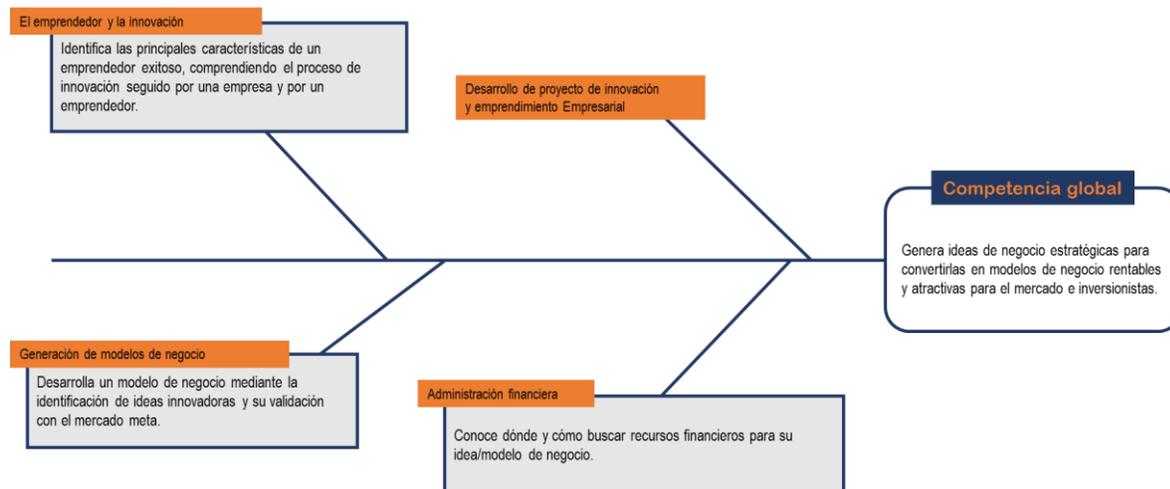
Es muy importante tener en claro que un certificado y una certificación son dos cosas distintas. Un **certificado** es un reconocimiento formal que **otorga internamente la Universidad Tecmilenio** a los estudiantes que demuestren haber aprobado las materias correspondientes, y adquirido la **competencia global** del certificado.

Por su parte, la **certificación** es también un reconocimiento, pero ésta se obtiene a través de la acreditación de un curso específico del programa académico de la Universidad y aprobando un examen de suficiencia aplicado por una **entidad acreditadora externa** (mapas mentales, idiomas, uso de software, etc.).

Su trabajo como docente facilitador de este curso es muy importante para nosotros. Gracias por aportar su conocimiento y experiencia en la impartición de este certificado. A continuación podrá revisar información detallada del curso que impartirá.

Certificado en innovación y emprendimiento

El certificado de innovación y emprendimiento se compone de 3 cursos más una materia de proyecto integrador, de acuerdo a la siguiente distribución:



Como se puede apreciar, este curso de **Generación de modelos de negocio** es el segundo curso del certificado de innovación y emprendimiento. Por lo mismo, es importante que como **Facilitador verifique** que sus estudiantes hayan aprobado los cursos anteriores, pues de no haberlo hecho se podrá ver afectado el aprovechamiento académico de este curso.

Competencia del certificado

Al finalizar el **certificado de innovación y emprendimiento**, el participante deberá haber desarrollado y adquirido la siguiente competencia global, en toda su extensión:

Genera ideas de negocio estratégicas para convertirlas en modelos de negocio rentables y atractivas para el mercado e inversionistas.

Competencia del curso

La competencia específica que el participante habrá de obtener al aprobar satisfactoriamente el **curso de Generación de modelos de negocio** es la siguiente, en toda su extensión:

Desarrolla un modelo de negocio mediante la identificación de ideas innovadoras y su validación en el mercado meta.

Metodología del curso

En este curso de **Generación de modelos de negocio** se revisarán 15 temas.

En cada tema, el participante encontrará:

- Una breve explicación del tema que ayudará al estudiante a ampliar su conocimiento.
- Una serie de lecturas y videos obligatorios para una mejor comprensión de los temas.
- Una lista de lecturas y videos recomendados para complementar el estudio del tema.
- Una práctica no evaluable que servirá para repasar los conceptos abordados en el tema.
- Una tarea o actividad de aprendizaje (evaluable) cuyo propósito es aplicar y experimentar con los conceptos estudiados.

A lo largo del curso, el participante debe trabajar en lo siguiente:

- 4 actividades
- 1 evidencia

Actividades

Las actividades deben enviarse a través de la plataforma Blackboard en la fecha indicada.

Si las actividades se realizaron en forma física (“a mano”), deberán ser digitalizadas para enviarlas a través de dicha plataforma.

Evidencia

El proyecto final (evidencia) de este curso consiste en un modelo de negocio que incluya ideas innovadoras validadas en el mercado potencial. A través de ella el participante demostrará la capacidad de aplicar los conocimientos y habilidades que obtendrá a lo largo de los temas revisados en el curso. Es importante revisar la agenda del curso, pues la mayoría de las **evidencias requieren entregas de avances** que los alumnos tienen que realizar conforme avanza el periodo académico.

Los detalles de la evidencia pueden ser consultados en la última sección de este documento. Asimismo, tanto usted como los participantes podrán encontrar esta información dentro del curso, siguiendo alguna de estas 2 rutas:

Mi curso > Inicio > ¿Qué voy a aprender? > Evidencia, como se muestra enseguida:



The screenshot shows a course interface with a dark blue header containing the text "AD13367 El líder desde adentro" and navigation links "Inicio", "Temas", and "Entregables". A white pop-up window titled "¿Qué voy a aprender?" is open, listing course sections: "Bienvenida", "Estructura del certificado", "Competencia del curso", and "Evidencia". A red arrow points to the "Evidencia" section. The "Evidencia" section contains the following text:

La Evidencia consiste en desarrollar los elementos necesarios para incrementar tu liderazgo personal.

La evidencia tendrá 2 entregables:

1. En el primer entregable "Todo sobre mí" se espera que el participante haga una labor profunda de introspección personal e inicie la construcción de una revista sobre sus habilidades de liderazgo.
2. En el segundo entregable "Construyo mi futuro" se espera que el participante defina el rumbo a dónde quiere ir y genere un plan de crecimiento personal, habiendo realizado un FODA. Luego, determinará una estrategia de desarrollo de relaciones estratégicas alineadas alcanzar su propósito de vida.

La evidencia se compone de un avance y una entrega final.

Haz clic [aquí](#) para ver el avance 1.
Haz clic [aquí](#) para ver la entrega final.

Puedes consultar la rúbrica de la evidencia haciendo clic [aquí](#)

O bien: **Mi curso > Inicio > Evidencia**, como se muestra enseguida:



The screenshot shows a course page with a dark blue header containing the title "Manejo farmacológico del síndrome metabólico" and navigation links "Inicio", "Temas", "Entregables", and "Evidencia". A red arrow points to the "Evidencia" link. Below the header is a light gray banner with a circular icon and the text "Haz clic en las imágenes para ver la información.". The main content area features three columns, each with an image and a title:

- Bienvenida**: Image of a doctor writing. Text: "¡Bienvenido a tu curso Manejo farmacológico del síndrome metabólico! En él estudiarás los tratamientos utilizados en pacientes con diabetes, hipertensión, obesidad, dislipidemias e hígado graso. [Seguir leyendo...](#)"
- ¿Qué voy a aprender?**: Image of pills. Text: "En este curso aprenderás sobre el síndrome metabólico. El síndrome metabólico es uno de los principales problemas que atenderás en tu práctica diaria, ya que el manejo de la obesidad y la diabetes forman parte de tus competencias como personal de la salud. [Seguir leyendo...](#)"
- ¿Cómo voy a aprender?**: Image of test tubes. Text: "El curso está diseñado para que adquieras la capacidad de identificar pacientes con síndrome metabólico, por medio de la adecuada medición de parámetros corporales y clasificación de acuerdo a peso y talla. [Seguir leyendo...](#)"

NOTA: Es de suma importancia que **enfatices en los participantes** guardar todos los trabajos y productos que generen durante el curso (actividades, tareas, evidencias). Esto les servirá para conformar un portafolio personal de proyectos, así como para la elaboración de su proyecto integrador (último curso del certificado). Para ello, se le solicita colocar un aviso en Blackboard (sección *Announcements*), tomando como referencia el siguiente texto:

Estimado participante, recuerda guardar siempre una copia digital de todos los trabajos, actividades y evidencias que realices en tus cursos. Contar con estos documentos te será de utilidad especialmente para dos fines:

1. Conformar un portafolio personal de proyectos, que te servirá como un medio importante para enriquecer tu proyección profesional.
2. Poder elaborar el proyecto integrador de tu certificado (última materia).

Por lo tanto, asegúrate de respaldar todos tus documentos localmente en un disco duro (computadora + USB flash drive), y de preferencia también almacenarlos en la nube (servicios como Dropbox y Google Drive).

Temario

Los temas que se abordarán en este curso de certificado son los siguientes:

1. Motivaciones y habilidades como fuentes de ideas de negocios
2. Método de observación
3. Situación actual mexicana: ¿dónde hay oportunidades de negocios?
4. Búsqueda en fuentes secundarias
5. Problemáticas sociales y necesidades del consumidor
6. La paradoja del emprendedor
7. El misterio de una innovación exitosa
8. Fundamentos de una validación
9. Validación de una idea de negocio
10. Validación de concepto y prototipo
11. Proceso de investigación de mercados
12. Validación de la estrategia de mercado
13. El modelo de negocio
14. Validación del modelo de negocio
15. Escala tu idea

Recursos especiales

El libro de texto que deberán adquirir los participantes es el siguiente:

Furr, N. y Ahlstrom, P. (2013). *Nail it then scale it. The Entrepreneur's guide to creating and managing breakthrough innovation* (1ª ed.). EEUU: NISI Publishing.

Las explicaciones de cada tema en Blackboard no sustituyen de ninguna forma la necesidad de comprar el libro de texto que ha sido designado para este curso. Es importante hacer hincapié en esto frente a los participantes.

GUÍA PARA EL PROFESOR

Evaluación

La evaluación del curso se estructura de la siguiente manera:

Unidades	Instrumento Evaluador	Puntos
4	Actividades	40
1	Entrega primer avance evidencia	15
1	Entrega segundo avance evidencia	15
1	Evidencia final	30
Total		100 puntos

Dichos productos se entregarán de acuerdo a la siguiente agenda, definida una vez que se hayan **validado fechas y valores con la información disponible en Servicios en Línea:**

Actividad	Temas correspondientes	Ponderación
Actividad 1	Tema 1	10
Actividad 2	Tema 2	10
Entrega de avance 1		15
Actividad 3	Tema 7	10
Entrega de avance 2		15
Actividad 4	Tema 11	10
Entrega de evidencia final		30

IMPORTANTE:

Estimado profesor, no olvides capturar las calificaciones de tu grupo en las fechas indicadas

Puedes ver un manual para capturar calificaciones siguiendo esta ruta en Mi espacio:
Mi espacio → Servicios → De Apoyo → BANNER Tecmilenio Manuales Docentes

Puedes ver un manual para capturar inasistencias siguiendo esta ruta en Mi espacio:
Mi espacio → Servicios → De Apoyo → BANNER Tecmilenio Manuales Docentes

Si deseas probar la nueva versión BETA de MiEspacio haz clic aquí

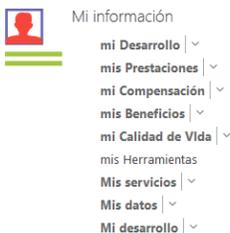


SERVICIOS DE APOYO

Buscar servicios

Para agregar un servicio a tus favoritos, haz clic en el ícono

abrir todo cerrar todo



Notas de enseñanza por tema

Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados en el mismo, con el fin de detectar y, en su caso, poder actualizar y/o enriquecer previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.

Un aspecto de gran importancia en el desarrollo de los temas es el involucramiento del Facilitador para propiciar que la competencia del curso se cumpla, pero también ir preparando a los participantes para que vayan desarrollando propuestas de soluciones innovadoras a problemas actuales de **los modelos de negocio**.

GUÍA PARA EL PROFESOR

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO

Las notas de enseñanza aquí mostradas son referencia para la versión presencial y en línea, a menos que se indique lo contrario en cada tema. Puede revisarlas a continuación.

Generalidades

Para la impartición de este curso, se sugiere:

1. Revisar con tiempo la lista de entregables y la agenda en Servicios en Línea para saber en qué temas y semanas se deben realizar las actividades.
2. Revisar el manual de Blackboard para conocer las mejores formas de mantener una comunicación constante y efectiva con los estudiantes, despejar dudas y motivarlos. Puede ver un tutorial de la plataforma en esta liga:
<https://drive.google.com/file/d/0Bw75UcLH85hkOHVLaGo3WC1qUDA/view?usp=sharing>
3. Revisar periódicamente el foro de dudas en Blackboard para resolver las preguntas e inquietudes de los alumnos acerca de las actividades y la evidencia.
4. Motivar al alumno a participar y realizar sus actividades a tiempo.
5. Proveer retroalimentación constante de las actividades que realizan los participantes.
6. Realizar un calendario y subirlo a la plataforma para que los participantes puedan visualizar de manera esquemática los temas y actividades que deberán estar revisando cada semana.
7. Recordar a los participantes que es de suma importancia que guarden tanto las actividades como la evidencia del curso en su archivo personal, pues requerirán dichos documentos para elaborar su proyecto integrador (último curso del certificado).
8. Enriquecer el curso con videos o lecturas adicionales.

Si usted imparte el **curso en modalidad online**, se recomienda también lo siguiente:

9. Realizar al menos 2 sesiones sincrónicas durante el curso con los participantes para repasar los temas revisados y resolver las diferentes dudas que puedan surgir. El Facilitador seleccionará la herramienta o plataforma que mejor le convenga: Collaborate (dentro de Blackboard), WebEx, Skype, Google Hangouts, Join.me, Zoom, etc.
Puedes ver una **guía para organizar las sesiones sincrónicas** haciendo clic en este enlace:
<https://drive.google.com/file/d/0Bw75UcLH85hkDjA5bzNCNmIIWW8/view?usp=sharing>
10. Recordar con anuncios a los participantes acerca de las entregas de sus actividades por medio de la sección de Entrega de tareas o por correo electrónico.

Tema 1

Objetivo:

Explicar cómo a partir de las actividades, aptitudes y actitudes del emprendedor se pueden originar ideas de negocios.

Notas para la enseñanza del tema:

1. Como facilitador, debe enfocarse en que el participante comprenda cómo las actividades que realiza diariamente, sus aptitudes y actitudes pueden ser fuente de potenciales ideas de negocios. Para explicar muy bien el punto, puede usar el ejemplo de Greg, que se explica en el tema y explicarles cómo ellos pueden desarrollar ideas a través de vivencias personales.
2. Se sugiere enriquecer las instrucciones de la actividad compartiendo con los participantes una lista del tipo de actividades que se pueden considerar.

3. Reflexione con los participantes que las soluciones que planteen deben ser realizables, desde el punto de vista técnico, financiero, legal y de mercado. Por ejemplo, si la solución no es factible por alguna ley o normatividad, entonces no es una solución realizable.
4. Previo a impartir la clase, proporcione a los participantes un ejemplo de una actividad, una necesidad y una solución a dicha necesidad para proporcionar mayor claridad a los participantes sobre lo que tienen que realizar.
5. Habilite un foro para esta actividad, en el que los participantes puedan compartir sus conclusiones y resultados generales. Aunque los participantes tienen la oportunidad de hacer retroalimentación de manera presencial, es importante que hagan uso y estén familiarizados en su totalidad con la plataforma Blackboard y de todas las herramientas que éste tiene.
6. Considere que la dinámica de exposición de la presentación por parte de participantes depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo durante la clase, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

Tema 2

Objetivo:

Explicar el proceso del método de observación.

Notas para la enseñanza del tema:

PRESENCIAL

1. Se recomienda enfocarse a que los participantes comprendan las fases del método de observación, así como sus diferentes tipos.
2. Sugiera a los participantes a que elijan una necesidad/solución en la cual no sea difícil observar el comportamiento de clientes potenciales.
3. Enriquezca las instrucciones con ejemplos y tips para llevar a cabo la actividad considerando la toma de fotografía o video como evidencia de la realización de la actividad.
4. Enfátice a los participantes que es muy importante que el cliente potencial no sepa que lo están observando.
5. La finalidad de solicitar una presentación de libre formato es para incentivar a los participantes que exploren otras herramientas tecnológicas adicionales a las que ofrece el Office.
6. Puede proponer que los participantes presenten sus resultados en clase. Considere que la dinámica de exposición de la presentación por parte de participantes depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo en clase, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante”.

EN LÍNEA

1. Se recomienda enfocarse a que los participantes comprendan las fases del método de observación, así como sus diferentes tipos.
2. Sugiera a los participantes a que elijan una necesidad/solución en la cual no sea difícil observar el comportamiento de clientes potenciales.
3. Enriquezca las instrucciones con ejemplos y tips para llevar a cabo la actividad, considerando la toma de fotografía o video como evidencia de la realización de la misma.
4. Enfátice a los participantes que es muy importante que el cliente potencial no sepa que lo están observando.
5. La finalidad de solicitar una presentación de libre formato es para incentivar a los participantes que exploren otras herramientas tecnológicas adicionales a las que ofrece el Office.
6. En la plataforma de Blackboard puede habilitar un foro o blog para esta actividad en donde los participantes puedan compartir sus resultados, o bien, exponer las presentaciones más creativas para que los participantes pueda ampliar su conocimiento en cuanto a los medios que existen para realizar presentaciones. En estas dinámicas, invite a retroalimentar el trabajo realizado por al menos dos compañeros y participe con ellos para enriquecer sus comentarios.

7. Considere que la dinámica de establecer e interactuar en un foro o blog depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

Tema 3

Objetivo:

Dar un panorama de México, describiendo el comportamiento de las principales variables económicas, sociales y financieras.

Notas para la enseñanza del tema:**PRESENCIAL**

1. Se recomienda enfocarse en que los alumnos entiendan el significado de las variables de crecimiento económico, desempleo e inflación; así como cuáles son los *cluster* prometedores de México.
2. Se recomienda que previo a la clase, como Facilitador busque información actualizada de las diferentes variables que se describen en el tema. Es muy importante que informe a los participantes sobre cómo han ido evolucionando las industrias más importantes de México y que se esfuerce por mostrar información actualizada

Referente a la actividad:

1. Es importante enfatizarle al participante que utilice fuentes oficiales y confiables para la elaboración de la actividad, ya que el análisis que realice sobre las expectativas económicas del país le ayudarán a tener una visión panorámica y bien fundamentada sobre su entorno al momento de emprender.
2. Se sugiere navegar antes en los portales recomendados para estar familiarizado con los mismos y poder responder dudas de los participantes. A su vez, puede enriquecer dichas fuentes confiables en base a su experiencia y conocimiento.
3. Enfatice sobre la importancia de estar consciente sobre el entorno económico en el que se encuentra, sus ventajas y la manera en que las variables económicas, sociales y políticas pueden repercutir en su negocio.
4. Si lo considera conveniente, puede proponer una dinámica que les permita a los participantes exponer sus opiniones y conclusiones sobre el análisis realizado. Considere que la dinámica de exposición de la presentación por parte de participantes depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo en clase, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

EN LÍNEA

1. Se recomienda enfocarse en que los alumnos entiendan el significado de las variables de crecimiento económico, desempleo e inflación; así como cuáles son los *clusters* prometedores de México.
2. Se recomienda que previo a la clase, como Facilitador busque información actualizada de las diferentes variables que se describen en el tema. Es muy importante que informe a los participantes sobre cómo han ido evolucionando las industrias más importantes de México y que se esfuerce por mostrar información actualizada.

Referente a la actividad del tema:

1. Es importante enfatizarle al participante que utilice fuentes oficiales y confiables para la elaboración de la actividad, ya que el análisis que realice sobre las expectativas económicas

del país le ayudarán a tener una visión panorámica y bien fundamentada sobre su entorno al momento de emprender.

2. Se sugiere navegar antes en los portales recomendados para estar familiarizado con los mismos y poder responder dudas de los participantes. A su vez, puede enriquecer dichas fuentes confiables en base a su experiencia y conocimiento.
3. Enfaticé sobre la importancia de estar consciente sobre el entorno económico en el que se encuentra, sus ventajas y la manera en que las variables económicas, sociales y políticas pueden repercutir en su negocio.
4. En la plataforma de Blackboard puede habilitar un foro o blog para esta actividad en donde los participantes puedan compartir sus opiniones al respecto, así como sus conclusiones. Al aplicar estas dinámicas, invite a retroalimentar el trabajo realizado por lo menos a dos compañeros y participe con ellos para enriquecer sus comentarios.
5. Considere que la dinámica de establecer e interactuar en un foro o blog depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

Tema 4

Objetivo:

Identificar la existencia y uso de fuentes de información secundaria.

Notas para la enseñanza del tema:

PRESENCIAL

1. En la modalidad tetramestral se sugiere enfocarse a explicarle a los participantes cómo usar el SCINCE. Tanto el DENUE como DATION se les puede pedir a los participantes que sean de autoestudio porque son más sencillos de usar.
2. Se están explicando estas tres fuentes de información (SCINCE, DENUE y DATION) porque son aquellas que tienen el nivel de profundidad temática o geográfica que las hacen relevantes y útiles para los emprendedores. Las tres fuentes se usan en clases del ITESM y han resultado ser de gran valor para el participante por ser tecnológicas y por la amabilidad de las interfaces. Se puede sugerir que también usen otras fuentes de información como Euromonitor, el portal de precios de INEGI o la página de Secretaría de Economía de México.
3. Para mayor comprensión del tema, es importante sugerir a los participantes la lectura de artículos recomendados sobre el uso de los sistemas de información (de preferencia que usted recomienda de manera concreta y les pueda brindar la liga o bibliografía para que puedan realizar la consulta).

Referente a la actividad del tema:

1. Es importante que previo a la sesión se familiarice con los sistemas de información mencionados en el tema con la finalidad de que pueda guiar y responder las dudas que pudieran llegar a tener los participantes sobre la navegación o uso de éstas.
2. Comente con los participantes la definición de *Baby Boomers* y a su vez, previo a la actividad, pueden comentar sobre los tipos de servicios o productos de consumo que esperan encontrar para personas de este segmento.
3. Considere que la dinámica de exposición de la presentación por parte de participantes depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo durante en clase, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

EN LÍNEA

1. En la modalidad tetramestral se sugiere enfocarse a explicarle a los participantes cómo usar el SCINCE. Tanto el DENUÉ como DATION se les puede pedir a los participantes que sean de autoestudio porque son más sencillos de usar.
2. Se están explicando estas tres fuentes de información (SCINCE, DENUÉ y DATION) porque son aquellas que tienen el nivel de profundidad temática o geográfica que las hacen relevantes y útiles para los emprendedores. Las tres fuentes se usan en clases del ITESM y han resultado ser de gran valor para el participante por ser tecnológicas y por la amabilidad de las interfaces. Se puede sugerir que también usen otras fuentes de información como Euromonitor, el portal de precios de INEGI o la página de Secretaría de Economía de México.
3. Para mayor comprensión del tema, es importante sugerir a los participantes la lectura de artículos recomendados sobre el uso de los sistemas de información (de preferencia que usted recomienda de manera concreta y les pueda brindar la liga o bibliografía para que puedan realizar la consulta).

Referente a la actividad del tema:

1. Es importante que previo a la sesión se familiarice con los sistemas de información mencionados en el tema con la finalidad de que pueda guiar y responder las dudas que pudieran llegar a tener los participantes sobre la navegación o uso de éstas.
2. Comente con los participantes la definición de *Baby Boomers* y a su vez, previo a la actividad, pueden comentar sobre los tipos de servicios o productos de consumo que esperan encontrar para personas de este segmento.
3. Habilite un foro para esta actividad en donde los participantes puedan compartir sus presentaciones. Es importante que enfatice sobre el punto de retroalimentar el trabajo de otros compañeros, lo cual les permitirá enriquecerse de otras conclusiones así como de las presentaciones de al menos dos equipos. Participe con ellos para enriquecer sus comentarios.
4. Considere que la dinámica de establecer e interactuar en un foro depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

Tema 5

Objetivo:

Identificar los problemas sociales en el mundo.

Notas para la enseñanza del tema:

1. En la modalidad tetramestral se sugiere que enfocarse en explicar los principales problemas del mundo y de México y cómo éstos representan oportunidades de negocios. No olvidar usar el ejemplo de d.light.
2. Comente a los participantes que con la fuente secundaria SCINCE pueden ubicar las comunidades marginales de su municipio, y que con DATION pueden encontrar el nivel de gasto en diferentes productos y servicios del segmento que ingresa \$5,000 pesos o menos mensuales. Previo a la entrega de la tarea, en una sesión de clase puede destinar un tiempo para navegar en estos sitios para hacer una simulación con los participantes de cómo pueden obtener dicha información y con base a ello poder responder dudas que pudieran surgir previo a la entrega de la actividad.

3. Reflexione con los participantes que quien consume el producto o servicio no necesariamente tiene que ser quien pague dicho bien o servicio. Es decir, el segmento de población marginado puede ser quien consuma pero no necesariamente quien pague (éste puede ser el gobierno, otros segmentos, empresas privadas, entre otros).
4. Enriquezca las instrucciones con ejemplos y tips para llevar a cabo la actividad considerando la toma de fotografía, audio o video como evidencia de la realización de la actividad utilizando fuentes primarias, o bien, como enriquecimiento del uso de fuentes secundarias.
5. Se recomienda compartir con los participantes sitios que permitan ampliar su conocimiento en cuanto a emprendedores sociales que han dado soluciones a este tipo de necesidades, ya sea a través de algún producto o servicio.
6. La finalidad de solicitar una presentación de libre formato es para incentivar a los participantes que exploren otras herramientas tecnológicas adicionales a las que ofrece el Office.
7. Aún y cuando el curso se imparta de manera presencial, si lo considera conveniente puede habilitar un foro o un blog para esta actividad en donde los participantes puedan compartir sus propuestas con la finalidad de que tengan la oportunidad de hacer uso de estas herramientas en Blackboard.
8. Considere que la dinámica de establecer e interactuar en un foro depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

Tema 6

Objetivo:

Detectar las paradojas del emprendedor.

Notas para la enseñanza del tema:

1. En la modalidad tetramestral enfocarse a que el alumno entienda las tres paradojas que se describen en el tema. De ellas, la más relevante para los demás temas es la de: “producir sin consultar al mercado”.
2. Es importante que enriquezca con ejemplos y explicación a detalle las “paradojas del emprendedor” con la finalidad de que el participante comprenda con claridad la referencia a la que hace cada una.
3. Asegúrese de que los participantes comprendan la importancia de utilizar una metodología de emprendimiento basada en el consumidor, señale sus beneficios y muestre ejemplos verídicos del uso práctico de esta metodología.
4. Si imparte el curso en línea, habilite un foro para esta actividad en donde los participantes puedan compartir sus presentaciones con sus respectivos resultados y conclusiones. Invite a retroalimentar el trabajo realizado por al menos dos compañeros y participe con ellos para enriquecer sus comentarios. Considere que la dinámica de establecer e interactuar en un foro depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

Tema 7

Objetivo:

Definir qué es una innovación exitosa y de dónde proviene.

Notas para la enseñanza del tema:

PRESENCIAL

Referente al tema:

1. En la modalidad tetramestral enfocarse a que el alumno comprenda la definición de la innovación exitosa, sus fuentes principales y el hecho de que será el mercado el que validará su innovación.
2. Es importante enfocarse a que los participan comprendan la importancia de tener una innovación exitosa.
3. Enfaticé con los participantes la importancia de escuchar constante y activamente a sus clientes potenciales y consumidores, no únicamente en la etapa de validación de negocio.
4. Se sugiere compartir imágenes y videos de ejemplos de innovaciones ganadoras que se describen en el tema.

Referente a la actividad:

1. Previo a la actividad, se sugiere compartir imágenes y videos de ejemplos de innovaciones ganadoras que se describen en el tema.
2. Recuerde a los participantes la importancia de identificar con cuál tipo de fuente de innovación ganadora se inclina más su proyecto de emprendimiento.
3. Enfaticé con los participantes que el objetivo de la actividad es que a partir de los ejemplos aprendan sobre la importancia de desarrollar innovaciones ganadoras.
4. Si lo considera conveniente, solicite la exposición de la presentación en clase elaborada por los participantes para que puedan compartir sus hallazgos sobre los casos y conclusiones. Considere que la dinámica de exposición de la presentación por parte de participantes depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo durante en clase, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

EN LÍNEA

Referente al tema:

1. En la modalidad tetramestral enfocarse a que el alumno comprenda la definición de la innovación exitosa, sus fuentes principales y el hecho de que será el mercado el que validará su innovación.
2. Es importante enfocarse a que los participan comprendan la importancia de tener una innovación exitosa.
3. Enfaticé con los participantes la importancia de escuchar constante y activamente a sus clientes potenciales y consumidores, no únicamente en la etapa de validación de negocio.
4. Se sugiere compartir imágenes y videos de ejemplos de innovaciones ganadoras que se describen en el tema.

Referente a la actividad:

1. Previo a la actividad, se sugiere compartir imágenes y videos de ejemplos de innovaciones ganadoras que se describen en el tema.
2. Recuerde a los participantes la importancia de identificar con cuál tipo de fuente de innovación ganadora se inclina más su proyecto de emprendimiento.
3. Enfaticé con los participantes que el objetivo de la actividad es que a partir de los ejemplos aprendan sobre la importancia de desarrollar innovaciones ganadoras.

4. Si lo considera conveniente, puede habilitar un foro o blog para esta actividad en donde los participantes puedan compartir sus hallazgos sobre los casos y conclusiones. Invite a retroalimentar el trabajo realizado por al menos dos compañeros y participe con ellos para enriquecer sus comentarios.
5. Considere que la dinámica de establecer e interactuar en un foro depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

Tema 8

Objetivo:

Explicar los fundamentos de la metodología *Nail It Then Scale It*.

Notas para la enseñanza del tema:

PRESENCIAL

Referente al tema:

1. Para la modalidad tetramestral se sugiere enfocarse a que el alumno comprenda que para validar una innovación debe de estar abierto a escuchar los comentarios de los clientes potenciales, a cambiar su idea y a probar rápidamente, con prototipos que no sean costosos.
2. El consejo de fallar rápido es vital que el alumno lo entienda. Es decir, no quiere decir que va a fracasar, sino más bien que es importante ir validando supuestos y fallar en esas creencias en un inicio y no luego de haber invertido miles o millones de pesos en la empresa.
3. Para enriquecer más el tema, comparta con los participantes ejemplos de empresas que hayan tenido que adaptar su producto o servicio a las exigencias del nuevo entorno del mercado para poder subsistir.
4. Invite a los participantes a que proporcionen ejemplos de situaciones en las que hayan caído en alguna de las trampas estudiadas en el tema y que impiden escuchar al mercado.
5. Reflexione con los participantes sobre la alternativa de realizar prototipo de bajo costo que solo requieren de inversión considerable en tiempo.

Referente a la actividad:

1. Dado que la actividad requiere del uso de bases de datos, se recomienda encargar esta actividad de tarea.
2. Enfaticé con los participantes la importancia de no hacer uso de ejemplos vistos en el tema con la finalidad de que puedan conocer más casos de éxito con respecto a la adaptación a las nuevas exigencias del mercado.
3. Los participantes pueden utilizar ejemplos de empresas mexicanas o extranjeras.
4. Comente con los participantes las diferentes situaciones por las cuales puede requerirse una adaptación de un producto o servicio a un nuevo entorno o condiciones de mercado, ya sea por cambios en los hábitos de consumo de los clientes o simplemente a un cambio en una regulación como un nuevo impuesto, por ejemplo.
5. Habilite un foro para esta actividad en donde los participantes puedan compartir sus conclusiones y soluciones, aunque los participantes tienen la oportunidad de hacer retroalimentación de manera presencial es importante que hagan uso y estén familiarizados en su totalidad con la plataforma Blackboard y de todas las herramientas que éste tiene. Invite a retroalimentar el trabajo realizado por al menos dos compañeros y participe con ellos para enriquecer sus comentarios.
6. Considere que la dinámica de establecer e interactuar en un foro depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

EN LÍNEA

Referente al tema:

1. Para la modalidad tetramestral se sugiere enfocarse a que el alumno comprenda que para validar una innovación debe estar abierto a escuchar los comentarios de los clientes potenciales, a cambiar su idea y a probar rápidamente, con prototipos que no sean costosos.
2. El consejo de fallar rápido es vital que el alumno lo entienda. Es decir, no quiere decir que va a fracasar, sino más bien que es importante ir validando supuestos y fallar en esas creencias en un inicio y no luego de haber invertido miles o millones de pesos en la empresa.
3. Para enriquecer más el tema, comparta con los participantes ejemplos de empresas que hayan tenido que adaptar su producto o servicio a las exigencias del nuevo entorno del mercado para poder subsistir.
4. Invite a los participantes a que proporcionen ejemplos de situaciones en las que hayan caído en alguna de las trampas estudiadas en el tema y que impiden escuchar al mercado.
5. Reflexione con los participantes sobre la alternativa de realizar prototipo de bajo costo que solo requieren de inversión considerable en tiempo.

Referente a la actividad:

1. Enfaticé con los participantes la importancia de no hacer uso de ejemplos vistos en el tema con la finalidad de que puedan conocer más casos de éxito con respecto a la adaptación a las nuevas exigencias del mercado.
2. Los participantes pueden utilizar ejemplos de empresas mexicanas o extranjeras.
3. Comente con los participantes las diferentes situaciones por las cuales puede requerirse una adaptación de un producto o servicio a un nuevo entorno o condiciones de mercado, ya sea por cambios en los hábitos de consumo de los clientes o simplemente a un cambio en una regulación como un nuevo impuesto, por ejemplo.
4. Habilite un foro para esta actividad en donde los participantes puedan compartir sus conclusiones y soluciones. Invite a retroalimentar el trabajo realizado por al menos dos compañeros y participe con ellos para enriquecer sus comentarios.
5. Considere que la dinámica de establecer e interactuar en un foro depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

Tema 9

Objetivo:

Identificar el proceso de cómo validar una idea de negocio.

Notas para la enseñanza del tema:

1. Comente con los participantes la importancia de ser honestos con los resultados que se obtienen de una validación, considerando que es mejor fracasar en la idea que después de haber invertido miles de pesos.
2. En la explicación del tema, puede poner como ejemplos algunas ideas que hayan seleccionado los participantes para su proyecto final y con base en ello dar algunas recomendaciones para detectar a los clientes potenciales.
3. Enfaticé sobre el uso de fuentes de información secundarias para realizar el último paso de la validación de una idea: dinámica del mercado y competencia.

4. Recuerde a los participantes que la finalidad en esta actividad no es vender su idea de negocio, sino simplemente validarla.

Tema 10

Objetivo:

Explicar cómo se debe de llevar a cabo una validación con prototipos.

Notas para la enseñanza del tema:

1. En la modalidad tetramestral enfocarse a que el alumno entienda cómo validar sus prototipos virtuales y físicos, así como las formas en que pueden crearlos.
2. Enfaticé con los participantes la importancia de que los prototipos deben ser económicos de realizar.
3. Reflexione con los participantes sobre las características principales que debe de contener el prototipo de la solución para permitirle al cliente potencial comprender fácilmente la propuesta.
4. Las preguntas que proveen más información del cliente son las que no tienen respuestas limitadas. Recuérdales a los participantes que siempre hagan preguntas abiertas.
5. Reflexione con los participantes que la validación más fuerte es la de saber si los clientes quieren pagar por la solución o no.
6. El proceso sigue siendo de iteración, por lo que es bueno recordarles a los participantes que siguen perfeccionando su idea en la validación del prototipo virtual.

Tema 11

Objetivo:

Explicar los métodos de investigación cuantitativos y cualitativos.

Notas para la enseñanza del tema:

1. Para la modalidad tetramestral, hay que asegurarse que los alumnos entiendan bien qué son y cómo se realizan los focus group, las entrevistas a profundidad y las encuestas.
2. Reflexiona con los alumnos cuántas veces les ha tocado contestar una encuesta y cuál creen ellos que ha sido el objetivo de esas encuestas.
3. Concluye con los alumnos que las investigaciones cualitativas y cuantitativas son en realidad complementarias.

Tema 12

Objetivo:

Comprender cómo llevar a cabo una validación de estrategia de mercado.

Notas para la enseñanza del tema:

1. En la modalidad tetramestral se sugiere que el maestro se enfoque en que los alumnos entiendan el proceso de compra del consumidor, así como la infraestructura de comunicación y distribución.
2. Reflexiona con los alumnos que es muy importante entender el proceso de compra de sus clientes, pues a pesar de que el producto o servicio sea muy bueno, si no facilitas la compra de consumidor disminuyes la probabilidad de que decidan comprarlo.

Aclarar con los alumnos que el cliente piloto puede ser alguien que pague o no por el producto o servicio que ofrecerán, pero de los dos es más recomendable que sí se logre que les paguen.

Tema 13

Objetivo:

Conocer el procedimiento para llevar a cabo un modelo de negocio.

Notas para la enseñanza del tema:

1. En la modalidad tetramestral puede usar un ejemplo del Canvas Modelo de Negocios para explicar más fácilmente la herramienta. Por ejemplo, se sugiere usar el caso de Apple, que se describe en el siguiente artículo: <http://www.digitalbusinessmodelguru.com/2013/02/analysis-of-apple-inc-business-model.html>
2. Recomiendo enfocarse en que entiendan bien cada una de las secciones del Canvas Modelo de Negocios y su importancia en el desarrollo y crecimiento del negocio.
3. También sugiero buscar dar ejemplos locales para que los alumnos entiendan cada una de las secciones del Canvas Modelo de Negocios.

Tema 14

Objetivo:

Conocer cómo llevar a cabo la validación del modelo de negocio.

Notas para la enseñanza del tema:

1. En la modalidad tetramestral asegúrate principalmente que entiendan cómo obtener su punto de equilibrio.
2. Reflexiona con los alumnos el hecho de que es más fácil retener a un cliente que conseguir uno nuevo y cómo ellos pueden aprovechar esos clientes cautivos para que les recomienden con otros clientes.
3. Compárteles un ejemplo real de cómo pueden calcular su costos fijos, variables y punto de equilibrio.

Tema 15

Objetivo:

Conocer cómo llevar a cabo el escalamiento de la idea de negocio.

Notas para la enseñanza del tema:

1. Comparte con ellos un ejemplo de la cultura organizacional que se vive en alguna de las empresas más importantes del mundo.

2. Recuérdales que este ejercicio es en una situación hipotética y que será muy interesante que lo guarden para compararla con la cultura organizacional que finalmente desarrollen en sus empresas.
3. Para determinar los incentivos que usarán en su empresa, recomiéndales que busquen cómo lo hacen actualmente las empresas donde trabajan ellos mismos o sus conocidos.
4. Si la clase es presencial, esta actividad debe realizarse de tarea.

Evidencia

El participante deberá elaborar una evidencia (producto final) por medio de la cual demuestre el dominio de la competencia del curso, como elemento indispensable para conseguir la acreditación del mismo. Es decir, lo plasmado en la evidencia es aquello que buscamos que los estudiantes sean capaces de hacer bien.

Es importante insistir en que los participantes se tomen en serio la elaboración de las evidencias de sus certificados, pues con ellas pueden armar un portafolio interesante de proyectos que les servirá mucho al momento de buscar ingresar al mercado laboral.

Las instrucciones para la realización de la evidencia son las siguientes:

Etapa 1
Detección y propuesta de una oportunidad de negocio

- En esta primera etapa deberán presentar:
 1. Detecten 5 oportunidades de negocio surgidas de necesidades existentes en el mercado.

Para identificar estas 5 oportunidades deben usar como fuente los siguientes factores:

Factores para la identificación de oportunidades de negocio

Motivaciones y habilidades	Situación actual mexicana	Uso de fuentes secundarias	Los problemas sociales en el mundo y su solución
<p>Consideren las actividades que realizan día a día y evalúen qué necesidades tienen ustedes o las personas con las que conviven y que no están siendo cubiertas por ninguna empresa o emprendedor. Para lo anterior, pueden tomar en cuenta el método de observación.</p>	<p>Con base en la situación que vive México actualmente, el comportamiento actual de los mexicanos (uso de redes sociales, uso del tiempo, entre otros) y la dinámica económica (reformas, cambios políticos, necesidades de la población, entre otros) pueden identificar oportunidades de negocios.</p>	<p>Busquen mercados que puedan "dar pie" a que les proporcionen una solución o que la tendencia de los mismos involucren que se puedan sumar como otro competidor. Por ejemplo, pueden analizar la dinámica de exportación de ciertos productos y detectar aquellos que están teniendo un elevado crecimiento, posteriormente pueden investigar quiénes son los que lo exportan y a quiénes exportan, buscando identificar una posible oportunidad de negocio.</p>	<p>Investiguen los problemas sociales más importantes a nivel internacional y cómo están siendo solucionados en otras partes del mundo, buscando tropicalizar esa solución en México.</p>

2. Presenten y describan las 5 oportunidades de negocio detectadas y a su vez, para cada una de ellas y con base en los factores señalados en el punto anterior, argumenten y justifiquen cuál o cuáles de estos factores utilizaron como fuente para realizar dicha detección.
3. Para cada una de las 5 oportunidades de negocio detectadas, propongan una solución realizable. Consideren que una de las soluciones propuestas será la raíz para el desarrollo de su idea de negocio.
4. De las 5 soluciones, elijan aquella que de acuerdo a sus habilidades, conocimientos, actitudes y aptitudes consideren como más factible. De igual forma, verifiquen que dicha solución sea realizable desde el punto de vista legal y que sea vendible.
5. Justifiquen su selección de la solución del punto anterior.
6. Incluyan imágenes o videos que enriquezcan y evidencien el trabajo desarrollado.

Entregable:

Presentación en PowerPoint con el desarrollo de la Etapa 1 y los resultados obtenidos.

Etapa 2: Validación de una idea de negocio

Una vez definida la idea de negocio, deberán validarla.

- En esta segunda etapa deberán presentar:
 1. La redacción de su hipótesis de dolor monetizable. El dolor monetizable es aquel por el cual las personas están dispuestas a intercambiar valor.
 2. La redacción de su hipótesis de la gran idea. La gran idea es un párrafo dónde se describe la necesidad que se está atendiendo y por qué es mejor la solución propuesta que las que ya existen en el mercado.
 3. Una entrevista a profundidad con 8 clientes potenciales que cumplan con el perfil del mercado meta para su idea de negocio. Para ello, busquen corroborar si efectivamente existe una necesidad en base a su idea de negocio y a su vez, si la solución que proponen es percibida con suficiente valor para pagar por ella.

Para la realización de la entrevista con cada uno de los clientes potenciales, consideren las siguientes preguntas (recuerden que en esta etapa deben considerar tanto al cliente que pagará por sus servicios como al cliente que consumirá tus servicios):

- ✓ Una primera pregunta para indagar si la persona en realidad tiene problemas o necesidades insatisfechas que ustedes están queriendo solucionar. Si no es un problema para ellos, no pagarán por una solución.

Busquen que su cliente potencial les cuente respecto a ese problema o necesidad que tiene.

- ✓ Seguido, propongan a su cliente potencial y a grandes rasgos la idea que tienen y le preguntan qué opina al respecto. No es necesario que detallen cada parte de su idea, más bien es hablar de la esencia y la lógica de ésta.
- ✓ La siguiente pregunta debe de ir orientada a saber si su cliente potencial estaría dispuesto a pagar por la idea de solución que proponen y cuánto estaría dispuesto a pagar.

Como recomendación, al preguntar sobre cuánto estaría dispuesto a pagar pueden presentarle rangos de montos, o incluso decirle: "Si te lo vendo ahorita, cuánto me darías en este momento".

De igual forma, si su idea de negocio se puede desglosar en partes, pídanle al posible cliente que les diga cuál valora más. Una forma de hacer esto último es decirle que reparta \$100.00 pesos entre las diferentes partes que componen el desglose de su idea de negocio. Con ello, tendrán mayor claridad sobre los factores que su posible cliente valora más de su idea.

Recuerden que para estas preguntas deben escuchar mucho y hablar poco. Buscan hacer una primera validación de su idea y empaparse de la realidad del mercado, no buscan convencer al posible cliente que les compre.

Tip: Escriban el diálogo que van a usar y graben la conversación con cada uno de los entrevistados.

4. La descripción de la dinámica del mercado que quieren atacar, así como de su posible competencia. En este punto describirán el tamaño del mercado, su crecimiento y cómo creen que pueden competir en él, ¿creen que necesitan de un aliado para poder competir?
5. Con base a las respuestas obtenidas en el punto 3, así como a la dinámica del mercado y la competencia, definan si la idea de negocio es viable y si es necesario realizarle modificaciones. O bien, si en definitiva deben cambiar de idea de negocio y elegir otra de las 4 soluciones que previamente definieron en la primera etapa.

Al seleccionar otra idea de negocio, consideren que deberán realizar nuevamente la **Etap 2: Validación de una idea de negocio.**

6. Presenten sus resultados incluyendo:
 - ✓ Descripción del perfil de los entrevistados seleccionados (mercado meta) para realización de las entrevistas.
 - ✓ Diálogo de ensayo elaborado previo a la realización de las entrevistas.
 - ✓ Grabaciones de las entrevistas realizadas.
 - ✓ Conclusiones sobre si es necesario realizar alguna modificación a su idea inicial de negocio seleccionada o bien, si es necesario cambiar de idea. Justifiquen su respuesta.
 - ✓ Definición de la idea de negocio con que realizarán las siguientes etapas de validación.

Entregable:

Presentación en PowerPoint con el desarrollo de la Etapa 2 y los resultados obtenidos.

Etapas 3: Validación de concepto, prototipo, estrategia de mercado y validación de modelo de negocio.

En esta etapa realizarán una validación de concepto y prototipo, así como la validación de la estrategia de mercado y del modelo de negocio.

En esta tercera etapa deberán presentar:

1. Validación de concepto y prototipo (lo verás en el tema 10).

Recuerden que para hacer los prototipos no es necesario invertir demasiado dinero, sino más bien permitirle al cliente potencial el visualizar la solución que están proponiendo.

2. Validación de la estrategia de mercado (lo verás en el tema 12).

Consideren que aunque el cliente esté dispuesto a pagar por su solución, si no le facilitan el proceso de compra o no lo consideran en su propuesta, puede ser que su solución no logre el intercambio de valor deseado. En esta etapa es donde harán uso de herramientas cuantitativas.

3. Validación del modelo de negocio (lo verás en el tema 13 y 14).

Presenten un modelo de negocio que se pueda plasmar en una sola hoja. La base del modelo de negocio que usarán es el Canvas del Modelo de Negocios. De igual forma, deben validar la parte financiera haciendo un escenario optimista considerando que todo funciona como esperan, así como otro escenario pesimista considerando que la situación no se da como esperaban.

4. Al finalizar la tercera etapa deben realizar una presentación que incluya las últimas tres validaciones (validación de concepto y prototipo, validación de la estrategia de mercado y validación de modelo de negocio) así como las modificaciones que le deberán realizar a su idea de negocio, de acuerdo a los comentarios hechos por los clientes potenciales.

5. Incluyan una conclusión donde muestren la imagen que representa su idea de negocio final y que resultó de las 4 validaciones antes realizadas:

- Validación de una idea de negocio
- Validación de concepto y prototipo.
- Validación de estrategia de mercado.
- Validación de modelo de negocios.

6. Incluyan videos de las personas entrevistadas y fotografías de las mismas, fragmentos de audio de las entrevistas, imágenes de los prototipos y validaciones realizadas así como anexos que enriquezcan aún más el trabajo desarrollado.

Consideraciones para la entrega final

La entrega final constituye la compilación de la etapa 1, 2 y 3 en un sólo documento Word y deberá contener:

- Portada
- Índice
- Desarrollo de la Etapa 1: Detección y propuesta de una oportunidad de negocio.
- Desarrollo de la Etapa 2: Validación de una idea de negocio
- Desarrollo de la Etapa 3: Validación de concepto, prototipo, estrategia de mercado y modelo de negocios.

- Conclusiones
- Bibliografía con formato APA

Enriquece su proyecto con final con audios, videos, grabaciones, imágenes y otros elementos que evidencien el desarrollo y elaboración de cada etapa.

La rúbrica con la que usted deberá evaluar la evidencia final es la siguiente:

Rúbrica	Descriptor						
	Excelente 100	Sobresaliente 90	Aceptable 80	Suficiente 70	Insuficiente 60	50 o menos	Puntos totales 100
	Excelente	Sobresaliente	Aceptable	Suficiente	Insuficiente	Incompleto	
1. Identifican oportunidades de negocio a través de fuentes de investigación primaria y secundaria.	Equivalencia: 20 puntos	Equivalencia: 18 puntos	Equivalencia: 16 puntos	Equivalencia: 14 puntos	Equivalencia: 12 puntos	Equivalencia: 0 puntos	20
	Detectaron por lo menos 5 oportunidades de negocio y sus 5 potenciales soluciones. Seleccionaron aquella que es más realizable según sus habilidades, conocimientos, actitudes y aptitudes.	Detectaron por lo menos 4 oportunidades de negocio y sus 4 potenciales soluciones. Seleccionaron aquella que es más realizable según sus habilidades, conocimientos, actitudes y aptitudes.	Detectaron por lo menos 3 oportunidades de negocio y sus 3 potenciales soluciones. Seleccionaron aquella que es más realizable según sus habilidades, conocimientos, actitudes y aptitudes.	Detectaron por lo menos 2 oportunidades de negocio y sus 2 potenciales soluciones. Seleccionaron aquella que es más realizable según sus habilidades, conocimientos, actitudes y aptitudes.	Detectaron por lo menos 1 oportunidades de negocio y su potencial solución. Seleccionaron aquella que es más realizable según sus habilidades, conocimientos, actitudes y aptitudes.	No detectaron ninguna oportunidad de negocio.	
2. Presentan una idea innovadora para un negocio.	Equivalencia: 20 puntos	Equivalencia: 18 puntos	Equivalencia: 16 puntos	Equivalencia: 14 puntos	Equivalencia: 12 puntos	Equivalencia: 0 puntos	20
	Entrevistaron a por lo menos 8 clientes potenciales, y con base a sus respuestas hicieron las modificaciones a su idea de negocio para que se acerque más a lo que los clientes desean. Presentaron la idea innovadora que fue atractiva	Entrevistaron a por lo menos 6 clientes potenciales, y con base a sus respuestas hicieron las modificaciones a su idea de negocio para que se acerque más a lo que los clientes desean. Presentaron la idea innovadora que fue atractiva para su mercado.	Entrevistaron a por lo menos 4 clientes potenciales, y con base a sus respuestas hicieron las modificaciones a su idea de negocio para que se acerque más a lo que los clientes desean. Presentaron la idea innovadora que fue atractiva para su mercado.	Entrevistaron a por lo menos 2 clientes potenciales, y con base a sus respuestas hicieron las modificaciones a su idea de negocio para que se acerque más a lo que los clientes desean. Presentaron la idea innovadora que fue atractiva para su mercado.	Entrevistaron a por lo menos 1 clientes potenciales, y con base a sus respuestas hicieron las modificaciones a su idea de negocio para que se acerque más a lo que los clientes desean. Presentaron la idea innovadora que fue atractiva para su mercado.	No entrevistaron a ningún cliente potencial y no presentaron ninguna idea innovadora.	

	para su mercado.						
3.Desarrollan una validación de concepto y prototipo del producto o servicio a ofrecer.	Equivalencia: _20_puntos Realizaron el prototipo virtual y lo probaron con el mercado. Luego, realizaron el prototipo físico y lo probaron con el mercado.	Equivalencia: _18_puntos Realizaron el prototipo virtual y lo probaron con el mercado. Luego, realizaron el prototipo físico pero no lo probaron con el mercado.	Equivalencia: _16_puntos Realizaron el prototipo virtual y lo probaron con el mercado. No realizaron el prototipo físico.	Equivalencia: _14_puntos Realizaron el prototipo virtual pero no lo probaron con el mercado. No realizaron el prototipo físico.	Equivalencia: _12_puntos Realizaron un prototipo virtual donde no consideraron las características que los clientes comentaron cuando se validó la idea de negocio.	Equivalencia: _0_puntos No realizaron la validación de concepto y prototipo.	20
4.Desarrollan una estrategia de entrada al mercado.	Equivalencia: _20_puntos Describieron el proceso de compra de los clientes potenciales, así como la infraestructura de comunicación e infraestructura de distribución del mercado al que entrarán a competir. Desarrollaron la estrategia de entrada al mercado de su producto o servicio.	Equivalencia: _18_puntos Describieron el proceso de compra de los clientes potenciales, así como la infraestructura de comunicación e infraestructura de distribución del mercado al que entrarán a competir. La estrategia de entrada al mercado de su producto o servicio no está fundamentada en los análisis que realizaron del mercado.	Equivalencia: _16_puntos Describieron el proceso de compra de los clientes potenciales, así como la infraestructura de comunicación e infraestructura de distribución del mercado al que entrarán a competir. No desarrollaron la estrategia de entrada al mercado de su producto o servicio.	Equivalencia: _14_puntos Describieron el proceso de compra de los clientes potenciales, así como la infraestructura de comunicación del mercado al que entrarán a competir. No describieron la infraestructura de distribución ni desarrollaron la estrategia de entrada al mercado de su producto o servicio.	Equivalencia: _12_puntos Describieron el proceso de compra de los clientes potenciales, pero no describieron la infraestructura de comunicación ni la infraestructura de distribución del mercado al que entrarán a competir. Tampoco desarrollaron la estrategia de entrada al mercado de su producto o servicio.	Equivalencia: _0_puntos No describieron el proceso de compra de los clientes potenciales, ni describieron la infraestructura de comunicación ni la infraestructura de distribución del mercado al que entrarán a competir. Tampoco desarrollaron la estrategia de entrada al mercado de su producto o servicio.	20
5. Desarrollan un modelo de negocio para la idea innovadora presentada.	Equivalencia: _20_puntos Desarrollaron cada una de las 9 secciones del Canvas Modelo de Negocio, así como el modelo financiero.	Equivalencia: _18_puntos Desarrollaron únicamente 7 secciones del Canvas de Modelo de Negocio, así como el modelo financiero.	Equivalencia: _16_puntos Desarrollaron únicamente 5 secciones del Canvas Modelo de Negocio, así como el modelo financiero.	Equivalencia: _14_puntos Desarrollaron únicamente 3 secciones del Canvas Modelo de Negocio, así como el modelo financiero.	Equivalencia: _12_puntos Desarrollaron únicamente 3 secciones del Canvas Modelo de Negocio, pero no desarrolló el modelo financiero.	Equivalencia: _0_puntos No desarrollaron el modelo de negocio ni el modelo financiero.	20