

Construcción de una idea de negocio - Persona Moral

1

¿En dónde estás ubicado?

2

¿En qué Megatendencia te gustaría afrontar problemas?

Cambios demográficos y sociales

Cambios económicos

Cambios geopolíticos

Cambios tecnológicos

Cambios climáticos y escasez de recursos

3

¿Qué te preocupa de tu entorno?

¿Qué problema (objetivo) es el que quieres resolver?

¿Cuál crees que es el origen o la causa del problema (objetivo)?

¿Cuáles crees que son las consecuencias del problema (objetivo)?

¿En dónde crees que ocurre el problema (objetivo)?

¿Cuál es la temporalidad del problema (objetivo)?

Presente / Pasado / Futuro

4

¿Qué problema (objetivo) es el que quieres resolver?

¿Cuál crees que es el origen o la causa del problema (objetivo)?

¿Cuáles crees que son las consecuencias del problema (objetivo)?

¿En dónde crees que ocurre el problema (objetivo)?

¿Cuál es la temporalidad del problema (objetivo)?

Presente / Pasado / Futuro

5

Frecuencia con la que ocurre el problema (objetivo)

Diariamente

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

Anualmente

Única vez

¿Qué podrías mejorar en tu entorno?

Compromiso cívico

Vivienda

Satisfacción ante la vida

Seguridad

Salud

Medio ambiente

Empleo

Educación

Comuni-dad

Balance vida-trabajo

Ingresos

6

La hipótesis del problema (objetivo) que quiero afrontar es _____ en el lugar de _____ que sucede con una frecuencia _____ cuya consecuencia de no afrontarse es _____. El/los pilar/es de bienestar que busco impactar con mi idea de negocio es/son _____.

7

¿A quiénes atiende las empresas a las que les vendes? (problema)

Sector

Tamaño

Número de empleados

Ingresos

NSE

Menos de 1

35 a 39

Femenino

Soltero

Básico

A/B

1 a 4

40 a 44

Casado

Medio superior

C+

5 a 8

45 a 49

Masculino

Soltero (Divorciado)

C

10 a 14

50 a 54

Superior

C-

15 a 18

55 a 59

Viudo

D+

19 a 24

60 a 64

Indistinto

Indistinto

D

25 a 29

65 a 69

Indistinto

E

30 a 34

Más de 69

10

¿Quién es el posible cliente?

Empresas

Giro

Iniciativa

Rango de mon-

Sector

Autoempleado 0 a 5 trabajadores

Industria

Pública

Hasta \$4 millones

Microempresa 5 a 10 trabajadores

Comercio

Privada

De \$4.01 hasta \$100 millones

Pequeñas 11 a 50 trabajadores

Servicio

Sin fines de lucro

De \$100.01 hasta \$250 millones

Medianas 51 a 250 trabajadores

Grandes 251 o más trabajadores

Más de \$250 millones

8

Tipo de necesidad

Estructural

Funcional

Facilita realiza-ción de negocios

Preocupaciones emocionales

Elementos inspiradores

Describe

11

¿De qué otra forma se atiende hoy el dolor?

Empresas que realizan productos

Productos o servicios que ofrecen

Rango de precios

A

B

C

9

¿Cómo supones que se podría afrontar el problema? A través de un :

Producto

Servicio

Describe:

12. ¿A qué Herramienta Emergente se podría vincular la hipótesis de solución? (no necesariamente debe ser la misma Megatendencia del problema)				
Cambios demográficos y sociales	Cambios económicos	Cambios geopolíticos	Cambios tecnológicos	Cambios climáticos y escasez de recursos
Crowdsourcing	E-commerce	Globalización 3.0	Impresión 3D	Biomimética
Crowdfunding	Fintech	Gobierno abierto	Tecnologías wearable	Biotechnología
Gamificación	Intraemprendimiento	Alianzas internacionales	Robótica	Huertos urbanos
Co-housing - Coworkings	E-learning	Alianzas con ONG' s	Big data	Energía nuclear
Marketing con causa	Moneda digital / virtual	Prensa	Blockchain	Energía del mar
Responsabilidad social	Servicios on demand	Asociaciones civiles	Nanotecnología	Energía geotérmica
Compra basada en ética	Outsourcing	Movimientos de la ciudadanía	Internet de las cosas	Jardines verticales
Compras regionales	Métodos electrónicos de pago sin efectivo "Cashless"	Nuevos canales de comunicación	Realidad Virtual - Realidad aumentada	Energías alternativas solar, eólica, hidroeléctrica
Portable health	Cooperativas	Redes sociales	Machine learning - Deep learning	Urbanización ecológica
Redes sociales	Economía circular	Otras	Drones	Otras

13. ¿Qué tipo de innovación ocuparías?	
En la organización	
En proceso	
En Marketing	
En producto o servicio	
14.	¿Qué tipo de impacto tiene tu bien o servicio?
	Social Tecnológico
	Cultural Ambiental
	Describe:

Elementos de Valor (conceptos universales) Agregaré valor a las empresas porque...*								
15	Mi producto/servicio agregaré valor porque...	Atenderá especificacio-	Asegurará calidad	Generará integración	Generará variedad	Proveerá esperanza	Producirá un ajuste cultural	Lo hace más comer-
		Tendrá precio razona-	Lo hará escalable	Reducirá tiempo	Lo hará configurable	Permite la autorrealización	Reducirá riesgos	Generará reputación
		Generará confianza legal	Producirá innovación	Disminuirá molestias	Responderá a tiempo	Motivará	Generará alcance	Crearé diseño y estética
		Seguirá estándares	Generará organización	Generará innovación	Generará experiencias	Permite crear una herencia	Producirá flexibilidad	Producirá crecimiento
		Generará mayores	Lo hará simple	Brindará transparencia	Producirá compromiso	Crea afiliación y pertenencia	Crearé componentes de cali-	Reducirá ansiedad
		Reducirá costos	Generará conexión	Generará disponibilidad	Generará estabilidad	Impulsa la autotranscendencia	Crearé una expansión de red	Generará diversión

16	¿Qué tipo de adquisición se realizará?	Compra
		Renta o Suscripción
		Intercambio

17	Frecuencia de solución del problema	
	Única vez	Quincenal
	Anual	Semanal
	Mensual	Diario

18	¿Cuál sería tu punto de venta?	Local propio	Red de vendedores	Local de terceros
		Página web propia	APP/ Plataforma	Facebook
		Tienda en línea	Franquicia	Otro:

19	¿Cuál sería tu relación con internet?
	Promoción
	Comercialización
	Producto o servicio digital

20 ¿Tienes compañeros?	
Sí	No
Necesito apoyarme de personas que conozcan sobre _____ para realizar actividades de _____	

21	Deuda	Capital		Sin costo financiero
	Créditos personales	Crowdfunding de capital	Semilla 1.5 mdp a 5 mdp	Ahorro personal
	Crowdfunding de deuda	Inversión ángel 50mil a 1.5 mdp	Emprendedor 5mdp a 50 mdp	Crowdfunding donaciones
				Crowdfunding recompensas
				Subsidio

22 ¿A dónde quieres llegar?	
Local	Regional
Nacional	Global

23 ¿En cuánto tiempo?
En _____ meses/años, porque _____

*Fuente: Harvard Business Review