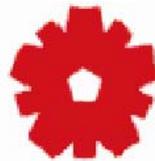




CATEDRA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACION TECNOLOGICA

PROYECTO DE CURSO REPORTE PARCIAL



VLAAMSE INTERUNIVERSITAIRE RAAD



Todos los derechos reservados para uso exclusivo de la ESPOL

Descripción

Durante el desarrollo del curso, se desarrollará un proyecto en grupo relacionado a una idea de negocio. El proyecto es importante porque es una herramienta para trabajar el curso en clase y fuera de clase. Por lo tanto tiene un impacto significativo en la nota, ya que tiene que ver con participación, exámenes y el propio proyecto.

Los grupos podrán ser de mínimo 4 personas y máximo 6 conformados por los mismos estudiantes. **Es muy importante el trabajo en equipo y demostrar verdadero compromiso hacia el grupo por lo que se recomienda seleccionar cuidadosamente con quien van a trabajar.**

La idea de negocio sobre la que se desarrolla el proyecto debe cumplir los siguientes requisitos:

- 1) Debe estar orientada como **mínimo al mercado ecuatoriano**. Es decir como mínimo debe pensarse en un negocio a nivel nacional. Mejor aún si la idea se puede escalar a nivel andino, latinoamericano o mundial.
- 2) Durante el curso **no se ejecutará la idea de negocio** pero si se pondrá especial énfasis en que **la idea debe ser explorada en el entorno**. Es decir que deben estar dispuestos a investigar en asociaciones, empresas, cámaras, etc. para encontrar la información necesaria y entender a fondo el potencial de negocio de la idea.
- 3) **La idea debe ser innovadora**. Es decir debe tener algún componente de novedad para nuestro entorno. Algo que no se ha probado en Ecuador, o una propuesta original para satisfacer una necesidad o que se basa en algún artefacto o idea desarrollada en una universidad, etc.

Si como resultado de la investigación se pierde interés en el proyecto o se cree que su potencial de negocio no es muy bueno, los grupos podrán cambiar el proyecto, pero deberán tener el visto bueno del profesor y además deberán completar todo el análisis que se requiere (tal como lo hubieran hecho para la idea original).



Contenido del Reporte para el Parcial

Título y datos de los integrantes

En nombre de idea de negocio y los datos de los integrantes del grupo incluyendo el número de matrícula, el correo electrónico y la carrera a la que pertenecen

Descripción del producto o servicio

Describir los atributos y características de su producto o servicio de tal forma que la entienda alguien que no es experto. Cual es la innovación? En qué consiste el producto completo (incluyendo servicios empaquetamiento, etc.).

Propuesta de valor

Describa los problemas del usuario/cliente que resuelve su producto o servicio. Cuáles son los perfiles de clientes que podrían aprovechar su producto?. Cual es la propuesta de valor (beneficio/costo) para ellos? Como la cuantifica (cuantificar el dolor que alivia) ?

Estado de desarrollo

Cual es el estado del producto o servicio. Está todo a nivel de idea o hay cosas ya implementadas que demuestran su factibilidad o que tienen algún valor. Cual es la situación de la propiedad intelectual? Se requiere patentar, sacar derecho de autor, etc.?

Productos/servicios que compiten y competidores

Cual es la situación del entorno? EL sector es saludable? Existen regulaciones o leyes que impidan o dificulten el negocio? Que tanta competencia directa e indirecta existe? Cuales son los productos sustitutos? Quienes son los nuevos entrantes y cual puede ser su oferta? Como compara su producto/servicio en relación al de la competencia?

Mercados potenciales

Que tan grande es el mercado potencial de su producto/servicio? Está el mercado en una etapa de crecimiento o expansión? Cual es su segmento objetivo (o los segmentos objetivo)? Cual es el tamaño y el potencial de crecimiento del segmento objetivo? Cual es el posicionamiento que quiere lograr en la mente de sus clientes?



Barreras de entrada al mercado y tácticas de mercadeo

Que potenciales barreras tiene para alcanzar a ese mercado? Cuales son las tácticas para atacar el segmento objetivo: Producto, Precio, Promoción, y Canales de distribución?

Recomendaciones

Cuales son las fortalezas y debilidades de la idea de negocio? Se debe seguir con el? Cuales serían los siguientes pasos para hacerlo viable?

Apéndices

Documentos técnicos

Documentos relacionados al producto o servicio que por extensión o complejidad no sea apropiado incluir en la sección de descripción del producto o servicio.

Fuentes secundarias de investigación

Deberá incluir una tabla con no menos de 6 fuentes secundarias de información indicando lo siguiente: Nombre de la fuente, vigencia o fecha de los datos, donde la obtuvo, utilidad que tienen para el proyecto.

Además deberá adjuntar un extracto de la información útil para el proyecto de cada fuente.

Las fuentes secundarias de información no tienen que ver con características técnicas de su producto (las cuales se pueden incluir en los documentos técnicos) sino con entender la realidad actual del entorno, las posibles aplicaciones, la competencia, los productos sustitutos, los clientes potenciales, el tamaño de mercado en relación a su producto o servicio.

Entrevistas

Deberá incluir una tabla con no menos de 8 personas clave (expertos) que hayan sido entrevistadas en relación a su producto. Las entrevistas a incluir no solo tienen que ver con la factibilidad técnica de su producto sino con entender la realidad actual del entorno, las posibles aplicaciones, la competencia, los productos sustitutos, los clientes potenciales, el precio, el tamaño de mercado, etc. en relación a su producto o servicio.

Además un resumen de lo expresado por el entrevistado, deberá incluir su nombre, cargo, área de experiencia, información de contacto y razón de haberlo entrevistado.



Evaluación

En el proyecto se evaluarán los siguientes aspectos

- Claridad en la redacción del documento
- Que tan apropiadas son las fuentes de información y los entrevistados seleccionados para el tema de su proyecto
- La calidad y utilidad de la información obtenida
- Claridad en la definición del producto y sus características
- Claridad y cuantificación de la proposición de valor
- Identificación adecuada de la competencia
- Claridad de la definición del mercado objetivo, la estrategia y las tácticas de mercadeo.

