



# Guía Informe de Avance

# IN6004 Taller de Diseño y Gestión Integral de Negocios

1 semestre 2022

## Entrega

## 25 de abril 2022 a las 18:00

## Sólo se considerarán los informes cargados en plazo y forma (formato digital) en la plataforma U-Cursos.

## Objetivo

El informe de avance, corresponde al desarrollo del **modelo de negocios validado en terreno.**

En este informe se debe identificar claramente el problema y la oportunidad, el modelo de negocios completo de la solución propuesta, las hipótesis más riesgosas y cómo fueron validadas en terreno.

## Contenido

El informe de avance tiene tres partes:

* 1. **Problema/Oportunidad a desarrollar.**

Descripción del problema oportunidad sobre el que se trabajará, desde las perspectivas particulares en que fue detectado (como se dio con la idea del proyecto), y los actuales desarrollos a nivel Global en el ámbito de trabajo, latam, País y Local.

Benchmark, a nivel competitivo (mirada global / latam / país) y de soluciones complementarias.

Algunas metodologías posibles de ser usadas son Desing Thinking, Benchmark, 5 fuerzas de Porter,

* 1. **Modelo de negocio**: Se pide explicitar, con claridad, el modelo de negocio propuesto de manera inicial y los pivoteos que pueda llevar a la fecha, con énfasis en los elementos que constituyen un factor de diferenciación o innovación y los factores críticos de éxito/fracaso del modelo.

Caracterizar en profundidad cada una de las hipótesis en los bloques constructivos del modelo de negocios: la propuesta de valor, la diferenciación, los mercados objetivos, la segmentación de clientes, los canales de marketing y de distribución, las fuentes de ingresos, los recursos necesarios, las alianzas potenciales, métricas claves de la operación y las fuentes principales de costos.

Se espera una investigación de mercado acabada, que de cuenta del ambiente competitivo del negocio, incluyendo una estimación del tamaño de mercado, cantidad de clientes, segmentos y segmentación, la caracterización de competidores y un análisis de posicionamiento competitivo.

* 1. **Validación en terreno**. Para el trabajo en terreno y el estudio de mercado, se deben identificar las hipótesis más riesgosas del modelo y desarrollar un plan para validarlas. El plan debe contemplar el orden de validación y las relaciones jerárquicas entre las hipótesis si es que las hubiese.

El resultado del trabajo en terreno debe dar cuenta de la validación del negocio y puede incluir nuevos insights o pivoteos que actualicen el modelo de negocios. El modelo de negocios debe ser expuesto a posibles clientes y/o personas relevantes de la industria a través de entrevistas en profundidad, experimentos u otros mecanismos que determine el grupo.

Se pide realismo y veracidad de los números utilizados indicando las fuentes de los datos, además de incluir en los anexos el conjunto de personas con las que se ha conversado para el desarrollo del plan de negocios.

Algunas de las metodologías sugeridas y posbles de aplicar son Desing Thinking, Benchmark, Canvas, Lean cavas, 5 fuerzas de porter, entrevistas en profundidad, encuestas, entre otras

## Aspectos formales

Se espera una estructura de informe que incorpore: resumen ejecutivo, índice, cuerpo del informe, referencias y anexos.

La diagramación del informe es relevante y debe ser consistente y coherente con la estructura y la idea de negocio a presentar.

La redacción y ortografía deben ser apropiadas para los alumnos próximos a ser ingenieros. Se valorará la capacidad de síntesis y la claridad.

## Extensión

La extensión esperada del informe es de 10 páginas y no debería superar las 20 páginas en el cuerpo del informe. Es posible incluir anexos, no olvidando que constituyen información complementaria que no debe distraer la lectura del cuerpo del informe (el lector recurre a ellos sólo si quiere profundizar algún aspecto específico).