



# Guía para el Trabajo Final

*Edición 2024*

## Introducción

En la Edición 2024 del curso **Introducción al Negocio del Software** el trabajo final en grupo consta de dos instancias con el objetivo de demostrar que es posible desarrollar el negocio en cuestión, o de lo contrario fundamentar sobre las condiciones que permitan el desarrollo del negocio.

En la primer instancia se realizará un **informe escrito** en el que se estudia el modelo de negocio en dimensiones puntuales (que se detallan más adelante). Esta primera instancia se dividirá en 3 entregas:

- **Entrega 1:** Dos ideas de negocio con su correspondiente Modelo de Negocio (BMC por sus siglas en inglés *Business Model Canvas*) y breve análisis de competidores antes del **Lunes 9 de Setiembre de 2024**. Para esto, se deberá entregar un **único archivo PDF de 5 carillas** (sin utilizar Anexos) compuesto de la siguiente forma:
  - 1) Carátula con integrantes del grupo y número de grupo;
  - 2) Descripción de la primera idea de negocio junto con una lista de competidores;
  - 3) BMC de la primera idea;
  - 4) Descripción de la primera idea de negocio junto con una lista de competidores;
  - 5) BMC de la segunda idea.
- **Entrega 2:** Análisis de Mercado (Tamaño de Mercado y Competencia) así como los resultados de aplicación de un Experimento para la idea de negocio escogida, antes del **Lunes 14 de Octubre de 2024**. Para esto, se deberá entregar un **único archivo PDF de 5 carillas** (sin utilizar Anexos) compuesto de la siguiente forma:
  - 1) Carátula con integrantes del grupo, número de grupo y el nombre de la idea de negocio escogida para desarrollar;
  - 2) Descripción de la idea de negocio;
  - 3) Tamaño del mercado objetivo (TAM, SAM y SOM o similar);
  - 4) Análisis de la competencia (tabla comparativa entre los principales competidores y la idea de negocio del grupo);

5) Aprendizajes e insights del experimento realizado (no es necesario incluir los resultados del experimento en esta página, aunque pueden hacerlo en un Anexo).

- **Entrega 3:** Estudio del modelo de negocio para la idea de negocio escogida, con la estructura detallada posteriormente en este documento. La entrega 3 incluye (de forma adaptada de ser necesario) las entregas anteriores, antes del **Viernes 15 de Noviembre de 2024**.

En la segunda instancia, se deberá **defender** el trabajo realizado mediante la realización de un pitch<sup>1</sup> del negocio en cuestión (grabado o en vivo) junto con una presentación expositiva (PPT). En cuanto al pitch, el grupo debe optar por realizar un video pitch (grabación que se reproduce en la defensa) o hacer un pitch en la defensa (en vivo); en ambos casos la instancia de pitch será previa a la presentación expositiva (PPT).

## Entregables Finales <sup>2</sup>

Quienes opten por el **Informe escrito + Video Pitch + Presentación**, deberán entregar un archivo **.zip** con el nombre **Entrega\_BoS\_2024\_GrupoXX**, antes del **Viernes 15 de Noviembre de 2024 a las 23:59 hrs**, conteniendo:

- **PDF** correspondiente al informe. El nombre del archivo debe ser "*Entrega\_BoS\_2024\_GrupoXX.pdf*"
- **Enlace** público al video disponibilizado online<sup>3</sup>.
- **Presentación** a exponer en la defensa. El nombre del archivo debe ser "*Presentación\_BoS\_2024\_GrupoXX.pdf*"

Quienes opten por el **Informe escrito + Pitch en Vivo + Presentación**, deberán entregar un archivo **.zip** con el nombre **Entrega\_BoS\_2024\_GrupoXX** antes del **Viernes 15 de Noviembre de 2024 a las 23:59 hrs**, conteniendo:

- **PDF** correspondiente al informe. El nombre del archivo debe ser "*Entrega\_BoS\_2024\_GrupoXX.pdf*"
- **Presentación** para apoyar al pitch. El nombre del archivo debe ser "*Pitch\_BoS\_2024\_GrupoXX.pdf*"
- **Presentación** a exponer en la defensa. El nombre del archivo debe ser "*Presentación\_BoS\_2024\_GrupoXX.pdf*"

---

<sup>1</sup> Pitch: presentación breve en la que se describe una empresa, sea cual sea su actividad, y sea cual sea el estado de desarrollo de la idea de negocio. Fuente: <https://blog.genial.ly/que-es-pitch/>

<sup>2</sup> Se corresponde con la Entrega 3 de la primera instancia de evaluación del trabajo final del curso.

<sup>3</sup> A modo de ejemplo, se podría utilizar Google Drive o YouTube.

# Pautas

A continuación se detallan las pautas para el trabajo final. Si bien la estructura de temas debe respetarse, cada grupo podrá agregar más temas que considere relevantes, siempre respetando la cantidad máxima de carillas del documento con la posibilidad de utilizar anexos.

## Pautas y Estructura del Informe Escrito

Se deberá enviar un único documento en formato PDF con el trabajo escrito (máximo 20 carillas más los anexos que se consideren relevantes sin límite de carillas).

El trabajo debe presentar consistencia entre las diferentes secciones; a modo de ejemplo:

- La relación entre los costos y la venta: es esperable que a medida que aumenten las ventas de un producto/servicio, también aumenten los costos de la empresa para proveerlos.
- Los elementos del BMC y su interrelación: las diferentes secciones del business model canvas deben guardar cierta correlación y consistencia (ej: los recursos clave suelen ser la base para las actividades clave).

Esta consistencia resulta más importante que la precisión de los análisis que presenten. Por ejemplo, si el grupo decide que la inversión inicial para su idea de negocio es de USD 500.000, está bien. No obstante, eso debe ser consistente con la inversión en marketing, los sueldos que se paguen, la cantidad de meses necesarios para que el negocio logre un break-even, etc. Por otro lado, si el grupo decide que la inversión inicial será de USD 50.000, también está bien, siempre que se ajusten los costos, ingresos, plazos, etc. de manera acorde al dinero que se pide.

Del mismo modo, el conocimiento de las alternativas disponibles (y sus consecuencias) resulta más importante que la alternativa finalmente elegida. Por ejemplo, si frente a un problema X surgido durante el desarrollo de la idea de negocio, el grupo analiza tres alternativas (entendiendo sus ventajas, desventajas y consecuencias) y elige la “peor” simplemente por un tema de tiempos o de prioridades, está bien. Esto se justifica ya que el hecho de descubrir esas alternativas y analizarlas se considera más valioso que la alternativa finalmente elegida, en el contexto de un curso académico como este, claro.

Estructura del Informe:

o **Carátula**

Una carilla. Incluir los nombres y cédulas de los integrantes del grupo, número de grupo, el nombre de la idea de negocio así como un índice de contenido con los números de página de cada una de las secciones.

o **Sección 1: Descripción del Problema u Oportunidad**

Una carilla, ¿Qué problema se va a resolver o qué oportunidad se va a explotar? ¿A quién(es) y por qué? Se puede incluir, a modo de ejemplo, estudios sobre la situación de los potenciales clientes (para demostrar por qué se debe resolver ese problema) así como un resumen e insights de los resultados obtenidos de los experimentos realizados (encuestas, entrevistas, campañas de email, landing pages, demos, POC, etc). [Ver material del módulo Emprendedurismo.](#)

o **Sección 2: Descripción de la Solución**

Una o dos carillas. Incluir la propuesta que se ofrece para resolver la problemática anteriormente descrita. No se recomienda entrar en detalles técnicos que no sean absolutamente pertinentes para entender la solución propuesta.

o **Sección 3: Análisis de Mercado**

Dos o tres carillas aprox. En esta aproximación al mercado existente para el producto/servicio se esperan tanto datos cualitativos como cuantitativos. Para justificar las afirmaciones se sugiere utilizar la información recopilada a través de los experimentos así como el resultado de lo investigado (ej: reportes de consultoras<sup>4</sup>, casos de negocio similares, testimonios de expertos, etc).

Se debe incluir al menos:

- **Tamaño del Mercado Objetivo:** se debe intentar cuantificar el tamaño que tendrá el mercado objetivo (con las técnicas de TAM, SAM y SOM o similares). [Ver material del módulo de Marketing.](#)
- **Análisis de la Competencia:** se debe incluir como mínimo una tabla comparativa de resumen que analice los productos/servicios de los principales competidores y/o sustitutos). [Ver material del módulo Emprendedurismo.](#)

o **Sección 4: Modelo de Negocio**

Tres a cinco carillas aprox. Se debe incluir al menos el Business Model Canvas de la idea de negocio así como uno o varios Value Proposition Canvas (según corresponda). Se puede incluir más información que ayude a entender el modelo de negocios que hay por detrás. [Ver material del Módulo Propuesta de Valor y Modelo de Negocio.](#)

o **Sección 5: Análisis FODA**

Una carilla. Identificar y comprender los aspectos internos (Fortalezas y Debilidades) así como externos (Oportunidades y Amenazas) de la idea de negocio desarrollada. [Ver artículo: Qué es el análisis FODA y cómo implementarlo en tu empresa \(con ejemplos\).](#)<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Ejemplos de consultoras reconocidas: Gartner, Forrester e IDC.

<sup>5</sup> Escrito por Shelley Pursell para [www.blog.hubspot.es](http://www.blog.hubspot.es)

### o **Sección 6: Estrategia de Marketing y Ventas**

Dos o tres carillas aprox. Se debe mostrar cuál es la estrategia de posicionamiento y ventas del producto/servicio en cuestión para alcanzar al público objetivo. Se recomienda incluir aspectos básicos como qué tipos de marketing utilizar, si se requiere alguna estrategia de distribución/partnerships, así como nociones de los precios a cobrar. [Ver materiales de los módulos de Marketing y Ventas<sup>6</sup>](#)

### o **Sección 7: Cálculos de Inversión, Ingresos y Costos**

Dos a cuatro carillas aprox. Se espera principalmente información de tipo cuantitativa, en especial:

- Calcular la inversión inicial que se requeriría para el desarrollo de la idea de negocio. Se recomienda investigar y recopilar datos relevantes en cuanto a costos y revenue. Incluir una lista de los recursos necesarios y cuánto costarán, la inversión en marketing, comercial, operaciones, etc.
- Considerando un mes típico del negocio en funcionamiento, estimar las ventas necesarias para cubrir los costos de ese mes.
- En base a los cálculos anteriores, estimar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial.

[Ver material del Módulo de Finanzas.](#)

### o **Sección 8: Resumen de la Idea de Negocio**

Una o dos carillas. Brindar un resumen y conclusiones de la idea de negocio, en especial en cuanto a su aplicabilidad, viabilidad y aprendizajes obtenidos a lo largo del desarrollo de la idea de negocio. En caso de no ser una idea viable, se deben indicar qué condiciones deberían cumplirse para que lo sea.

### o **Anexo: Experimentos Desarrollados<sup>7</sup>**

Se debe realizar al menos un experimento y se recomienda fuertemente el uso de encuestas y entrevistas en caso de ser aplicable. Se debe incluir un breve resumen de los experimentos realizados junto con los resultados, reflexiones, aprendizajes e insights obtenidos así como remarcar si éstos validaron o refutaron las hipótesis de negocio. [Ver material del módulo Emprendedurismo.](#)

---

<sup>6</sup> Aplicable para servicios de IT

<sup>7</sup> Se deberá entregar la aplicación, resultados y conclusiones de un experimento (encuesta o entrevista), vía mail de forma análoga a la entrega de las ideas de negocio.

## Pautas para el Pitch

Se realizará un **elevator pitch**<sup>8</sup> **pensado para inversores**. El elevator pitch se utiliza en el discurso de presentación sobre un proyecto o emprendimiento con ideas claras, concisas y sintéticas ante potenciales inversores. Hacer de cuenta que la audiencia del pitch serán potenciales inversores, por lo que si bien se debe comentar algo sobre el producto/servicio en sí, el énfasis no debe ser el producto/servicio sino si existe o no un negocio lo suficientemente interesante como para captar inversión. **Ver video: [Elevator pitch: tienes veinte segundos](#)<sup>9</sup> y [Pitch deck](#).**

La duración del pitch es **máximo de 3 minutos**<sup>10</sup>.

Se debe asumir que el público no conoce del producto/servicio que se presenta. Habrá invitados (algunos conocidos y algunos no) los cuales serán alentados a hacer preguntas, comentarios o sugerencias en base a su pitch. También alentamos a los demás grupos a hacer preguntas o comentarios, siempre con el objetivo de entender y sumar.

La puesta en escena es tan importante como el mensaje. El soporte visual es crucial para transmitir la idea de forma clara y motivadora. Una vez listo el speech final, se recomienda leerlo múltiples veces, memorizarlo y naturalizarlo lo más posible (practicarlo).

Algunos tips:

- Definir bien al público objetivo, el cliente ideal. Por ejemplo: detallar sus características, entrevistas realizadas y sus resultados, observar los datos demográficos, tendencias, etc. No cometer el error de querer llegar a todo el mundo.
- Identificar el problema del cliente y ofrecer soluciones a sus necesidades. Respalda y justifica las afirmaciones con las fuentes consultadas y los experimentos realizados.
- Resumir la solución. Transmitir la solución en un lenguaje cercano al inversor, algo sencillo. Tanto el público objetivo como un potencial inversor deben entender el valor que aportará su solución.
- Crear un mensaje, una narrativa. Romper el hielo con una pregunta que capte la atención a partir de la cual se pueda desarrollar la idea (ej: usar datos o cifras clave). Presentarse de manera cercana y en pocas palabras contar lo que hace el negocio. Describir el problema y justificar por qué es relevante para el cliente objetivo (storytelling). Explicar la solución. Claridad y brevedad, calidad sobre cantidad. Dejar claro la viabilidad y beneficio del negocio. Incluir una frase que deje abierta la posibilidad de concertar una próxima reunión (con los “inversores”) para hablar en detalle.

---

<sup>8</sup> Elevator pitch: para presentar la idea de negocio de forma breve ante un jurado especializado, inversores, o incluso FFF (Family, Friends and Fools). <https://blog.genial.ly/que-es-pitch/>

<sup>9</sup> En el caso del pitch para este curso, **no** se espera que sea un elevator pitch de 20 segundos.

<sup>10</sup> Para ambas modalidades (vídeo o en vivo).

## Pautas para la Presentación

Dado que el pitch apunta a “inversores” (lo cual por supuesto es un juego de roles que haremos en la defensa) se hace necesario que cada grupo haga luego, y de forma separada, una presentación del proyecto que realizaron pensada ahora para los docentes.

Tope de **5 minutos** exponiendo la presentación (formato PPT o similar). Una vez llegado el tiempo máximo se aplaudirá y se dará por terminada la misma, independientemente que hayan terminado o no (penalizando a quienes no respeten el tiempo máximo).

No necesariamente tienen que hablar todos los miembros del equipo y se exhorta a practicar antes y medir los tiempos.

Asumir que el público no conoce del producto/servicio que van a presentar.

Se recomienda ensayar la presentación frente a familiares y amigos no involucrados con el curso de forma de validar el entendimiento de la misma.

Las PPTs no deben ser auto-contenidas. Usar las slides únicamente a modo de ilustración y apoyo. Poco texto, conciso, claro y al grano (ej: usar gráficos, tablas, imágenes, citas).

Incluir pie de página en todas las slides con el número de grupo y nombre del negocio (esto facilita a los docentes e invitados tomar nota de las dudas que tienen y a qué slide corresponden para luego hacer sus preguntas al final).

Se recomienda un máximo de 10 slides. Tip: dejar slides opcionales (pertinentes) al final de la presentación por si alcanza el tiempo o surge alguna pregunta de la cual quieran apoyarse con slides para responder. **Ver material sobre Presentaciones Efectivas.**

Hacer foco en:

- El **problema** de negocio.
- La **solución** propuesta a ese problema (no en la tecnología).
- El **mercado** y la **competencia** (hincapié en la diferenciación).
- **Conclusiones** sobre la viabilidad (o no) del negocio.
- **Lecciones aprendidas.**