



Facultad de Ciencias Empresariales y Jurídicas · iDEA

PROYECTO INTEGRADOR PLAN DE NEGOCIO iDEA

De la idea validada al negocio evaluable · 7 módulos

Nombre de la idea de negocio

Nombre comercial

Razón social (si aplica)

Categoría del proyecto

Equipo emprendedor

Curso / Materia

Docente / Asesor

Fecha de entrega

Cómo usar esta plantilla

Esta plantilla te lleva de la idea al negocio en 7 módulos (Fases 0 a 6), la misma estructura de la plataforma iLab. No la llenes en orden ciego: primero valida (Módulo 1), luego construye. Cada sección tiene tres partes:

INSTRUCCIÓN en gris cursiva: qué se espera en esa sección.

CAJA con borde morado o tabla: aquí escribes tú. Las líneas grises con “>” son preguntas guía; bórralas al responder.

IA · COPILOTO recuadro dorado: cómo usar la IA, con un prompt listo para copiar.

REGLA DE FUENTES

Todo dato de mercado, cifra o supuesto debe provenir de una fuente oficial citada (INEGI, Banxico, SAT, IMPI, DENUE, etc.) en formato APA 7. Las herramientas de IA (ChatGPT, Gemini, Claude, Perplexity) nunca son autores ni fuentes citables: solo ayudan a encontrar y redactar; la fuente real es la institución que la IA citó. Si no tienes el dato de una fuente oficial, señala el vacío; no lo inventes.

IA · COPILOTO

Regla de oro: tú eres el piloto, la IA es el copiloto. Úsala para acelerar, ampliar y retar tus ideas — nunca para sustituir tu criterio ni tu trabajo de campo. Verifica siempre datos, cifras y fuentes. Escribe tú el primer borrador; que la IA lo pule, no que lo invente por ti.

FASE 0 · DESCUBRIMIENTO Y VALIDACIÓN

Demostrar que el problema existe y que alguien pagaría por resolverlo. · Módulo 1 de 7

0.1 El problema o dolor

Describe el problema real de un grupo de personas. Empieza por el dolor, no por tu producto.

- › ¿Qué problema o necesidad concreta detectaste?
- › ¿A quién le duele y con qué frecuencia?
- › ¿Cómo lo resuelven hoy y por qué esa solución es insuficiente?

IA · COPILOTO

Usa un GPT en modo “abogado del diablo” para retar si el dolor es real o supuesto.

Prompt sugerido: “Cuestiona mi problema: dame 5 razones por las que este segmento podría NO estar dispuesto a pagar por resolverlo.”

0.2 Hipótesis de solución y propuesta de valor

Plantea tu solución como una hipótesis a comprobar, no como una verdad.

- › Nuestra solución es... y ayuda a [cliente] a [resultado] mejor que [alternativa actual].
- › ¿Cuál es el beneficio principal que promete?

0.3 Lienzo de propuesta de valor (VPC)

Conecta lo que ofreces con lo que el cliente realmente necesita.

Perfil del cliente	Mapa de valor
<i>Trabajos (jobs): ¿qué intenta lograr?</i>	<i>Productos y servicios que ofreces</i>
<i>Frustraciones (pains)</i>	<i>Aliviadores de frustraciones</i>
<i>Alegrías (gains)</i>	<i>Creadores de alegrías</i>

0.4 Mapa de empatía

Ponte en los zapatos de tu cliente para entender su contexto completo.

Dimensión	Lo que observas
¿Qué piensa y siente?	
¿Qué ve?	

¿Qué escucha?	
¿Qué dice y hace?	
Esfuerzos / Resultados	

0.5 Evidencia de validación

Muestra evidencia real: entrevistas, encuestas, preventas, prototipo o piloto. Sin evidencia, todo lo demás es opinión.

- › ¿A cuántas personas entrevistaste/encuestaste? Resume los 3–5 hallazgos clave.
- › ¿Qué señales de compra reales obtuviste (interés, lista de espera, preventa, piloto)?

IA · COPILOTO

La IA diseña tu instrumento y sintetiza resultados.

Prompt sugerido: “Dame un guion de 8 preguntas estilo ‘The Mom Test’ (que no induzcan la respuesta) y una encuesta de 6 reactivos. Luego te pegaré las transcripciones para que sintetices los hallazgos.”

0.6 Equipo emprendedor

¿Por qué ustedes son el equipo indicado para sacar esto adelante?

Integrante	Rol / fortaleza	Experiencia o habilidad clave

0.7 Supuestos críticos y matriz de riesgos

¿Qué tiene que ser cierto para que el negocio funcione? Evalúa cada riesgo por probabilidad e impacto.

Supuesto o riesgo	Probabilidad (A/M/B)	Impacto (A/M/B)	Plan de mitigación

IA · COPILOTO

Haz un “premortem”: imagina que el negocio ya fracasó y trabaja hacia atrás.

Prompt sugerido: “Imagina que este negocio quebró en 12 meses. Dame las 5 causas más probables con su probabilidad, impacto y mitigación.”

FASE 1 · PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

Hacia dónde va el negocio y cómo genera valor. · Módulo 2 de 7

1.1 Misión, visión y valores

Visión: en qué quieren convertirse en 3–5 años. Misión: qué hacen, para quién y por qué importa. Valores: los principios que los rigen.

Visión

Misión

Valores

› De 3 a 5 valores y qué significan en la práctica.

IA · COPILOTO

Escribe tú el borrador y deja que la IA lo pule y lo evalúe.

Prompt sugerido: “Pule esta misión y visión, y dime si mi misión responde qué hago, para quién y por qué importa.”

1.2 Descripción del negocio

Explica el negocio como si tuvieras 30 segundos en un elevador.

1.3 Objetivos SMART (corto, mediano y largo plazo)

Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y con Tiempo definido.

Plazo	Objetivos SMART
Corto (0–12 meses)	
Mediano (1–3 años)	
Largo (4–10 años)	

1.4 Objetivos clave y resultados (OKR)

Un objetivo cualitativo con 3 resultados clave medibles por trimestre.

Objetivo (cualitativo)	Resultados clave (medibles)
------------------------	-----------------------------

1. 2. 3.

1.5 Modelo de negocio (Lean Canvas)

Resume tu negocio en 9 bloques: la fotografía de cómo generas y capturas valor.

Problema	Solución	Propuesta única de valor
Segmento de clientes	Canales	Ventaja diferencial
Estructura de costos		Fuentes de ingreso

IA · COPILOTO

Usa iCanvas de iTools, o pide a la IA un borrador de los 9 bloques para corregirlo.

Prompt sugerido: “Con esta descripción de mi negocio, llena un borrador de Lean Canvas (9 bloques) que yo pueda corregir.”

1.6 Impacto y sostenibilidad (ESG)

El compromiso del negocio con lo económico, lo social y lo ambiental. Diferenciador clave en un proyecto con misión.

Dimensión económica, social y ambiental

› ¿Qué valor genera en cada dimensión?

Programas de beneficio a la comunidad

Manejo de residuos y consumo responsable (agua, luz, gas)

Cultura ecológica (plan de acción)

Indicadores de impacto y ODS

› ¿A qué ODS contribuye y con qué 2–3 indicadores lo medirás?

IA · COPILOTO

Alinea tu impacto con los ODS y hazlo medible.

Prompt sugerido: “Relaciona mi negocio con 1–2 ODS y sugiere 3 indicadores medibles de impacto social o ambiental.”

FASE 2 · ANÁLISIS DEL MERCADO

Quién compra, cuánto mercado existe y cómo competir. · Módulo 3 de 7

2.1 Antecedentes y contexto del sector

Panorama del sector: tamaño, tendencias y madurez.

2.2 Análisis del entorno (PESTEL)

Factores externos que afectan tu negocio. Para cada uno: ¿es oportunidad o amenaza?

Factor	Situación relevante	O / A
Político		
Económico		
Social		
Tecnológico		
Ecológico		
Legal		

IA · COPILOTO

La IA ayuda a mapear el entorno de tu giro; verifica cada dato con fuentes oficiales.

Prompt sugerido: “Dame los factores PESTEL más relevantes para [mi giro] en [mi zona/México], marcando oportunidad o amenaza, citando fuentes oficiales en APA.”

2.3 Cinco Fuerzas de Porter

Evalúa la intensidad competitiva del sector (alta/media/baja) y por qué.

Fuerza	Intensidad	Justificación
Rivalidad entre competidores		
Amenaza de nuevos entrantes		
Poder de clientes		
Poder de proveedores		

Amenaza de sustitutos

2.4 Cadena de valor

¿Dónde se crea el valor en tu negocio y dónde está tu ventaja?

- › Actividades primarias (logística, operaciones, marketing, ventas, servicio).
- › Actividades de apoyo (infraestructura, RH, tecnología, compras).
- › ¿En qué actividad(es) está tu mayor ventaja?

2.5 Comportamiento del consumidor

¿Cómo compra y decide tu cliente? Hábitos, motivaciones y tendencias del segmento.

2.6 Mercado potencial (TAM · SAM · SOM)

Cuantifica tu mercado con datos, no supuestos. Usa el DENUe del INEGI para conteos reales por giro (SCIAN) y zona.

Nivel	Definición	Estimación (personas / \$)
TAM	Mercado total disponible	
SAM	Mercado que puedes atender	
SOM	Mercado que capturarás al inicio	

IA · COPILOTO

El DENUe (INEGI) es gratuito, con mapa y API.

Prompt sugerido: “Ayúdame a estimar TAM, SAM y SOM para [mi giro] en [mi zona] con estos datos del DENUe y mi ticket promedio, citando la fuente.”

2.7 Buyer persona

Describe a tu cliente ideal como una persona concreta, no como una categoría.

- › Nombre ficticio, edad, ocupación, ingresos.
- › Dolores, objetivos y objeciones de compra.
- › ¿Dónde está y cómo decide?

2.8 Mapa del recorrido del cliente (customer journey)

Las etapas que vive tu cliente, de que descubre el problema a que recomienda tu marca.

Etapas	¿Qué hace?	¿Qué siente?	Punto de contacto / mejora
Descubrimiento			

Consideración			
Compra			
Uso			
Lealtad			

2.9 Metodología de investigación de mercado

Cómo investigaste: fuentes primarias (entrevistas, encuestas) y secundarias, tamaño de muestra y conclusiones. Los instrumentos van en Anexos.

Fuentes primarias	Fuentes secundarias
› Tamaño de muestra y método. › Conclusiones principales del estudio.	

2.10 Análisis de la competencia (mínimo 5)

Investigación de campo. Contrasta lo que encuentres en línea con visitas reales.

Competidor	Aceptación	Tipo de cliente	¿Por qué lo eligen?	Canal	Precio

2.11 Análisis FODA

Internos: Fortalezas y Debilidades. Externos: Oportunidades y Amenazas.

Fortalezas (internas)	Debilidades (internas)
Oportunidades (externas)	Amenazas (externas)

2.12 Matriz EFE (factores externos)

Peso: 0.0–1.0 (suma 1). Calificación: 1=respuesta pobre, 4=superior. Ponderación = peso × calificación. Un total > 2.5 es favorable.

Factor externo clave	Peso	Calif. (1–4)	Ponderación
Oportunidades			

Amenazas			
TOTAL	1.00		

2.13 Matriz EFI (factores internos)

Mismo método que la EFE, con tus fortalezas y debilidades.

Factor interno clave	Peso	Calif. (1–4)	Ponderación
Fortalezas			
Debilidades			
TOTAL	1.00		

IA · COPILOTO

La IA explica cómo ponderar; tú verificas la aritmética.

Prompt sugerido: “Explícame cómo asignar pesos y calificaciones en una matriz EFE/EFI y revisa si mi ponderación es coherente.”

2.14 Matriz de Perfil Competitivo (MPC)

Compárate con 2 competidores en los factores clave de éxito. Peso suma 1; calificación 1–4.

Factor clave de éxito	Peso	Nosotros	Comp. A	Comp. B	Notas

2.15 FODA cruzado (estrategias MAFE)

Cruza los factores para convertir el FODA en estrategias accionables.

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Oportunidades (O)	Estrategias FO (usar fortalezas para aprovechar oportunidades)	Estrategias DO (superar debilidades aprovechando oportunidades)

Amenazas (A)	Estrategias FA (usar fortalezas para enfrentar amenazas)	Estrategias DA (minimizar debilidades y evitar amenazas)
--------------	--	--

IA · COPILOTO

La IA propone estrategias de cruce; tú eliges las que puedes ejecutar.

Prompt sugerido: “Con este FODA, propón 2 estrategias por cada cruce (FO, FA, DO, DA) realistas para un negocio en etapa temprana.”

2.16 Matriz de Ansoff (estrategia de crecimiento)

¿Cómo crecerás? Elige y justifica: penetración, desarrollo de producto, desarrollo de mercado o diversificación.

› Estrategia elegida y por qué conviene a tu etapa.

2.17 Estrategias de comercialización (mezcla 4P / 7P) e identidad visual

Define las 4 P (y, para servicios, las 3 adicionales: Personas, Procesos, Evidencia física). Incluye el canal digital.

Producto

› Beneficios, garantías, post-venta y tu diferencial.

Precio

› Precio y cómo lo determinaste (costo, valor, competencia).

Plaza / Distribución (incluye canal digital)

› Venta directa, distribuidores, delivery, e-commerce, marketplaces, redes y venta social.

Promoción

› Acciones, presupuesto tentativo y mecanismos (orgánico, referidos, alianzas, influencers).

Personas · Procesos · Evidencia física (servicios)

Identidad visual (logo, tipografía, paleta)

› Inserta tu logotipo y describe tu paleta y tipografía. El logo primario se usa en la portada.

IA · COPILOTO

Usa el generador de logotipo e identidad de iLab, o pide campañas por canal.

Prompt sugerido: “Dame 3 ideas de campaña por canal con presupuesto tentativo, y un prompt de logotipo para [giro] dirigido a [cliente].”

FASE 3 · ESTUDIO TÉCNICO Y OPERATIVO

Cómo se produce o entrega el producto/servicio y con qué recursos. · Módulo 4 de 7

3.1 Localización

Ubicación y por qué conviene: cercanía a clientes/proveedores, costo, tránsito, permisos.

3.2 Diseño de planta y oficina (layout / render)

Plano o render del espacio de trabajo y su distribución. Inserta la imagen.

› Inserta aquí tu plano, croquis o render del local/planta/oficina.

IA · COPILOTO

Describe tu espacio a una IA de imagen y pídele un plano o render.

Prompt sugerido: “Genera un croquis de distribución para un local de [tipo] de [m²] con estas áreas: [lista].”

3.3 Especificaciones técnicas y diseño de producto

Materiales, medidas y características. Incluye una imagen o render del producto.

› Inserta aquí una imagen o render de tu producto.

3.4 Proceso de producción (diagrama de flujo + OTIDA)

Describe el proceso paso a paso y clasifica cada actividad: ○ Operación · ⇄ Transporte · □ Inspección · D Demora · ▽ Almacenamiento.

#	Actividad	O / T	I / D	Alm.

IA · COPILOTO

Describe tu proceso y deja que la IA lo ordene y clasifique con OTIDA.

Prompt sugerido: “Ordena este proceso paso a paso y clasifícalo con el método OTIDA (operación, transporte, inspección, demora, almacenamiento).”

3.5 Capacidad instalada de producción

¿Cuánto puedes producir/atender por período con los recursos planeados?

- › Capacidad por turno/día/mes y supuestos.
- › Justificación técnica de la tecnología elegida.

3.6 Maquinaria, equipos y herramientas

Maquinaria	Cant.	Equipos y herramientas	Cant.

3.7 Materia prima e insumos

Materia prima / insumo	Cant. por unidad	Unidades a producir	Necesidad total

3.8 Proveedores

Posibles proveedores de tus insumos y qué ofrece cada uno.

Proveedor	Qué ofrece	Condiciones (crédito, entrega)
-----------	------------	--------------------------------

3.9 Gestión de inventarios

Cómo controlarás existencias: método, punto de reorden, rotación.

3.10 Procedimiento de mejora continua (PHVA)

Cómo mejorarás el proceso de forma sistemática (Planear–Hacer–Verificar–Actuar).

3.11 Estructura organizacional (organigrama)

Dibuja o describe el organigrama: quién reporta a quién.

› Inserta aquí tu organigrama o descríbelo por niveles.

3.12 Análisis y descripción de puestos

Un renglón por puesto clave, con sus responsabilidades y el perfil requerido.

Puesto	Responsabilidades	Perfil / experiencia	Nº plazas

IA · COPILOTO

La IA redacta descripciones de puesto listas para reclutar.

Prompt sugerido: “Escribe descripciones de puesto (responsabilidades y perfil) para estos roles: [lista].”

3.13 Reclutamiento, selección, contratación e inducción

Cómo atraerás, elegirás, contratarás e integrarás al personal. El contrato tipo va en Anexos.

Etapa	Cómo la realizarás
-------	--------------------

Reclutamiento (fuentes)	
Selección (filtros, entrevista)	
Contratación (tipo de contrato)	
Inducción (plan de bienvenida)	

3.14 Capacitación y desarrollo

Cómo formarás y harás crecer al equipo.

› Necesidades de capacitación, métodos y periodicidad.

3.15 Administración de sueldos y salarios

Tabulador de sueldos por puesto y prestaciones.

Puesto	Sueldo mensual	Prestaciones / observaciones

3.16 Evaluación del desempeño

Cómo medirás el desempeño del personal (indicadores, frecuencia, método).

3.17 Seguridad, higiene y salud psicosocial

Medidas de seguridad e higiene y cuidado de la salud mental del equipo (NOM-035).

3.18 Cronograma de arranque

Las etapas para echar a andar el negocio, con fechas o hitos.

Hito / actividad	Responsable	Fecha / periodo

FASE 4 · ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Cuánto cuesta arrancar, a qué precio vender y si el proyecto es rentable. · Módulo 5 de 7

4.1 Plan de inversión inicial

Todo lo necesario para arrancar: activo fijo, gastos pre-operativos y capital de trabajo.

Rubro	Valor unit.	Unid.	Inversión total
1. Activo fijo			
Maquinaria, equipo, mobiliario			
2. Gastos pre-operativos			
(constitución, permisos, marca)			
3. Capital de trabajo			
(insumos, nómina, arranque)			
INVERSIÓN TOTAL			

4.2 Estructura de costos (fijos y variables)

Separa costos fijos (no cambian con la producción) de variables (sí cambian).

Rubro	Costo fijo	Costo variable
Costos directos (materiales, mano de obra)		
Costos indirectos (admón., ventas)		
TOTAL		

4.3 Costo unitario y precio de venta

$CTU = CFU + CVU$. Precio piso = $CTU + \text{ganancia}$. Pero valida contra el VALOR percibido y la competencia.

Concepto	Valor
Costo Total Unitario (CTU)	
Margen de ganancia (%)	
Precio por costo (PVU)	
Precio por valor (disposición a pagar)	
Precio promedio de la competencia	
PRECIO FINAL DECIDIDO	

4.4 Proyección de ventas (3 escenarios)

Estima unidades e ingresos por período. Modela pesimista, realista y optimista.

Escenario	Unidades / año	Ingreso estimado / año
Pesimista		
Realista		
Optimista		

4.5 Punto de equilibrio

$\text{Margen de contribución} = \text{Precio} - \text{Costo variable unitario}$. $\text{PE (unidades)} = \text{Costo fijo total} \div \text{margen de contribución}$.

Concepto	Valor
Margen de contribución unitario	
Costo fijo total	
Punto de equilibrio (unidades)	
Punto de equilibrio (\$)	

4.6 Flujo de efectivo (mensual)

Entradas y salidas de dinero, mes a mes el primer año. Amplía las columnas según tu horizonte.

Concepto	M0	M1	M2	M3	Total
Ingresos (ventas)					
Egresos					
Saldo del mes					
Efectivo acumulado					

4.7 Estado de resultados proyectado (P&L)

La utilidad del negocio, de los ingresos a la utilidad neta, por año.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas netas			
(-) Costo de ventas			
= Utilidad bruta			
(-) Gastos de operación			
= Utilidad operativa			
(-) Impuestos			
= Utilidad neta			

4.8 Balance general pro forma

Fotografía de lo que el negocio tiene y debe, proyectada.

Activo	Pasivo	Capital

4.9 Capital de trabajo

Recursos para operar el día a día: $\text{activo circulante} - \text{pasivo circulante}$.

--

4.10 Razones financieras

Indicadores de salud del negocio.

Razón	Resultado	Qué indica
Liquidez		Capacidad de pagar deudas de corto plazo
Endeudamiento		Qué parte se financia con deuda
Margen neto		Utilidad por cada peso vendido
ROE / ROI		Rendimiento sobre la inversión

4.11 Tasa de descuento justificada (TREMA / WACC)

Justifica la tasa con la que evalúas el proyecto. TREMA = inflación esperada + tasa libre de riesgo (CETES) + premio al riesgo del giro; o WACC (costo promedio ponderado de capital).

Componente	Valor (%)
Inflación esperada	
Tasa libre de riesgo (CETES)	
Premio al riesgo del giro	
TREMA / WACC resultante	

4.12 Evaluación de la inversión (VAN, TIR, ROI, payback)

Aquí se decide si el proyecto vale la pena. No basta con que el flujo dé positivo.

Indicador	Resultado	¿Qué significa?
VAN		Valor presente neto. Positivo = crea valor.
TIR		Compárala con tu TREMA/WACC.
ROI		Retorno sobre la inversión.
Periodo de recuperación		En cuánto tiempo recuperas la inversión.

IA · COPILOTO

Pide a la IA que arme el modelo desde tus supuestos y verifica los cálculos tú mismo.

Prompt sugerido: “Con esta inversión, estos flujos y una TREMA de [%], calcula VAN, TIR, ROI y periodo de recuperación, y explícame qué me dice cada resultado.”

4.13 Análisis de sensibilidad

¿Qué tan frágil es tu negocio? Cambia una variable y mide el impacto.

Variable	Cambio	Impacto en utilidad / PE
Costo de materia prima	+20 %	
Precio de venta	-10 %	
Volumen de ventas	-25 %	

4.14 Unit economics (CAC, LTV)

¿Cuánto cuesta conseguir un cliente y cuánto deja en su vida? Clave para negocios digitales/escalables.

Métrica	Valor
CAC (costo de adquisición de cliente)	
LTV (valor de vida del cliente)	
Relación LTV / CAC (ideal ≥ 3)	
Churn (tasa de abandono)	

4.15 Financiamiento (“El Ask”) y uso de fondos

¿Cómo fondearás la inversión inicial y en qué la usarás? Si buscas inversión, aquí va tu petición.

Fuente de financiamiento	Monto / %
Capital propio	
Inversión externa (El Ask)	
Crédito / deuda	
Uso de fondos	

FASE 5 · MARCO LEGAL Y FISCAL

Cómo se constituye y tributa el negocio en México. · Módulo 6 de 7

5.1 Constitución legal de la sociedad

¿Persona física con actividad empresarial, S.A.S., S.A. de C.V., S.A.P.I., cooperativa...? Justifica.

5.2 Régimen fiscal (SAT: RESICO/General, deducciones, CFDI)

Régimen aplicable, obligaciones, deducciones principales y facturación electrónica.

5.3 Obligaciones laborales y seguridad social

Registro patronal, IMSS, INFONAVIT y obligaciones ante los trabajadores.

5.4 Permisos, licencias y trámites

Licencia de funcionamiento, uso de suelo, protección civil y demás según tu giro y ubicación.

Trámite / permiso	Autoridad	Estatus

--	--	--

5.5 Normas sectoriales y propiedad intelectual

NOMs aplicables, permisos sanitarios (COFEPRIS), registros del sector y registro de marca ante el IMPI.

--

5.6 Protección de datos (LFPDPPP)

Si manejas datos personales: aviso de privacidad y medidas de protección.

--

5.7 Comercio exterior (si aplica)

Para negocios internacionales: aranceles, políticas de importación/exportación y requisitos aduaneros.

--

IA · COPILOTO

La IA orienta, no asesora: confirma con un contador, un abogado o el SAT.

Prompt sugerido: “Explicame en simple el régimen fiscal y los trámites de un negocio de [giro] en México, y aclara que es orientación, no asesoría legal.”

FASE 6 · CIERRE Y PRESENTACIÓN

Síntesis del plan y presentación ante el jurado. · Módulo 7 de 7

6.1 Ficha técnica ejecutiva (1 página)

Los datos clave del proyecto en una sola vista.

Dato	Valor
Nombre comercial / giro	
Ubicación	
Inversión total	
VAN / TIR	
Punto de equilibrio	
Precio y margen	
Equipo	

6.2 Resumen ejecutivo

Escríbelo AL FINAL. Una página que resuma todo: problema, solución, mercado, modelo, números y equipo, con factibilidad, viabilidad y valor agregado.

IA · COPILOTO

Deja que la IA condense tu plan terminado y cree tu pitch de 100 palabras.

Prompt sugerido: “Resume este plan completo en una página (factibilidad, viabilidad, valor agregado y panoramas por área) y luego en 100 palabras para un elevator pitch.”

6.3 Tablero de indicadores (KPIs)

Los 4–6 números que vas a vigilar para saber si el negocio va bien.

Indicador (KPI)	Meta	Frecuencia

6.4 Pitch para el Expo Emprendedor

Convierte el plan en ~10 diapositivas: problema · solución · mercado · modelo · tracción · competencia · finanzas · equipo · petición.

› Enlaza aquí tu presentación o pega el guion del pitch.

IA · COPILOTO

Genera el deck y ensaya con un GPT que actúe como jurado.

Prompt sugerido: “Convierte este plan en un guion de pitch de 10 diapositivas y luego actúa como jurado del Expo Emprendedor y hazme 8 preguntas difíciles.”

6.5 Prototipo digital interactivo

Un prototipo navegable (landing, app o demo) que materialice tu propuesta. Pega el enlace HTTPS validado.

› Enlace <https://> al prototipo (hecho con Lovable, v0 u otra herramienta).

IA · COPILOTO

Usa el prompt maestro de prototipado de iLab, que consolida propuesta, flujos y paleta.

Prompt sugerido: “Con esta propuesta de valor, flujos de usuario y paleta, dame un megaprompt para generar un prototipo navegable en Lovable o v0.”

6.6 Rúbrica de autoevaluación

Antes de entregar, evalúa tu propio plan por módulo. Si algo está en rojo, aún tienes tiempo de arreglarlo.

Criterio	Nivel esperado	Mi evaluación
M1 · Problema validado con evidencia real	Alto	
M2 · Estrategia, modelo e impacto ESG	Alto	
M3 · Mercado, diagnóstico (FODA/matrices) y competencia	Alto	
M4 · Operación, RH y recursos definidos	Medio	
M5 · Finanzas completas (P&L, balance, VAN/TIR)	Alto	
M6 · Marco legal y fiscal	Medio	
M7 · Resumen, pitch y prototipo	Alto	

6.7 Referencias bibliográficas (APA 7) y anexos

El respaldo del plan. Todas las fuentes en formato APA 7; la IA no es fuente citable.

- Referencias (APA 7): INEGI, Banxico, SAT, IMPI, DENUe y demás fuentes oficiales citadas en el texto.
- Anexos: instrumentos aplicados (encuestas y entrevistas) · currículos del personal · formatos de trámites y cotizaciones · contrato individual de trabajo (tipo).

iDEA · Instituto de Desarrollo Emprendedor Aplicado — Universidad de Montemorelos · FACEJ

Servir es la forma más alta de liderazgo.