

TRUST YOUR  
CRAZY IDEAS  
CHALLENGE



Junior  
Achievement™  
of Greater New Orleans

# JA CATALYST

PLAN DE ESTUDIOS DE  
IDEACIÓN DE OTOÑO

ESTUDIANTE ORGANIZADOR  
GRÁFICO DE IDEAS  
INNOVADORAS

# SESIÓN 1: DESCUBRIMIENTO

## DESCRIPCIÓN GENERAL

Los emprendedores utilizan la creatividad y la innovación para crear un negocio. Con esta guía, aprenderá cómo resolver problemas a través del espíritu empresarial, cómo crear un modelo de negocio y cómo crear un discurso para su propia idea loca.

Al final de estas sesiones, enviará su idea para tener la oportunidad de ganar hasta \$15,000 en dinero para becas: [www.trustyourcrazyideaschallenge.org/submit](http://www.trustyourcrazyideaschallenge.org/submit)

## GRANDES IDEAS

### COMENZAR CON UN PROBLEMA



Todos los productos, desde el teléfono hasta el automóvil eléctrico, comenzaron con un problema.

Construir un negocio se trata principalmente de encontrar un buen problema para resolver, comprender las necesidades de su cliente y proporcionar una solución que satisfaga esas necesidades.

¡Pero incluso las grandes ideas pueden fallar! En las próximas sesiones, hablaremos sobre cómo crear un modelo de negocio sólido que le ayudará a convertir sus locas ideas en un gran negocio.

¿Qué problema resuelven?

¿Quiénes son sus clientes?

<b>Apple</b>		
<b>Nike</b>		
<b>Spotify</b>		

## CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS

Encierra en un círculo las que tienes ahora y enmarca las características que te gustaría desarrollar.

Persistente	Individual	Buen oyente	Valiente
Solucionador de problemas	Innovador	Aprendiz	Impaciente
Curioso	Ético	Flexible	Ambicioso
Corajudo	Apasionado	Adaptable	Impulsado
Tomador de riesgos	Determinado	Disciplinado	Entusiasta

# SESIÓN 1: DESCUBRIMIENTO

## ACTIVIDAD 1 LABORATORIO DE INNOVACIÓN

En el espacio a continuación, creará un nuevo producto o idea de negocio que resuelva el problema que se le asignó. Explique cómo funciona su producto, quiénes son sus clientes y cuál es su solución.

<p>En sus propias palabras, explique el problema que está tratando de resolver.</p>	<p>¿Quién es tu cliente potencial?</p>	<p>¿Cuál es tu solución? Describe su producto o servicio aquí.</p>
---	--	--

Ilustre cómo se vería su prototipo a continuación:



# SESIÓN 1: DESCUBRIMIENTO (CONTINUACIÓN)

Todo gran negocio comienza con un problema. Los empresarios deben probar sus ideas para demostrar que el problema que están tratando de resolver es un problema válido. Los problemas válidos afectan a clientes reales que están dispuestos a pagar por una solución.



Este proceso de probar una idea con los clientes se llama validación de problemas.

¿Qué podría pasar si un emprendedor nunca valida el problema que está tratando de resolver?

## PREGUNTAS QUE DEBES HACERTE:

1. **¿Puedes describir el problema que estás tratando de resolver?**
2. **¿Alguien está particularmente afectado por este problema? Si es así, ¿quién?**
3. **¿Están resolviendo este problema por sí mismos, sin su ayuda? ¿Si es así, cómo?**
4. **¿Es esa solución mejor (más fácil, más barata o más conveniente) que su solución?**
5. **¿Su cliente pagará por su solución?**

Responder a estas preguntas requerirá que investigues con tus clientes potenciales. Primero debes saber quiénes son tus clientes y qué quieren. Identificarás a tus clientes potenciales por sus rasgos comunes. Estos grupos se denominan segmentos de clientes.

Si bien es posible que no siempre obtenga las respuestas que espera, aprenderá más sobre sus clientes. Esta información lo ayudará a iterar o cambiar su idea para mejorarla.

Recuerde, estos son experimentos y deberían enseñarle algo nuevo sobre sus clientes. Una vez que tenga una nueva hipótesis sobre lo que sus clientes necesitan para resolver sus problemas, la probará una y otra vez hasta que haya creado una solución verdaderamente única y valiosa.

## CASO DE ESTUDIO #1: APLICACIÓN DE ZARA

La joven empresaria Zara tiene una idea de aplicación que ayudaría a los grupos de estudio de la escuela secundaria a encontrar excelentes lugares para estudiar, como bibliotecas, cafeterías u otros espacios de reunión. Ella incorporará excelentes características como las horas pico y las reseñas de los estudiantes.

*Según la encuesta de su clase, ¿es este un buen problema para resolver para los estudiantes de secundaria? ¿Por qué o por qué no?*

---

---

---

---

---

---

---



# SESIÓN 1: DESCUBRIMIENTO (CONTINUACIÓN)

## SEGMENTOS DE CLIENTES



Los segmentos de clientes son grupos de sus clientes potenciales que tienen características compartidas. El problema que está tratando de resolver afectará la forma en que elige agrupar a sus clientes potenciales.

Por ejemplo, un producto educativo podría agrupar segmentos de clientes como: estudiantes de secundaria, maestros o padres,

Mientras que una línea de cuidado del cabello puede elegir grupos por tipo de cabello o edad.

Las necesidades o problemas específicos de su cliente se denominan puntos débiles. Estas son las razones por las que el cliente se ve afectado por el problema

Por ejemplo, si quisiera resolver el problema: "No hay suficientes personas reciclando". Debería averiguar POR QUÉ sus clientes potenciales no están reciclando. Puede encontrar muchas razones, pero depende de usted elegir una para resolver. La mejor manera de comprender los puntos débiles de sus clientes es conocerlos. Piense en todas las personas a las que potencialmente impacta su problema.

## ESTUDIO DE CASO N.º 2: PUNTOS DÉBILES DEL CLIENTE

Alonzo ha estado luchando con sus calificaciones. Juega fútbol, corre atletismo y juega béisbol durante el año escolar. Tiene práctica casi todas las tardes. Le cuesta encontrar tiempo para estudiar y es malo para tomar notas. Su amiga Lina ha tratado de ayudarlo a estudiar, pero a menudo se distraen y hablan más de lo que estudian.

Derek siempre ha sido un buen estudiante en todas las materias menos en matemáticas. Tiene dificultades con el álgebra. Derek estuvo enfermo durante dos semanas en el primer trimestre y ha tenido problemas para ponerse al día. No tiene amigos en su clase a quienes tomar prestados apuntes. Ahora que están en ecuaciones más avanzadas, Derek se siente desesperanzado.

Jenny intenta que le vaya bien en la escuela, pero tiene un trabajo después de la escuela que usa para ganar dinero extra. Últimamente, ese trabajo le ha ofrecido horas extras, pero no le ha dejado mucho tiempo para hacer las tarjetas que suele usar para estudiar. Jenny es excelente en matemáticas pero necesita ayuda con otras materias.

### PROBLEM

A:




---

---

---

---




---

---

---

---




---

---

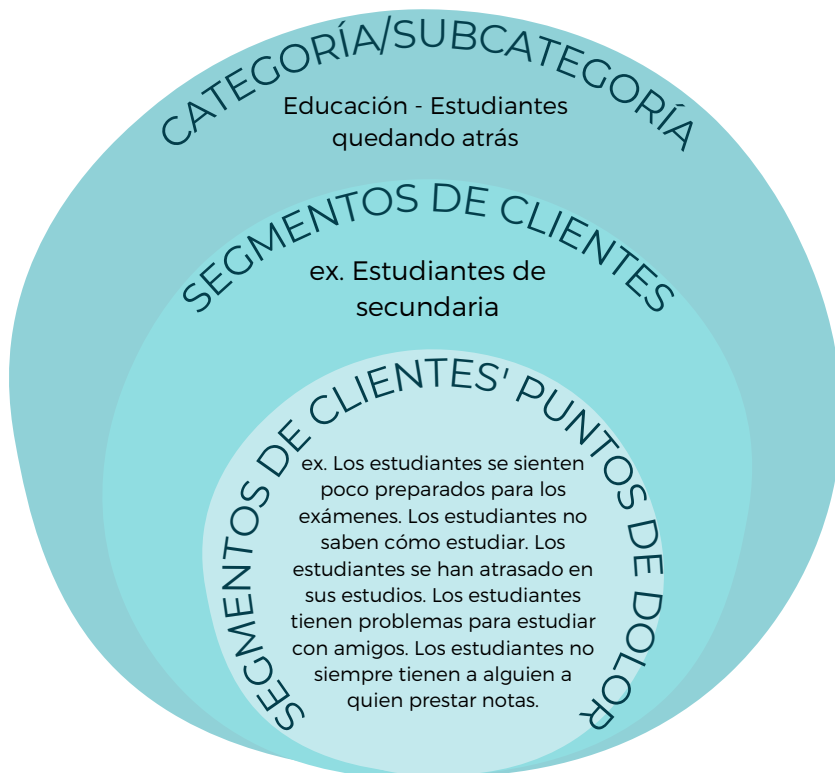
---

---



## SESIÓN 2: RESUELVE EL PROBLEMA CATEGORÍAS

En esta sesión, se concentrará en explorar posibles problemas que le gustaría resolver. Pasarás mucho tiempo pensando en este problema, por lo que es importante que elijas algo que te interese. A continuación encontrará varias categorías de muestra. Con su clase, hablará sobre problemas específicos dentro de estas categorías e identificará puntos débiles específicos para resolver. Recuerde, siempre puede agregar categorías adicionales.

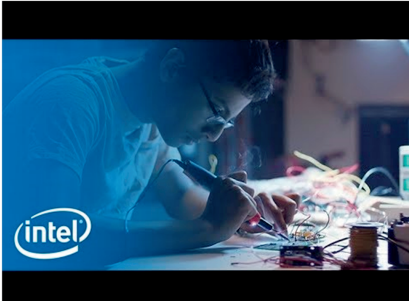


### DESGLOSANDO GRANDES PROBLEMAS

Una vez que haya elegido una categoría y una subcategoría, querrá pensar en los clientes. ¿Quién se ve afectado por este problema? Identifique un segmento de clientes (grupo de clientes con características compartidas) en el que le gustaría centrarse.

Enumere todos los puntos débiles que cree que el cliente puede tener relacionados con este problema. ¿Alguno está relacionado? ¿Qué puntos débiles podría resolver para lograr el máximo impacto para su cliente? ¡Recuerde, no tiene que resolver todos los problemas para hacer una gran diferencia en la vida de alguien!

# SESIÓN 2: RESUELVE EL PROBLEMA



¿Cuál fue el problema que resolvió este estudiante?

---

---

---

---

---

---

---

¿Quiénes son los segmentos de clientes para su producto? ¿Cuáles fueron sus puntos débiles?

---

---

---

---

¿Cómo desglosó este estudiante los problemas más importantes relacionados con la accesibilidad para los discapacitados visuales?

---

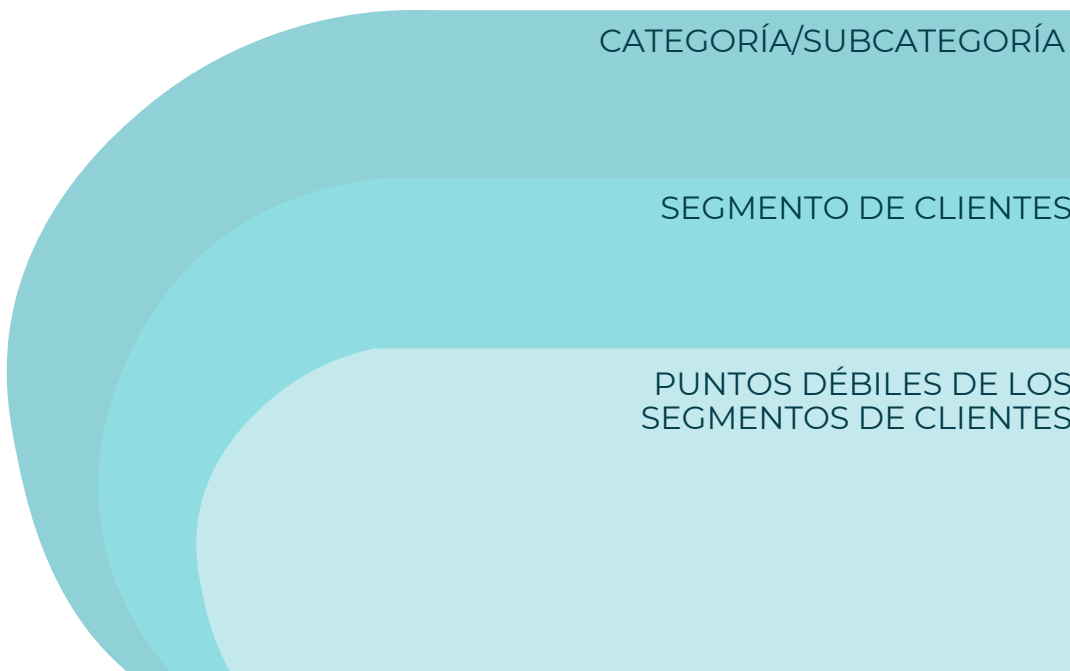
---

---

---

## ACTIVIDAD 2: DESGLOSE DE GRANDES PROBLEMAS

En el cuadro a continuación, desglose una de las categorías de su elección por su cuenta. Recuerde preguntarse, "¿quién se ve afectado por este problema?" Si no puede pensar en nadie que esté específicamente afectado, es posible que deba cambiar el problema que está tratando de resolver.



## ACTIVIDAD 2: DESGLOSE DE GRANDES PROBLEMAS (CONTINUACIÓN)

Ahora que ha reducido el tipo de problema que desea resolver y los puntos débiles específicos que tienen sus clientes, pregúntese cuál de estos puntos débiles puede resolver. Recuerde, no necesita resolver TODOS los problemas que puedan tener sus clientes, pero su solución debe abordar las necesidades específicas de sus clientes. Piensa en Alonzo, Derek y Jenny, ¿tienen algún punto débil en común?

En el espacio a continuación, elija dos puntos débiles de su gráfico y cree tres soluciones posibles para cada punto débil.

Segmentos de clientes	Puntos de dolor	Solución 1	Solución 2	Solución 3

Ahora, use las preguntas de la sesión uno para ayudarlo a elegir qué problema y qué solución es la mejor hipótesis para un gran producto.

### PREGÚNTESE:

1. ¿Puedes describir el problema que estás tratando de resolver?
2. ¿Alguien está particularmente afectado por este problema? Si es así, ¿quién?
3. ¿Están resolviendo este problema por sí mismos, sin su ayuda? ¿Si es así, cómo?
4. ¿Es esa solución mejor (más fácil, más barata o más conveniente) que su solución?
5. ¿Su cliente pagará por su solución?

### IDEA LOCA

Problema	Segmentos de clientes	Descripción de su solución de producto/servicio

## SESIÓN 3: MODELO DE NEGOCIO CANVAS

En esta sesión, aprenderá a utilizar el lienzo del modelo de negocio. El lienzo lo ayudará a organizar sus ideas y trazar cómo funcionará su negocio.

### ESQUEMA DE MODELO DE NEGOCIOS

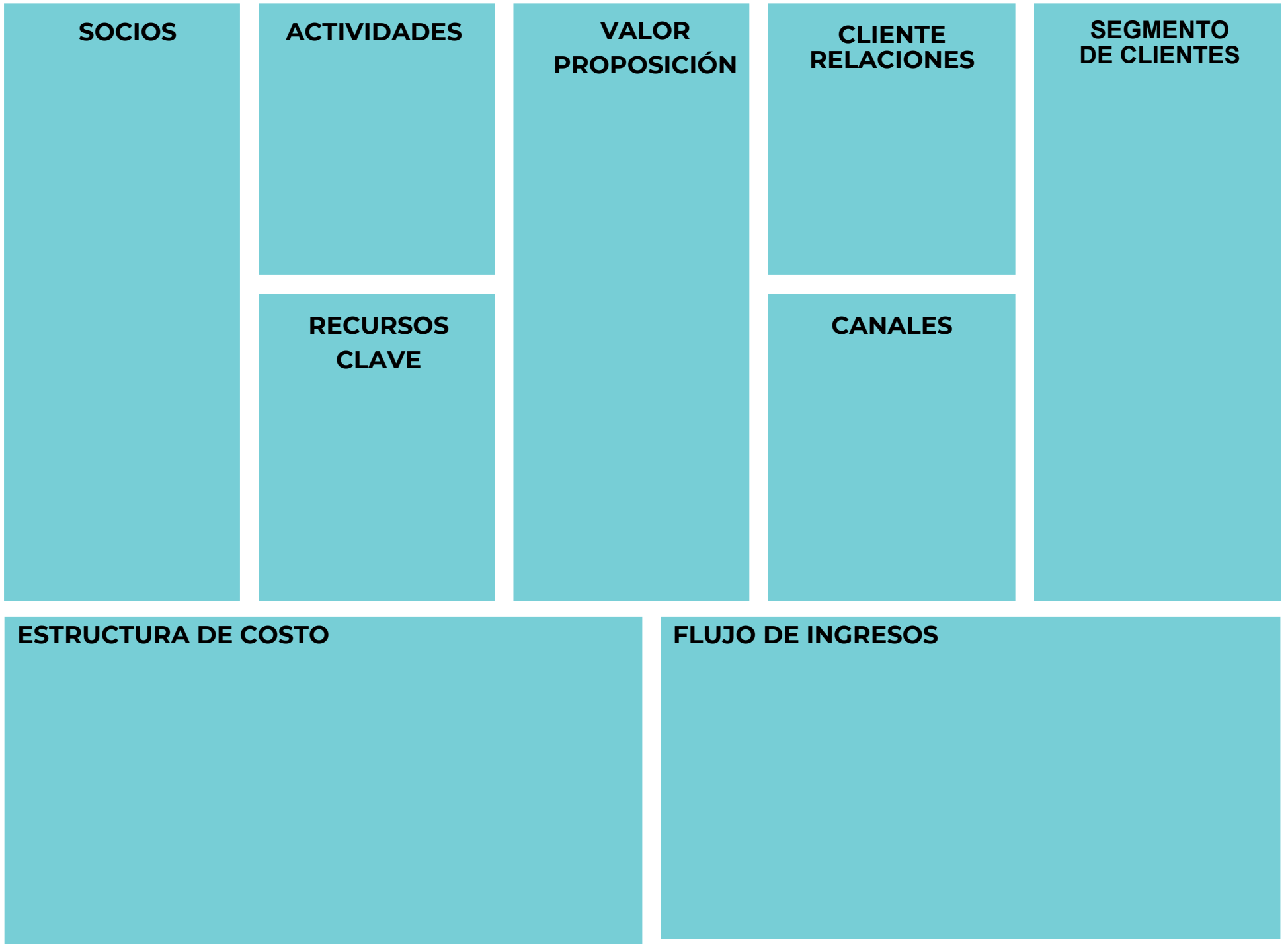


### CASO DE ESTUDIO #1: APLICACIÓN DE ZARA

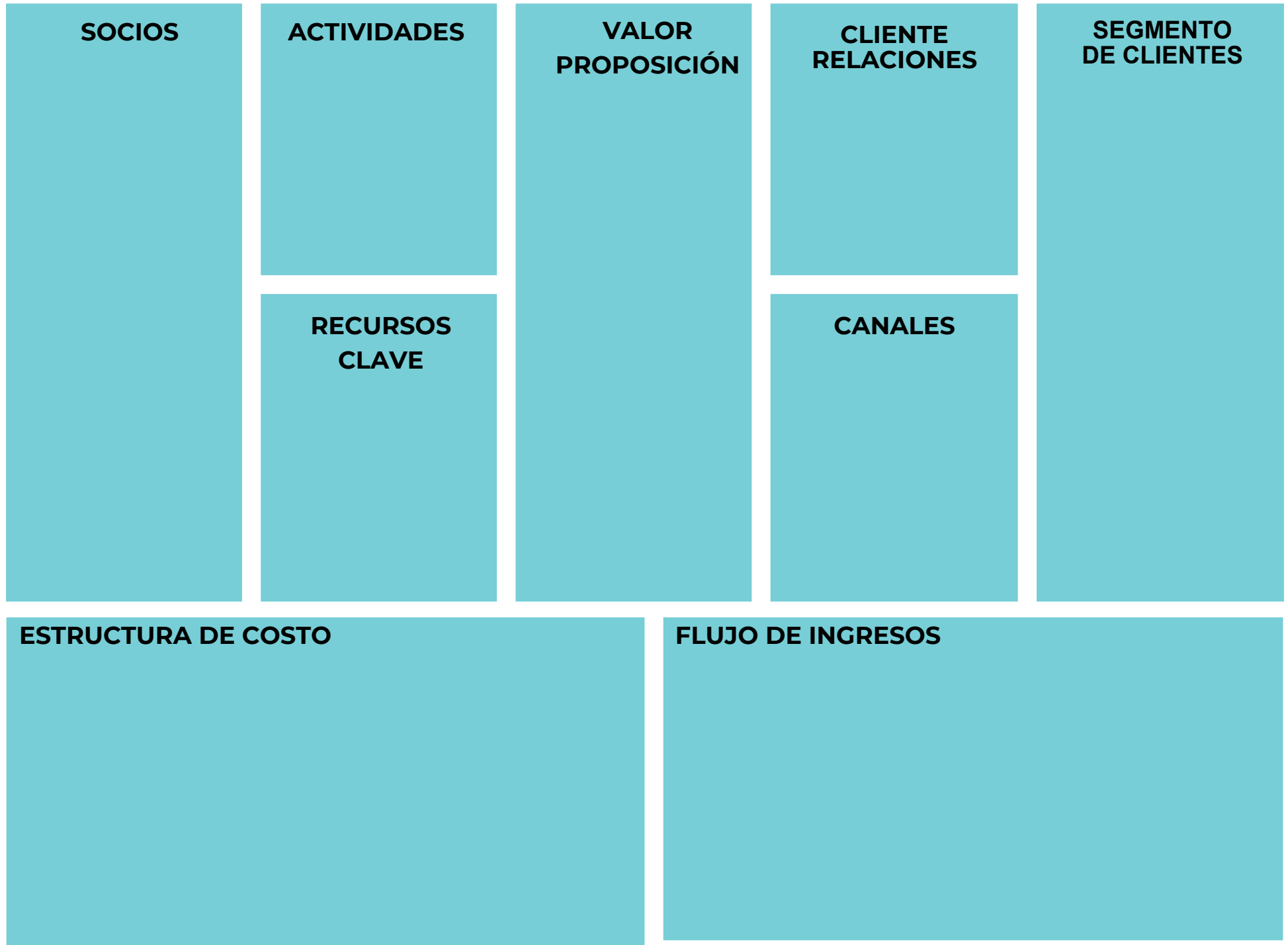
La aplicación de Zara comenzó como una aplicación que ayudaba a los grupos de estudio a encontrar lugares para estudiar. Sin embargo, cuando comenzó a investigar más sobre los puntos débiles de sus segmentos de clientes, se dio cuenta de que lo que los estudiantes de secundaria realmente necesitaban era ayuda para encontrar compañeros de estudio.

La nueva versión, o iteración, de su aplicación se llama StudyBud. StudyBud empareja a los estudiantes de secundaria según la compatibilidad y el horario de clases.

# LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO DE STUDYBUD



# SESIÓN 3: MODELO DE NEGOCIO - ACTIVIDAD 3: EL LIENZO DE SU MODELO DE NEGOCIO





# SESIÓN 4: ANATOMÍA DE UN CAMPO

En esta sesión, aprenderá qué constituye un discurso y una presentación y por qué desarrollar un discurso fuerte es crucial para los empresarios. Utilizará el lienzo de su modelo de negocio para que lo guíe a medida que crea una plataforma de presentación y un guión de presentación.

**¿Qué es un lanzamiento?** Un pitch es una presentación formal de una idea de negocio. En general, los empresarios utilizarán un discurso para atraer a los inversores o socios para que ayuden a respaldar su empresa comercial. Esta presentación se usa a menudo en lugar de un plan de negocios tradicional y debe explicar los fundamentos de su negocio.

Un campo se compone de cuatro componentes principales:

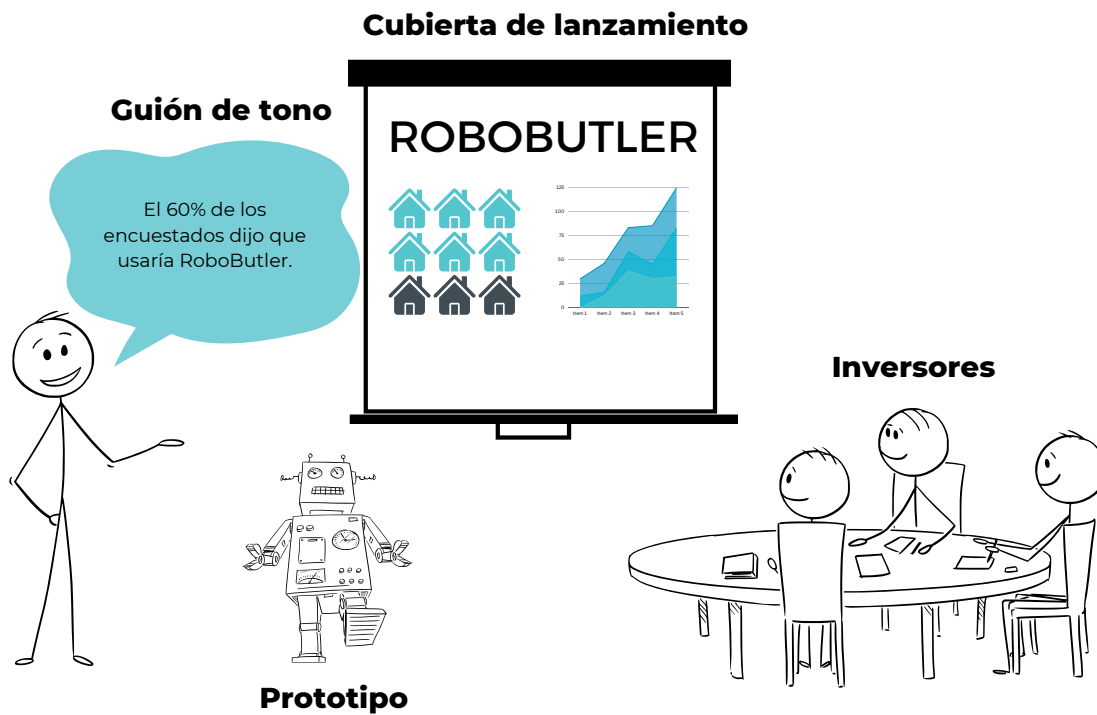
**Guión de tono:** Lo que dirás. Su presentación debe ser convincente y contar una historia.

**Cubierta de lanzamiento:** la plataforma de diapositivas que usarán como parte de su presentación.

**Prototipo:** Una maqueta de su producto o servicio. Esto puede ser un representante funcional o simplemente físico de solo una parte de lo que es su producto o servicio.

**Preguntas y respuestas:** este es el tiempo asignado para que los inversores o los jueces le hagan preguntas.

## DIAGRAMA DE UNA CANCHA

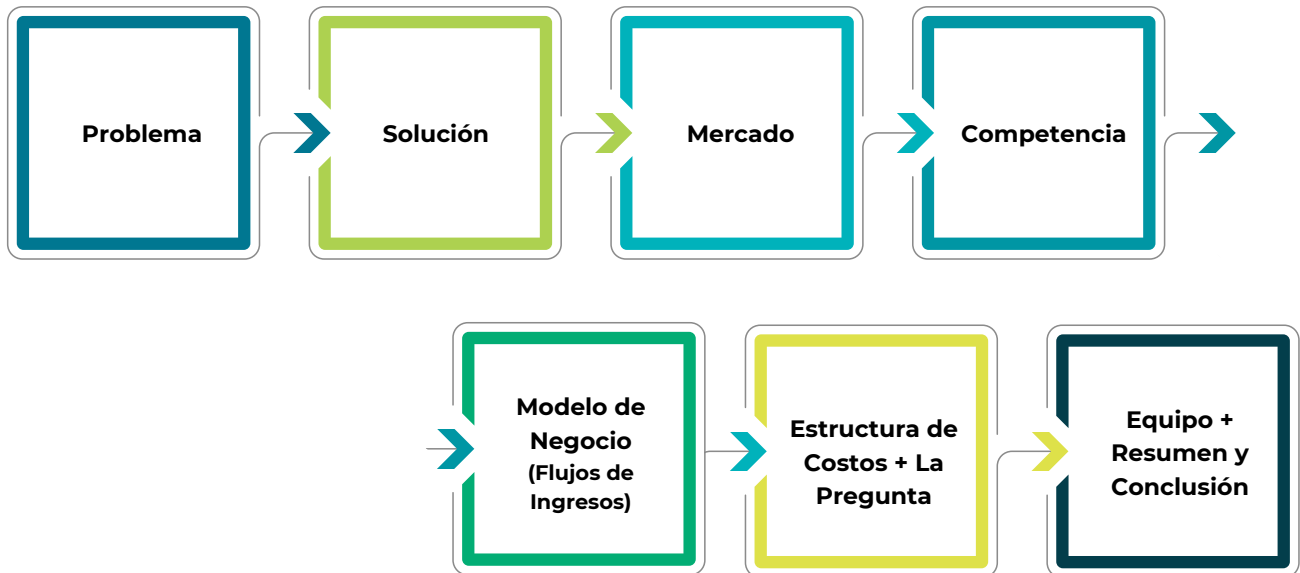


# SESIÓN 4: ANATOMÍA DE UN CAMPO

## HOJA DE RUTA DE PROPUESTAS

Recuerda que crear un pitch es como contar una historia. Use la hoja de ruta de presentación a continuación para guiar su presentación.

### GUÍA DE DIAPOSITIVAS



## SESIÓN 4: EL TERRENO DE JUEGO

### ACTIVIDAD 4: ESCRIBIR TUS PRIMERAS LÍNEAS

Un gran lanzamiento debe tener una línea de apertura atractiva. Use el espacio a continuación para crear una apertura única y atractiva para su presentación.















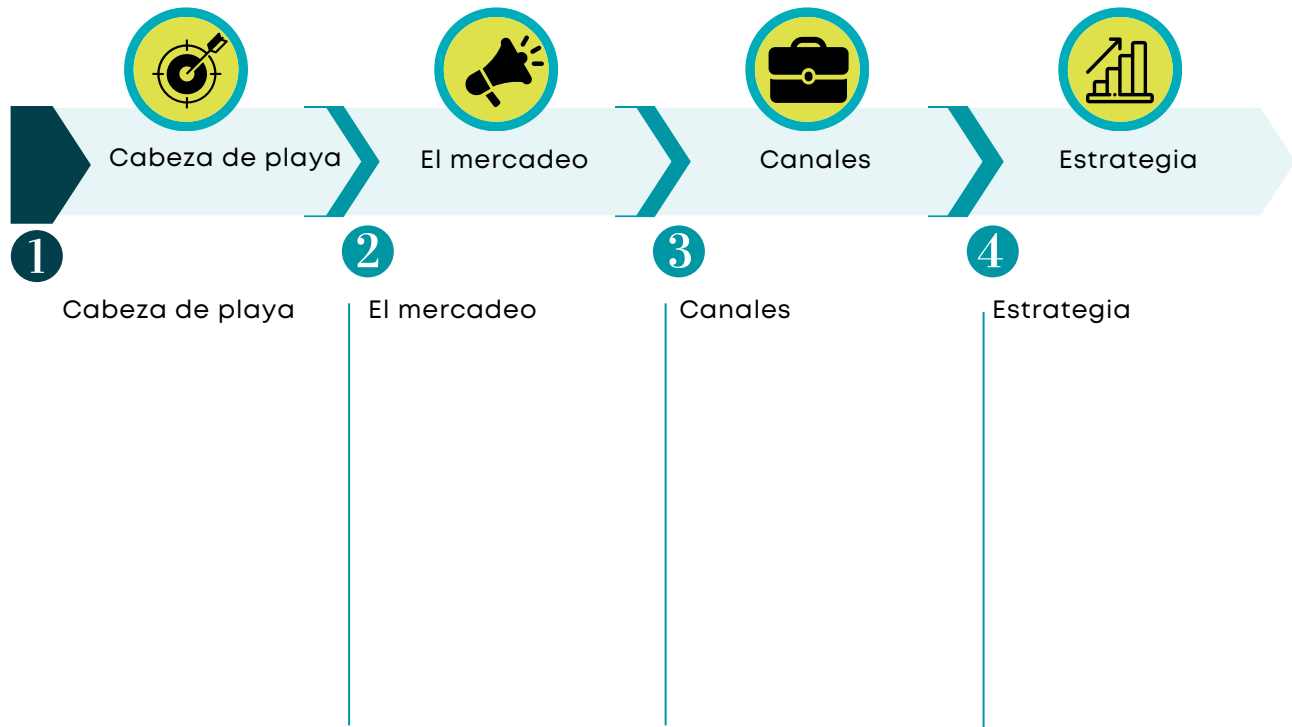
# SESIÓN 6: CONSTRUYENDO EL TERRENO DE JUEGO PARTE II

## Modelo de Negocio

La diapositiva de su modelo de negocio les dirá a los inversionistas cómo funcionará su negocio: cómo comercializará y atraerá a sus clientes, cómo ganará dinero y cómo aumentará su base de clientes. Piensa en la diapositiva de tu competencia. ¿Qué necesita hacer para proporcionar a sus clientes esos valores adicionales? Llamamos a su plan para llegar a sus primeros clientes su estrategia de "go-to-market".



## SU ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN









## DESARROLLO DE PRODUCTOS

NOMBRE DEL EQUIPO: \_\_\_\_\_

1. ¿Está claramente descrito el producto/servicio? \_\_\_/10
  - Con una propuesta de valor única y clara (¿resuelve claramente el producto un problema)?
  - Con un producto mínimo viable (¿el producto está claramente descrito y explicado)?
  
2. ¿Describió la atracción del nuevo producto o servicio al mercado? \_\_\_/10
  - Como remedio a un problema claramente identificado (¿por qué querría un cliente este producto)?
  - ¿Tiene el producto atractivo para el mercado (hay personas que comprarían este producto)? \_\_\_/10
  
3. ¿Clientes identificados? \_\_\_/10
  
4. ¿Competencia identificada? \_\_\_/10
  
5. ¿Ventaja competitiva establecida? \_\_\_/10
  
6. ¿Se ha establecido una estrategia de marketing? \_\_\_/10

## PRESENTACIÓN

7. ¿Los oradores están seguros y bien preparados? \_\_\_/10
  - ¿Los oradores ganaron la atención y el interés de los jueces?
  - ¿Estaban los oradores apasionados por su idea?
  
8. ¿Está bien organizada la presentación? \_\_\_/10
  - ¿Incluye una introducción, cuerpo y conclusión?
  
9. ¿Su Pitch Deck contribuye a la presentación? \_\_\_/10
  - Las diapositivas son visualmente atractivas y no contienen errores.
    - Las diapositivas son relevantes y apoyan la comprensión y se relacionan con los temas.

## CREATIVIDAD

10. ¿El Producto/Servicio es Único? \_\_\_/10
  - El producto/servicio no está disponible actualmente.
    - El producto/servicio muestra una innovación significativa.

**TOTAL** \_\_\_/100

INICIALES DE LOS JUECES:



## DESARROLLO DE PRODUCTOS

NOMBRE DEL EQUIPO: \_\_\_\_\_

1. ¿Está claramente descrito el producto/servicio? \_\_\_/10
  - Con una propuesta de valor única y clara (¿resuelve claramente el producto un problema)?
  - Con un producto mínimo viable (¿el producto está claramente descrito y explicado)?
  
2. ¿Describió la atracción del nuevo producto o servicio al mercado? \_\_\_/10
  - Como remedio a un problema claramente identificado (¿por qué querría un cliente este producto)?
  - ¿Tiene el producto atractivo para el mercado (hay personas que comprarían este producto)? \_\_\_/10
  
3. ¿Clientes identificados? \_\_\_/10
  
4. ¿Competencia identificada? \_\_\_/10
  
5. ¿Ventaja competitiva establecida? \_\_\_/10
  
6. ¿Se ha establecido una estrategia de marketing? \_\_\_/10

## PRESENTACIÓN

7. ¿Los oradores están seguros y bien preparados? \_\_\_/10
  - ¿Los oradores ganaron la atención y el interés de los jueces?
  - ¿Estaban los oradores apasionados por su idea?
  
8. ¿Está bien organizada la presentación? \_\_\_/10
  - ¿Incluye una introducción, cuerpo y conclusión?
  
9. ¿Su Pitch Deck contribuye a la presentación? \_\_\_/10
  - Las diapositivas son visualmente atractivas y no contienen errores.
  - Las diapositivas son relevantes y apoyan la comprensión y se relacionan con los temas.

## CREATIVIDAD

10. ¿El Producto/Servicio es Único? \_\_\_/10
  - El producto/servicio no está disponible actualmente.
    - El producto/servicio muestra una innovación significativa.

**TOTAL** \_\_\_/100

INICIALES DE LOS JUECES:



# APLICACIÓN ACELERADORA DE

Solicite llevar su idea loca al siguiente nivel solicitando el Acelerador de ideas del desafío Trust Your Crazy Ideas en [www.trustyourcrazyideaschallenge.org/submit](http://www.trustyourcrazyideaschallenge.org/submit)

JA seleccionará 20 equipos para participar en talleres semanales donde los equipos trabajarán con mentores y asesores para refinar su idea de negocio y presentar hasta \$15,000 en becas y \$7,500 para su escuela.



Problema + Solución	Describe tu producto o servicio. ¿Por qué es valioso para sus clientes? ¿Por qué es mejor que lo que hay por ahí?	
Mercado	Describa a sus clientes típicos. ¿Qué tipo de personas comprarán o usarán su producto? ¿Por qué elegirán su producto sobre otro?	
Ir al mercado	¿Cómo comprarán sus clientes su producto (en una tienda, en línea, qué minoristas)? ¿Cómo llegará a sus clientes con el marketing?	

Modelo de  
Negocio

¿Cómo vas a ganar dinero?

Modelo de  
Negocio +  
La  
Pregunta

Describe los pasos que  
tomará para fabricar su  
producto/servicio y ponerlo  
en el mercado. ¿Qué  
necesitará inversión (dinero)  
para comprar?

¿Qué hace que tu loca idea  
sea innovadora o nueva y  
diferente de lo que existe?

¿Por qué es importante el  
espíritu empresarial para  
nuestra comunidad?

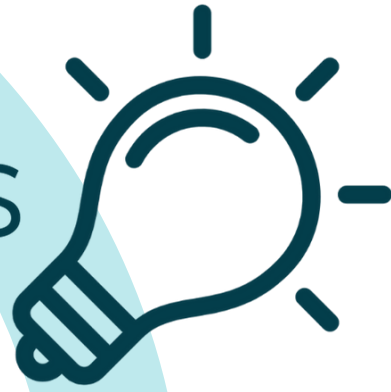


# Preguntas frecuentes sobre el desafío Trust

- ¿Cuántos estudiantes pueden estar en mi equipo?
  - Puede tener hasta 4 estudiantes en su equipo. Puede enviar con su equipo o como individuo. Los equipos deben estar finalizados para la reunión de orientación de enero.
- ¿Mi loca idea tiene que ser un producto?
  - Tu loca idea puede ser un producto o un servicio. Esto incluye aplicaciones web, bancos de alimentos y otras empresas sociales o sin fines de lucro. Recuerda: tu idea debe mostrar innovación o traer algo nuevo al mercado.
- ¿Mi loca idea tiene que ser social o ambientalmente consciente?
  - Tu idea debe impactar positivamente al mundo. No tiene que ser una organización sin fines de lucro.
- ¿Puedo enviar un negocio que ya estoy ejecutando?
  - ¡Sí! Siempre que pueda informarnos sobre la innovación en su mercado, puede enviar su negocio.
- ¿Qué programas puedo usar para crear mi pitchdeck?
  - Le invitamos a utilizar Google Slides, PowerPoint o Canva para sus diapositivas. Puede obtener una cuenta gratuita de Canva pidiéndole a su maestro que cree una cuenta para su clase.
- ¿Tengo que presentar mi idea con mi equipo?
  - Puede enviar como individuo o en equipo. Puede participar como individuo o formar un equipo antes de la reunión de orientación de enero.
- ¿Mis compañeros tienen que ser de mi escuela?
  - No.
- ¿Cuál es la fecha límite para presentar?
  - La fecha límite de presentación del desafío 2023 Trust Your Crazy Ideas Challenge será el viernes 1 de diciembre de 2023 a la medianoche. Presentar en [www.trustyourcrazyideaschallenge.org/submit](http://www.trustyourcrazyideaschallenge.org/submit)
- ¿Qué pasa si mi idea es elegida?
  - Si se selecciona su idea, se le invitará a participar en Idea Accelerator, un taller extracurricular que se lleva a cabo en Junior Achievement los miércoles por la noche del 17 de enero al 20 de marzo de 4:30 p. m. a 6:30 p. m. ¡Se proporcionará la cena!
- ¿Puedo dejar de fumar?
  - Sí, puedes darte de baja en cualquier momento. Tus compañeros tendrán la opción de seguir sin ti. Si elige dejar su equipo y ellos ganan, no tendrá derecho a ninguna ganancia.
- ¿Cómo cobro el dinero de mi premio?
  - El dinero del premio se otorgará como dinero de la beca y se distribuirá directamente a la instalación de su elección.
- ¿Cómo puedo obtener una cuenta gratuita de Canva?
  - Tu maestro puede configurar una cuenta gratuita de canva aquí: [www.canva.com/educator](http://www.canva.com/educator). Una vez que hayan creado su cuenta, pueden configurar cuentas individuales.
- ¿Cómo aprendo a usar Canva?
  - Puede usar este enlace: <https://www.canva.com/learn/a-step-by-step-guide-to-designing-from-scratch/>
- ¿Puedo enviar varias ideas?
  - ¡Sí!

¿Preguntas adicionales? Envíe un correo electrónico a Jordan a [jordan@jagno.org](mailto:jordan@jagno.org)

# TRUST YOUR CRAZY IDEAS CHALLENGE



Junior  
Achievement™  
of Greater New Orleans