

UNIDAD DIDACTICA

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Tema

**FILTRO INICIAL DE IDEAS BASADAS
EN CRITERIOS CUALITATIVOS**

FILTRO INICIAL DE IDEAS BASADAS EN CRITERIOS CUALITATIVOS

1. Introducción

En la etapa de generación de ideas dentro del proceso de identificación de oportunidades de negocio, es común que se obtenga un número elevado de propuestas. Sin embargo, no todas son factibles o relevantes. Por ello, es fundamental aplicar un filtro inicial que permita seleccionar aquellas ideas con mayor potencial de desarrollo.

Este filtro inicial, cuando se basa en criterios cualitativos, se enfoca en la valoración subjetiva, estratégica y conceptual de las ideas, considerando factores que no se pueden medir directamente con números, pero que influyen significativamente en su viabilidad.

En esta sesión, se analizarán los criterios cualitativos más comunes y se propondrán ejercicios prácticos para que los estudiantes aprendan a filtrar ideas de forma efectiva antes de pasar a una evaluación más profunda.

2. Importancia de filtrar ideas

- **Ahorro de tiempo y recursos:** Permite concentrar esfuerzos en propuestas con mayor posibilidad de éxito.
- **Prevención de riesgos innecesarios:** Evita invertir en ideas con baja coherencia estratégica.
- **Enfoque en la calidad:** Se priorizan propuestas que respondan mejor a las necesidades del mercado.
- **Facilita el análisis posterior:** Reduce el número de opciones para la evaluación cuantitativa.

3. Criterios cualitativos más utilizados

3.1. Alineación con la misión y visión

La idea debe ser coherente con los valores, objetivos y propósito de la organización o del emprendedor.

Ejemplo: Una empresa con enfoque sostenible filtrará las ideas que no se ajusten a su compromiso medioambiental.

3.2. Originalidad y diferenciación

Se evalúa si la idea aporta algo novedoso frente a lo que ya existe en el mercado, evitando copiar conceptos sin valor agregado.

Ejemplo: Una cafetería que, además de café, ofrece experiencias sensoriales con música en vivo y catas temáticas.

3.3. Potencial de aceptación en el mercado

Se analiza la probabilidad de que el público objetivo reciba positivamente el producto o servicio. Esto puede basarse en tendencias actuales, hábitos de consumo y cultura local.

3.4. Viabilidad técnica y operativa inicial

Aunque no se trata aún de un análisis técnico profundo, se valora si la idea es posible de implementar considerando recursos, tecnología y conocimientos disponibles.

Ejemplo: Una aplicación móvil puede ser innovadora, pero si no existe el conocimiento técnico básico para desarrollarla, puede descartarse en esta fase.

3.5. Sinergia con recursos existentes

Se considera si la idea aprovecha activos, infraestructura o capacidades ya disponibles, lo que facilita su implementación y reduce costos iniciales.

3.6. Impacto social y ambiental

Para negocios con enfoque de responsabilidad social, este criterio es fundamental para priorizar ideas que generen beneficios a la comunidad o reduzcan impactos negativos.

4. Metodología de filtrado cualitativo

Paso 1: Listado de ideas

Recopilar todas las propuestas generadas en la etapa de creatividad sin descartar ninguna.

Paso 2: Definir criterios

Seleccionar de 3 a 5 criterios cualitativos más relevantes para el proyecto o contexto.

Paso 3: Evaluación grupal

Asignar un puntaje simple (por ejemplo: Alto, Medio, Bajo) a cada idea en cada criterio.

Paso 4: Selección preliminar

Mantener las ideas que obtengan evaluaciones más altas de forma consistente.

Paso 5: Documentación

Registrar el proceso y las razones por las que se mantiene o descarta cada idea para futuras revisiones.

5. Ejercicio práctico en aula

Objetivo: Aplicar un filtro cualitativo a un conjunto de ideas generadas previamente.

Instrucciones:

1. Formar grupos de 4 a 5 personas.
2. Tomar la lista de 10 a 15 ideas obtenidas en un ejercicio anterior de generación creativa.
3. Definir 4 criterios cualitativos (ejemplo: originalidad, alineación con la visión, viabilidad inicial, impacto social).
4. Evaluar cada idea usando una escala de 1 a 3 (1 = Bajo, 2 = Medio, 3 = Alto).
5. Seleccionar las 3 ideas con mayor puntuación promedio.
6. Presentar al resto de la clase las razones cualitativas por las que se seleccionaron esas ideas.

6. Beneficios de aplicar filtros cualitativos en el aula

- **Desarrolla el pensamiento crítico:** Los estudiantes aprenden a analizar más allá del atractivo superficial de una idea.
- **Fomenta el debate constructivo:** Al justificar las decisiones, se fortalecen las habilidades de argumentación.
- **Mejora la calidad de los proyectos finales:** Las ideas que pasan el filtro tienen mayor probabilidad de ser viables.
- **Aumenta la confianza en la toma de decisiones:** El proceso aporta estructura y claridad.

7. Ejemplo de aplicación en un caso real

En una empresa de alimentos saludables, se generaron 20 ideas de nuevos productos.

Tras aplicar criterios cualitativos como:

- Compatibilidad con la marca
- Tendencia de consumo saludable

- Originalidad en el mercado
- Facilidad de producción inicial

El equipo redujo las opciones a 4 propuestas. Estas pasaron luego a un análisis financiero y técnico más detallado. El resultado fue el lanzamiento exitoso de un snack innovador que incrementó las ventas en un 15% en su primer año.

Bibliografía (APA 7ma edición)

- Blank, S., & Dorf, B. (2020). *El manual del emprendedor*. Gestión 2000.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2019). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.
- Ries, E. (2017). *El método Lean Startup*. Deusto.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (7.ª ed.). Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. (2022). *Dirección de marketing* (16.ª ed.). Pearson.



INSTITUTO
KHIPU