

Formulario de aplicación

Contenido:

Datos generales de contacto

1. Equipo de trabajo
2. Propuesta de valor
3. Gestión del mercado actual y potencial
4. Competencia y posición en el mercado
5. Estructura de costos y pricing
6. Segmentación
7. Equipo de ventas y estrategia
8. Clientes y ventas
9. Generación de ingresos
10. Gestión financiera
11. Inversión y recepción de recursos
12. Medición de impacto

Datos generales de contacto

Nombre completo de la organización (tal y como aparece en el RUT-ID)

¿Cuántos años de operación tiene la organización?

- a. Menos de un año
- b. Entre uno y tres años
- c. De tres a cinco años
- d. Más de cinco años

¿Ya se encuentra registrada la empresa?

- e. Sí
- f. No

Tipo de documento de la organización (como aparece en el RUT-ID)

- Cédula/ID
- NIT-Número de identificación tributaria

Número de identificación bajo el cual está registrada la organización (NIT o Cédula sin dígito de verificación)

Nombre (s) y apellido (s) completos del contacto principal (con tildes y/o caracteres

especiales que deban ser tomados en cuenta

Cargo del contacto principal dentro de la organización

- Directivo
- Representante legal
- Líder
- Administrativo
- Profesional
- Comercial
- Otro ¿cuál?

Número celular del contacto principal

Correo electrónico del contacto principal

Confirmación del correo del contacto principal

Nombre (s) y apellido (s) completos del contacto alternativo (con tildes y/o caracteres especiales que deban ser tomados en cuenta)

Número de celular del contacto alternativo

Correo electrónico contacto alternativo

Confirmación correo electrónico contacto alternativo

Compártenos tu Facebook

Compártenos tu Instagram

Compártenos tu LinkedIn

Compártenos tu página web

Sección 1: Equipo de trabajo

1. ¿Consideras que los roles dentro del equipo de trabajo de la organización están claramente definidos? (selección única):
 - a. Si
 - b. No

2. ¿Cuántos empleos directos está generando la organización? (selección única)
 - a. Más de 20 empleos directos
 - b. Entre 11 y 20 empleos directos
 - c. Entre 6 y 10 empleos directos
 - d. Entre 2 y 5 empleos directos
 - e. 1 empleo directo o ninguno

3. ¿Qué proporción de esos empleos son contratación formal? (selección única)
 - a. 100% del equipo tiene contratación formal
 - b. Entre 75% y 99%
 - c. Entre 50% y 74%
 - d. Entre 25% y 49%
 - e. Menos del 25% o ninguno

4. ¿Qué porcentaje de colaboradores tienen dedicación exclusiva al negocio? (selección única)
 - a. 100% del equipo está dedicado exclusivamente
 - b. Entre 75% y 99%
 - c. Entre 50% y 74%
 - d. Entre 25% y 49%
 - e. Menos del 25% o ninguno

5. ¿La organización cuenta con todo el personal necesario para su operación? (selección única)
 - a. Si
 - b. No

6. ¿La organización cuenta con un documento de dirección estratégica? (selección única)
 - a. Si
 - b. No

7. ¿La organización cuenta con indicadores de gestión definidos? (selección única)
 - a. Si
 - b. No

8. ¿La organización hace seguimiento al desempeño de sus colaboradores de manera periódica y estructurada? (selección única)
 - a. Si
 - b. No

9. ¿Cómo consideras la capacidad del equipo actual para operar y sostener el

funcionamiento del negocio? (selección única)

- a. El equipo actual tiene el tamaño adecuado y cuenta con los conocimientos técnicos necesarios para operar eficientemente
- b. El equipo tiene el conocimiento necesario, pero es insuficiente en número para cubrir todas las funciones
- c. El equipo es suficiente en número, pero tiene vacíos importantes en conocimientos técnicos
- d. El equipo es limitado tanto en tamaño como en conocimientos técnicos, y requiere fortalecimiento urgente

Sección 2: Propuesta de valor

1. ¿La organización que representas tiene un propósito declarado? (selección única)
 - a. Si
 - b. No

Condicionada salta a pregunta: 3 en caso de responder NO

2. Comparte con nosotros el propósito de la organización (máximo 500 caracteres)
3. Describe brevemente el problema u oportunidad que da origen al negocio/organización (máximo 500 caracteres)
4. Describe brevemente los productos/servicios que ofrece la organización (máximo 500 caracteres)
5. Explica cuál es la propuesta de valor o solución con la que la organización aborda, la problemática o la oportunidad (máximo 250 caracteres)
La propuesta de valor es el conjunto de características, ventajas y diferencias que tiene un producto o servicio sobre otro, que hacen que el cliente lo elija. Poner ejemplo de una propuesta de valor.
6. Explica brevemente cuál consideras que es el principal factor de innovación y diferenciación de su negocio/organización frente a la competencia (máximo 500 caracteres)
7. Según la propuesta de valor y el problema que resuelve, ¿en qué nivel consideras que está el factor **diferenciación** de la solución(es) que ofrecen? (Selección múltiple)

- a. La solución resuelve un problema con claros beneficios por encima de otras soluciones
 - b. La solución resuelve un problema que no ha sido resuelto anteriormente
 - c. La solución resuelve un problema al igual que otros desarrollos pero a más bajo costo
 - d. La solución no tiene un factor diferencial claro con respecto a los competidores de la organización.
8. Bajo las siguientes opciones ¿en qué nivel consideras que se ubicaría **la propuesta de valor** de la organización? (selección única)
- a. Hay claridad en la propuesta de valor y ha sido validada con al menos 1 cliente
 - b. Hay claridad en la propuesta de valor, pero no ha sido validada
 - c. Se reconocen algunos atributos de valor (beneficios percibidos por el cliente), pero la propuesta aún requiere conceptualización
 - d. La propuesta de valor no está clara
9. ¿La organización tiene un componente tecnológico en su cadena de valor, producto o servicio? (selección única)
- a. Si
 - b. No

Condicionada salta a la siguiente sección en caso de responder NO

10. Describe el componente tecnológico que hace parte de su cadena de valor
11. ¿El componente tecnológico ya está validado? (selección única)
- a. Ha sido validado en ambiente de controlado
 - b. Ha sido validado en el mercado
 - c. Ha sido validado en ambiente controlado y en mercado

Sección 3: Gestión del mercado actual y potencial

1. Describe brevemente el mercado ACTUAL Y POTENCIAL de la organización (máximo 500 caracteres – Utiliza cifras claras que den cuenta de la oportunidad que representa este mercado para el negocio)
2. ¿Cuál consideras que es el **potencial** o alcance geográfico del negocio? (selección única)
- a. Local
 - b. Regional
 - c. Nacional
 - d. Internacional
 - e. Nacional e internacional

3. ¿Cuenta la organización con documentos técnicos de investigación de mercado o procesos de validación de su mercado? (selección única)
- a. Documentación técnica de investigación de mercado: Has realizado algún estudio o contratado algún estudio para entender y conocer a profundidad las características del mercado.
 - b. Validación de mercado: Ya has tenido la oportunidad de probar el producto en el mercado y esto te ha permitido identificar características claves y entender la retroalimentación frente a tu producto o servicio.
 - c. Ambas
 - d. Ninguna

Condicionada salta a pregunta: 5 En caso de responder VALIDACIÓN DE MERCADO o NINGUNA

4. En caso de contar con una investigación de mercados adjuntar el documento. **(OPCIONAL)**
5. Describe brevemente los procesos de validación o acercamientos que se han tenido con los clientes de la organización (máximo 200 caracteres)
6. ¿Cuál de los siguientes tipos de mercado consideras que es el que mejor describe el tipo de mercado de tu organización? (selección única)
- a. Nicho (Porción de un segmento de mercado en el que los individuos tienen características o necesidades similares y no están completamente satisfechas por la oferta del mercado)
 - b. Masivos (No hay diferencias sustanciales entre los individuos)
 - c. Institucional (Clientes de orden gubernamental como municipalidades, hospitales, colegios, ministerios e instituciones descentralizadas u organizaciones privadas como clínicas, hoteles, universidades, clubes)
 - d. Industrial (Ellos adquieren bienes o servicios para obtener elementos que son objeto de subsecuente comercialización)
 - e. Agencias de cooperación, fundaciones de segundo nivel u ONGs
 - f. Cada producto o servicio tiene mercado particular
 - g. No se tiene claro
7. ¿Desde la organización tienen conocimiento claro de las barreras presentes en su mercado? (selección única)
- a. Si
 - b. No

Condicionada salta a pregunta: 9 en caso de responder NO

8. De la siguiente lista, selecciona las 3 barreras más importantes que la organización identifica en su mercado (seleccione máximo 3).

Las barreras de mercado son obstáculos que dificultan el acceso, crecimiento o consolidación de una solución en un entorno determinado. Estas pueden limitar la adopción de tecnologías, el acceso a clientes o la rentabilidad del modelo de negocio.

- a. Ambientales (Ej. fuentes contaminadas, disponibilidad limitada de agua, alta huella hídrica, vertimientos no regulados)
 - b. De mercado (Ej. concentración de proveedores, monopolios en servicios públicos, falta de competencia)
 - c. Económicas (Ej. altos costos de operación, baja capacidad de pago de comunidades, falta de subsidios, dificultades para escalar soluciones)
 - d. Legales o regulatorias (Ej. trámites complejos de certificación, ausencia de normativas para tecnologías alternativas, exigencias técnicas para operar)
 - e. Sociales y culturales (Ej. baja disposición a pagar por el servicio, desconocimiento sobre la importancia del agua segura, barreras de género o lengua)
 - f. Tecnológicas (Ej. falta de acceso a equipos adecuados, dificultad para operar y mantener tecnologías, necesidad de personal técnico especializado)
 - g. Infraestructura (Ej. ausencia de redes de agua o saneamiento, caminos de difícil acceso, limitaciones eléctricas)
 - h. Ninguna
9. De acuerdo con las respuestas anteriores, consideras que el conocimiento de tu organización con respecto a su mercado actual y potencial se ubica en (selección única):
- a. Conocemos claramente nuestro mercado actual, potencial y sus barreras de entrada
 - b. Identificamos y conocemos claramente nuestro mercado actual, pero poco sobre las barreras de entrada y nuestro mercado potencial
 - c. Identificamos y conocemos únicamente las dinámicas del mercado actual de la organización
 - d. No tenemos claridad sobre nuestro mercado actual ni potencial

Sección 4: Competencia y posición en el mercado

1. ¿La organización tiene identificados a sus competidores directos? (selección única)
 - a. Si
 - b. No

Condicionada salta a pregunta: 4 en caso de responder NO

2. ¿Cuál es la escala o nivel de operación de esos competidores directos, dónde operan? Competidores directos: Ofrecen productos o servicios muy similares a los tuyos, dirigidos al mismo tipo de cliente o necesidad específica. (selección única)
 - a. Local
 - b. Regional
 - c. Nacional
 - d. Internacional
3. Menciona brevemente tus principales competidores directos y describe brevemente cuál consideras que es la posición de tu organización frente a esta (máximo 500 caracteres)
4. ¿La organización tiene identificados a sus competidores indirectos? (selección única)
 - a. Si
 - b. No

Condicionada salta a pregunta: 7 en caso de responder NO

5. ¿Cuál es la escala o nivel de operación de esos competidores indirectos? Competidores Indirectos: Resuelven el mismo problema o necesidad de otra forma, con soluciones distintas o enfocadas a otro segmento. (selección única)
 - a. Local
 - b. Regional
 - c. Nacional
 - d. Internacional
6. Menciona brevemente tus principales competidores indirectos y describe brevemente cuál consideras que es la posición de tu organización frente a esta (máximo 500 caracteres)
7. ¿La organización sabe cuál es su posición en el mercado? Conocer la posición en el mercado implica entender cómo se compara tu organización frente a competidores en términos de alcance, participación, percepción del cliente, y ventajas competitivas. (selección única)
 - a. Si
 - b. No

8. ¿Cómo consideras que está tu organización frente al conocimiento de su posición en el mercado actual y potencial? (selección única)
- La organización tiene claridad sobre su posición en el mercado actual
 - La organización reconoce su posición en el mercado actual, pero no tiene claridad sobre su posición en el mercado potencial
 - La organización tiene una idea general de su participación en el mercado, pero no identifica claramente su posición frente a otros actores
 - La organización no tiene claridad sobre su posición en el mercado ni frente a la posición de la competencia
9. Según las respuestas anteriores, ¿cómo consideras que está tu organización frente a su conocimiento y gestión de la competencia indirecta? (selección única):
- La organización identifica a sus competidores, reconoce su posición en el mercado
 - La organización identifica a sus competidores, pero NO reconoce su posición en el mercado
 - La organización identifica de manera superficial a sus competidores y NO reconoce su posición en el mercado
 - La organización no tiene claridad sobre su competencia y NO reconoce su posición en el mercado

Sección 5: Estructura de costos y pricing

1. ¿En qué punto del proceso de costeo se encuentra la organización? (selección única):
- Los costos están completamente identificados
 - Se han identificados los costos fijos y variables
 - Se tienen identificados los costos sólo a nivel general
 - No se ha hecho un ejercicio de identificación de costeo
2. ¿Se ha hecho un análisis para definir la estrategia de fijación de precios? (selección única):
- Si
 - No
3. ¿En qué aspecto se basa el modelo de precios de los productos/servicios de la organización? (selección única)
- Costos
 - Competidores y el mercado

- c. Propuesta de valor y factor diferencial
 - d. Todas las anteriores
4. ¿Desde la organización conocen cuál es el costo de adquisición de nuevos clientes?
- a. Sí
 - b. No

Condicionada salta a pregunta: 6 en caso de responder NO

5. Comparte el costo de adquisición de nuevos clientes calculado desde la organización (En pesos colombianos, sin tildes y sin puntos – Solo números)
6. ¿Qué tan integrada está la estructura de costos y la estrategia de precios en las decisiones operativas y comerciales de tu organización? (*selección única*)
- a. La estructura de costos y la estrategia de precios son claras y guían decisiones operativas, comerciales y de inversión
 - b. Se han identificado los costos y se ha definido una estrategia de precios, pero no se aplican consistentemente en la toma de decisiones
 - c. Se tiene una noción general de los costos y precios, pero no se utilizan de manera estratégica
 - d. La organización no tiene claridad sobre su estructura de costos ni sobre su estrategia de precios

Sección 6: Segmentación

1. Consideras que la organización (*selección única*):
- a. Identifica, caracteriza y segmenta sus clientes
 - b. Identifica y caracteriza claramente sus clientes, pero no los segmenta
 - c. Identifica claramente sus clientes, pero no los caracteriza ni segmenta
 - d. No cuenta con una identificación clara de sus clientes
2. ¿Utiliza la organización alguna plataforma (CRM) y/o metodología para conocer información relevante sobre sus clientes? (*selección única*):
- a. Si
 - b. No, pero nos parece algo relevante
 - c. No, no nos parece relevante
3. ¿La organización cuenta con una segmentación de clientes potenciales y prospectos del negocio **actualizada**? (*selección única*)
- a. Si
 - b. No

4. ¿En qué nivel de avance o progreso en el contacto con los clientes consideras que se encuentra la organización actualmente? (selección única):
- a. Se cuenta con una base amplia de clientes actuales y se cuenta con una base amplia de clientes potenciales que ya han sido abordados con propósitos comerciales
 - b. Se cuenta con una base amplia de clientes actuales, pero la base de clientes potenciales ya contactados y abordados con propósitos comerciales es pequeña
 - c. Se cuenta con una base pequeña de clientes actuales y/o con algunos clientes potenciales identificados y/o contactados
 - d. No contamos con una segmentación de clientes
5. ¿Qué tan integrada está la segmentación de clientes en la estrategia comercial y operativa de tu organización? (selección única)
- a. La segmentación de clientes guía decisiones comerciales, de marketing y desarrollo de productos o servicios
 - b. La segmentación se utiliza parcialmente en algunas decisiones comerciales, pero no de forma sistemática
 - c. La segmentación existe, pero no se utiliza activamente en la toma de decisiones
 - d. La organización no cuenta con segmentación de clientes ni la considera en sus decisiones

Sección 7. Equipo de ventas y estrategia

1. ¿Cuenta la organización con un equipo comercial/ventas establecido y en funcionamiento? (selección única)
- a. Sí
 - b. No

Condicionada salta a pregunta: 4 en caso de responder NO

2. ¿Cómo describirías la capacidad actual del equipo comercial/ventas de tu organización? (selección única)
- a. Contamos con un equipo comercial robusto, con dedicación exclusiva y funciones diferenciadas
 - b. Contamos con al menos una persona dedicada exclusivamente a ventas

- c. Contamos con una persona responsable de ventas de manera parcial
 - d. No contamos con un equipo comercial definido
3. ¿Cuenta la organización con una estrategia comercial clara, estructura, con indicadores específicos y que se encuentre en implementación? (selección única)
- a. Sí
 - b. No
4. ¿La organización está implementando estrategias de fidelización o recompra? (selección única):
- a. Si
 - b. No
5. ¿Qué nivel de seguimiento realiza la organización sobre su estrategia comercial y de ventas? (selección única)
- a. Realiza seguimiento periódico con indicadores claros y acciones de mejora implementadas
 - b. Realiza seguimiento con algunos indicadores básicos (por ejemplo, número de ventas o clientes nuevos)
 - c. Realiza seguimiento de manera informal, sin indicadores definidos
 - d. No realiza seguimiento ni tiene métricas definidas

Sección 8: Clientes y ventas

1. Número total de clientes que ha atendido la organización
2. ¿La organización tiene clientes recurrentes? Un cliente recurrente es aquel que realiza compras o contrataciones de manera regular (al menos una vez al mes), lo cual refleja un nivel de fidelización con la organización. (selección única)
- a. Sí
 - b. No
3. ¿Cuál es el número de clientes recurrentes mensuales? (selección única)
- a. Más de 100
 - b. Entre 51 y 100

- c. Entre 11 y 50
 - d. Entre 1 y 10
 - e. Ninguno
4. ¿Desde la organización conocen cuánto es el valor de su venta/ingresos promedio por ticket/factura? (selección única)
- a. Sí
 - b. No
5. Comparte el valor de venta (ticket/factura) promedio de la organización (En pesos colombianos, sin tildes y sin puntos – Solo números)
6. Indica el valor **total de ventas/ingresos acumuladas que tuvo la organización en el año anterior** (en pesos colombianos, sólo números, sin puntos ni comas. Si el valor fue \$0, por favor pon el número "0" en el espacio disponible)
7. Indica el valor promedio de **ventas/ingresos mensuales que tuvo la organización en el año anterior** (en pesos colombianos, sólo números, sin puntos ni comas. Si el valor fue \$0, por favor pon el número "0" en el espacio disponible)
8. Indica el valor promedio de **ventas/ingresos mensuales que tiene actualmente** la organización (en pesos colombianos, sólo números, sin puntos ni comas. Si el valor fue \$0, por favor pon el número "0" en el espacio disponible)
9. ¿La organización cuenta con presupuesto de ventas para el año? Este incluye proyecciones de los costos de ventas, los volúmenes de ventas y los ingresos esperados por esas ventas. (selección única)
- a. Sí
 - b. No

Condicionada salta a la siguiente sección en caso de responder NO

10. Indique ¿cuál es el porcentaje de cumplimiento de sus proyecciones de ventas a la fecha? (selección única)
- a. Más del 100%
 - b. Entre el 76% y el 100%
 - c. Entre el 51% y el 75%
 - d. Entre el 26% y el 50%
 - e. Menos del 25% o no se habían proyectado ventas.

Sección 9: Generación de ingresos

1. Explica brevemente cómo genera ingresos la organización (máximo 500 caracteres)
2. ¿Cuál es la tendencia actual de las ventas/ingresos de la organización? (selección única)
 - a. Creciente
 - b. Estable
 - c. Decreciente
 - d. No está claro
3. Con qué frecuencia se da el proceso de facturación de la organización es (selección única):
 - a. Diario, semanal, quincenal
 - b. Mensual
 - c. Trimestral, semestral
 - d. Por proyecto
 - e. No está claro
4. ¿Cuánto tarda la empresa en cerrar una nueva negociación con un cliente? (selección única)
 - a. Diario, semanal, quincenal
 - b. Mensual
 - c. Trimestral, semestral
 - d. Un año o más
 - e. No está claro
5. ¿La empresa ya alcanzó punto de equilibrio? (selección única)
 - a. Sí
 - b. No
6. De acuerdo con lo anterior la organización (selección única):
 - a. Tiene claro su modelo de generación de ingresos y esta es rentable, escalable y sostenible
 - b. Tiene claro su modelo de generación de ingresos y la organización genera rentabilidad; sin embargo, no se evidencia claramente la escalabilidad y sostenibilidad del negocio no es rentable, escalable ni

- sostenible
- c. Tiene claro su modelo de generación de ingresos, pero la organización aún no es rentable
 - d. No tiene claro su modelo de generación de ingresos

Sección 10: Gestión financiera

1. ¿La organización cuenta con indicadores financieros establecidos? (selección única)
 - a. Si
 - b. No

Condicionada salta a pregunta: 3 en caso de responder NO

2. Menciona de manera general los indicadores financieros que maneja la organización (máximo 500 caracteres)
3. ¿La organización cuenta con presupuesto o proyección financiera al menos a UN AÑO que incluya todos los costos e ingresos del negocio? (selección única)
 - a. Si
 - b. No
4. ¿La organización cuenta con contadores o firma contable para llevar seguimiento del negocio? (selección única)
 - a. Si
 - b. No
5. ¿La organización cuenta con estados financieros? (selección única)
 - a. Si
 - b. No
6. ¿La organización cuenta con el registro de flujo de caja? (selección única)
 - a. Si
 - b. No
7. ¿La organización tiene herramientas para el seguimiento de los estados financieros? Herramientas que pueden ir desde documentos en Excel,

pero puede abarcar otros sistemas informáticos más robustos. (selección única)

- a. Si
 - b. No
8. ¿Desde la organización saben claramente cuál es el margen de rentabilidad de sus productos o servicios? (selección única)
- a. Si
 - b. No
9. ¿La organización sabe claramente cuáles son todos los costos y gastos asociados a la operación del negocio? (selección única)
- a. Si
 - b. No

Condicionada salta a pregunta:11 en caso de responder NO

10. Describa cómo están distribuidos los COSTOS Y GASTOS en su negocio teniendo en cuenta el valor total de los mismos, es decir del total de sus gastos qué porcentaje representa cada uno de los rubros. Tenga en cuenta: Producción, Administración, Personal, Ventas, Mercadeo, Deuda, Otros. Ejemplo: (pregunta abierta)
- Producción 20%
 - Administración 20%
 - Personal 30%
 - Ventas 5%
 - Mercado 10%
 - Deuda 10%
 - Otros 5%
11. Según las respuestas registradas en esta sección, ¿cómo consideras que está la organización frente a su gestión financiera? (selección única)
- a. La organización conoce sus necesidades financieras, realiza seguimiento y gestión de sus cifras
 - b. La organización conoce sus necesidades financieras, pero NO realiza seguimiento NI gestión de sus cifras
 - c. La organización aún NO tiene claro sus necesidades financieras, pero realiza seguimiento y gestión a sus cifras
 - d. La organización aún NO tiene claro sus necesidades financieras y ni realiza seguimiento y gestión a sus cifras

Sección 11: Inversión y recepción de recursos

1. ¿La organización ha recibido capital o inversión (excluido el capital aportado por los socios)? (selección única)
 - a. Sí
 - b. No

Condicionada salta a pregunta: 4 en caso de responder NO

2. ¿Cuánto capital o inversión en promedio ha recibido la organización? (selección única)
 - a. Menos de 10.000 USD
 - b. Entre 10.000 USD y 50.000 USD
 - c. Entre 50.000 USD y 100.000 USD
 - d. Más de 100.000 USD
3. ¿Hace cuánto tiempo recibió ese capital o inversión? (selección única)
 - a. Menos de 6 meses
 - b. Entre 6 meses y 1 año
 - c. Entre 1 año y 3 años
 - d. Más de 3 años
4. ¿La organización se encuentra buscando más capital de inversión? (selección única)
 - a. Sí
 - b. No

Condicionada salta a la siguiente sección en caso de responder NO

5. ¿Cuáles de los siguientes vehículos de inversión conoces o ha considerado utilizar tu organización? (selección múltiple)
 - a. Capital semilla (Seed funding) – Inversión temprana destinada a validar el modelo de negocio y desarrollar el producto mínimo viable.
 - b. Capital de riesgo (Venture capital) – Fondos invertidos por firmas o personas que buscan alto crecimiento, a cambio de participación accionaria.
 - c. Subvenciones o grants – Recursos no reembolsables que apoyan iniciativas con impacto social, ambiental o de innovación.
 - d. Créditos o préstamos bancarios – Financiación tradicional que implica

el pago de intereses y condiciones crediticias.

- e. Inversión ángel – Aportes realizados por individuos (ángeles) que invierten en etapas tempranas y ofrecen acompañamiento estratégico.
- f. Fondos de impacto – Inversión orientada a generar un retorno financiero junto con un impacto social o ambiental medible.
- g. Crowdfunding (financiación colectiva) – Recursos obtenidos a través de plataformas donde muchas personas aportan pequeñas cantidades.
- h. Factoring o financiamiento de cuentas por cobrar – Venta anticipada de facturas para obtener liquidez inmediata.

6. Describa en qué invertiría el dinero y cuál sería el propósito de esas inversiones.

Sección 12: Impacto de la organización

1. ¿En qué ámbito(s) aplica principalmente la solución de agua y/o saneamiento que ofrece la organización? (*selección múltiple*)
 - a. Uso doméstico (hogares - viviendas urbanas - rurales)
 - b. Uso agrícola (riego - producción - abastecimiento rural - etc.)
 - c. Uso industrial (procesos productivos - empresas - plantas)
 - d. Uso institucional (colegios - hospitales - centros comunitarios - etc.)
2. ¿Qué tipo de población es impactada de forma directa por la solución que ofrece tu organización? (*selección múltiple*)
 - a. Población rural
 - b. Población urbana
 - d. Empresas/organizaciones
 - e. No se tiene claridad.
3. ¿Cuál es el tipo de impacto que genera la solución que ofrece la organización? (*selección múltiple*)
 - a. Mejora el acceso a agua segura
 - b. Mejora la calidad del agua
 - c. Reduce la contaminación de fuentes hídricas
 - d. Mejora el acceso a servicios de saneamiento
 - e. Aumenta la eficiencia en el uso del agua (agricultura o industria)

4. ¿La organización mide actualmente el impacto generado por su solución?
(selección única)
- a. Sí, a través de indicadores cuantitativos y cualitativos estructurados
 - b. Sí, pero de forma informal o esporádica
 - c. No, pero está planeado
 - d. No se mide actualmente el impacto

Salta a pregunta: 6 en caso de responder C o D

5. ¿Cuenta con mediciones sobre el impacto que ha generado su organización?
(selección única)
- a. Contamos con mediciones desde hace más de tres años
 - b. Contamos con mediciones de los últimos dos a tres años
 - c. Contamos con mediciones del último año
 - d. Contamos con mediciones de los últimos seis meses
 - e. Contamos con mediciones del último mes
6. ¿La organización alinea su modelo de negocio con los Objetivos de Desarrollo Sostenible? (selección única):
- a. Si
 - b. No
7. ¿En relación con cuál (es) Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), está la empresa/fundación generando impactos positivos? (Selección Múltiple)
- a. Fin de la pobreza
 - b. Hambre cero
 - c. Salud y bienestar para todos
 - d. Educación de calidad
 - e. Igualdad de género
 - f. Agua limpia y saneamiento
 - g. Energía asequible y no contaminante
 - h. Trabajo decente y crecimiento económico
 - i. Industria, innovación e infraestructura
 - j. Reducción de las desigualdades
 - k. Ciudades y comunidades sostenibles
 - l. Producción y consumo responsables
 - m. Acción por el clima
 - n. Vida submarina

- o. Vida de ecosistemas terrestres
- p. Paz, justicia e instituciones sólidas
- q. Alianzas para lograr los objetivos

- 8.** Describe brevemente el impacto genera tu organización en los ODS seleccionados y cómo lo genera (máximo 200 caracteres)

BORRADOR