Idea Creación de Empresa

Néstor Nicolás Lozano Díaz

Luis Fernando Pérez Calderón

Edgar Alexander Pineda Pinzón

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior,

50101: Creación de Empresa 1 – Modelos de Innovación

Profesora: Angela María Casanova Villarreal

Septiembre de 2020

CONTENIDO

CONTENIDO **2**
COMPROMISOS DEL AUTOR **3**
COMPROMISOS DEL AUTOR **4**
COMPROMISOS DEL AUTOR **5**
INTRODUCCIÓN **6**
OBJETIVOS **7**
IDEACIÓN **8**
1 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO. 8
1.1 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE 8
1.2 TEORÍA DEL VALOR COMPARTIDO 9
2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD. 10
2.1 ANÁLISIS PESTEL 10
3 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD 11
3.1 ¿QUÉ PROBLEMA AFECTA A LA COMUNIDAD, CLIENTES Y ENTORNO AL QUE PERTENECEN? . 11
3.2 ESQUEMA DE PROBLEMAS 11
3.3 ÁRBOL DE PROBLEMAS 12
3.4 ÁRBOL DE OBJETIVOS 13
4 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO 14
INNOVACIÓN **18**
5 ALTERNATIVAS DE NEGOCIO 18
6 COMPETENCIA 19
6.1 CONCLUSIONES AL RESPECTO 22
INVESTIGACIÓN DEL MERCADO **24**
7 FUERZAS DE LA INDUSTRIA 24
7.1 CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA 24
7.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA 24
8 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO 26
9 PROPUESTA DE VALOR 28
9.1 DISEÑO DEL PRODUCTO 30
9.2 FICHA TÉCNICA 30
9.3 CICLO DE VIDA 31
9.4 PRECIO DE VENTA 32
VALIDACIÓN **36**
10 PROTOTIPO 36
11 MODELO RUNNING LEAN 37
REFERENCIAS **39**

Compromisos del autor

Yo Néstor Nicolás Lozano Díaz identificado con C.C. 1.030.652.186 de Bogotá, estudiante del programa Diseño Gráfico declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director de trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

Néstor N. Lozano D.

Compromisos del autor

Yo Luis Fernando Pérez Calderón identificado con C.C. 1.005.755.688, estudiante del programa Administración de Empresas declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director de trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

Luis Fernando Pérez C.

Compromisos del autor

Yo Edgar Alexander Pineda Pinzón identificado con C.C. 1.000.807.166, estudiante del programa Ingeniería de Sistemas declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director de trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

Edgar A. Pineda P.

Introducción

Con este documento se pretende generar las bases estructuradas para la creación de una empresa pensado desde una idea innovadora y disruptiva para el mercado, que aporte a la sociedad y que invlocure todos los espacios de la elaboración de un plan de negocio. Todo con intención de llevarlo a la realidad eventualemente y basado tanto en la teoría como en la práctica, se busca validar la idea desde las necesidades de los clientes potenciales, identificandolos estos en todos sus aspectos; también revisando la viabilidad respecto a la existencia de emprendimientos o empresas que existan y realicen lo mismo para identificar el valor diferenciador que se puede aportar al mercado y lo que nos hará unicos.

Objetivos

General

Definir y aplicar los aspectos que influyen en la creación de una empresa.

Específicos

Identificar un problema para brindar solución a este a partir de la creación de una empresa.

Construir una base estructurada para la creación de una empresa desde una idea innovadora.

Interpretar los datos recolectados para orientar mejor la idea de la empresa.

Desarrollo del Proyecto

Ideación

1 Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.

EMPLINE

Empresa de servicios de asesoramiento (orientados al mundo digital en diferentes campos como administración, diseño, soporte en sistemas, canales de promoción, etc) para emprendedores y pequeñas empresas de barrio. A través de una aplicación se vincularán para recibir la orientación y a la vez poner en práctica esos conocimientos apoyándolos desde la plataforma en aspectos como producto, precio, plaza y promoción.

Por otro lado, gracias a la aplicación se creará un mapa con estos emprendimientos en los cuales se podrán conectar entre sí para colaborar mutuamente (impulsar el crecimiento de productos y servicios nacionales), también habrá un espacio para ofrecer y postularse a ofertas de trabajo de acuerdo a la ubicación y un espacio en el que estarán organizaciones sin ánimo de lucro las cuales estos emprendimientos podrán apoyar.

La idea es ofrecer paquetes según el negocio, por ejemplo si necesitan domicilios o los podemos promocionar en las redes sociales y todo sería bajo el nombre de la "marca"

1.1 Objetivos de desarrollo sostenible

Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.

Este objetivo se relaciona gracias a que el servicio ofertado promueve y fomenta el desarrollo de actividades productivas, el emprendimiento, la creatividad, la innovación, la creación y oferta de puestos de trabajo y el crecimiento de las pequeñas y microempresas locales.

Por otro lado se busca la concientización y se brindarán herramientas para procurar la desvinculación del crecimiento económico con la degradación del medio ambiente, fomentando en la cadena de valor procesos sostenibles.

Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura

A través de la plataforma se facilitará el desarrollo de infraestructuras sostenibles gracias a que se impulsa el trabajo colaborativo vinculando entre sí emprendimientos de diferentes sectores económicos promoviendo que los procesos para la creación de los productos o servicios sean limpios y ambientalmente sustentables. También se buscarán alianzas con entidades financieras para que apoyen los emprendimientos que ingresen a la aplicación.

Objetivo 12: Producción y consumo responsable

Además del enfoque responsable de los anteriores objetivos, se pretende también hacer alianzas con organizaciones o fundaciones, a las cuales se les puedan hacer donaciones de sobrantes o productos no aptos para la venta reduciendo el desperdicio de estos; también se buscará la asociación con gestores de residuos para que estos den el tratamiento adecuado y se puedan minimizar los efectos de los desechos tanto para la salud humana como para el medio ambiente. Con esto se busca promover la prevención, reducción, reciclado y reutilización en la cadena de valor de cada emprendimiento registrado.

1.2 Teoría del valor compartido

Uno de los objetivos del servicio ofrecido es la creación Clusters de apoyo a través de un mapa de emprendimientos los cuales se puedan relacionar entre sí para generar trabajo

colaborativo y por ende un desarrollo y crecimiento económico; se busca generar en estos emprendimientos que vean en los otros un apoyo en los diferentes procesos para la creación de un producto o servicio.

Por otro lado, a través de las alianzas que se pretenden tener en el servicio, se busca apoyar a los negocios, ya sea con entidades financieras, con el desarrollo y aprendizaje para llevarlo al mundo digital, con servicios como domicilios y promoción en diferentes canales y sobretodo vínculandolos con organizaciones o fundaciones que les puedan aportar para mejorar su cadena de valor (productores de materias primas, gestores de residuos, bancos de alimentos, etc.), todo esto en busca del crecimiento de la industria local/regional.

También se tendrá un espacio donde estos negocios podrán publicar ofertas de empleo y a las cuales se podrán postular principalmente personas que estén dentro de la zona de estos para apoyar el mejoramiento de la calidad de vida de la región.

2 Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.

2.1 Análisis PESTEL

Social: Aquí aceptaríamos cualquier persona que quiera emprender y no sepa cómo hacerlo nos ubicaríamos en el centro de la ciudad en una oficina para que sea más rápido de encontrar

Tendría que tener unos parámetros mínimos para poder desarrollar su idea:

Haber pasado los 18 años

El género no importaría

Haber terminado el bachillerato

No estar reportado por alguna ilegalidad

Tecnológico: Esta es una parte muy importante en nuestro negocio ya que todas las ayudas serian virtuales así que debemos tener cuidado con la perdida de información y los hackers y si tenemos mucha gente que los servidores puedan aguantar

Ecológico**:** no tendríamos ningún impacto ni positivo ni negativo en el medio ambiente.

Legal: debemos tener los datos seguros para evitar una demanda por perdida información personal.

3 Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

1 La falta de renombre de la organización.

2 Seguridad digital

3 Evitar el espionaje informativo y la fuga de información

3.1 ¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

Falta de contactos

Falta de educación

Datos confiables

Bases de datos seguras

3.2 Esquema de Problemas

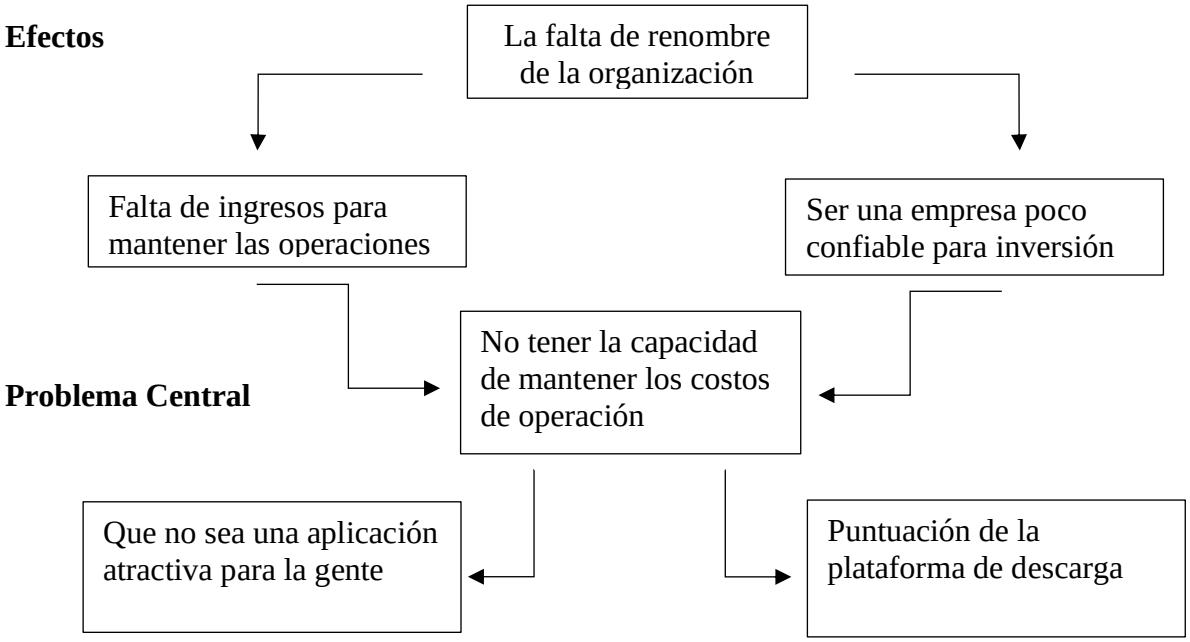
Tabla 1

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
Conocimiento o experiencia	4	5	5
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	4	5	3

Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para solucionar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras?, ¿puedo darte alguna solución?)	5	3	5
Tiempo (posible solución)	5	3	5
Costos (posible solución)	3	2	3
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?	4	4	4
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	4
Total	**25**	**24**	**24**

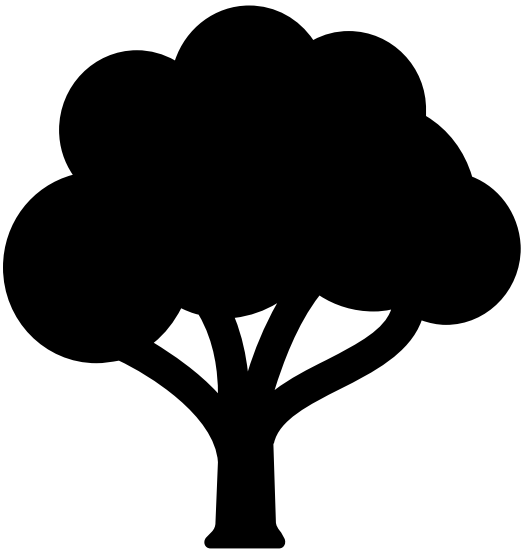
Nota: Definición del problema a trabajar

3.3 Árbol de Problemas



Causas

- Críticas Externas
- Escándalos por fuga de información
- Un portafolio incompleto



Efectos

No hay suficiente dinero para mantener la operación, no puede mantener el apoyo , escape de datos , deficiencia en el sistema

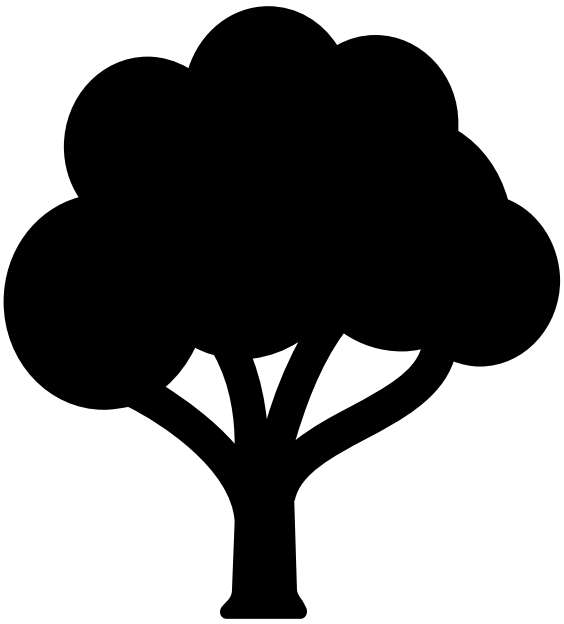
Problema

Que no sea una aplicación atractiva para la gente
Puntuación de la plataforma de descarga
Escándalos públicos

Causas

La falta de renombre de la organización

3.4 Árbol de Objetivos



Causas Positivas

Generar más emprendedores.
Ayudar a los que no saben cómo comenzar.

Problema Positivo

Ser conocidos en las páginas de descargas y en buscadores.

Efecto Positivo

Aumentar de ingresos.
Llegar a mas gente emprendedora.
Contribuir a la disminución en la taza de desempleo.

4 Descripción de la idea de negocio

Ofrecer servicio de asesoramiento (en respectivos campos como diseño, soporte, administración, canales de promoción (marketing) etc.) para emprendedores y pequeñas empresas “de barrio”, que a través de una aplicación se pueden vincular y así también se puede ir creando un mapa con estos emprendimientos en los cuales se pueden conectar entre sí para colaborar mutuamente. La idea es ofrecer paquetes según la necesidad del cliente.

Problema, el alto porcentaje de personas emprendedoras y pequeñas empresas no preparadas para anticiparse a las tendencias y cambios en sus industrias y mercados, innovar para desarrollar nuevos productos y servicios, y transformarse para competir en un entorno de negocios cada vez más complejo y retador.

Lluvia de ideas:

⇒ App de capacitación de actualización de conocimientos administrativos.

⇒ Asesorías para el conocimiento y el manejo de herramientas tecnológicas en tendencias.

⇒ Asesorías de utilización y ganancias en promociones y marketing digital.

⇒ Capacitaciones de desarrollo de mejoras de los viejos productos.

⇒

Tabla 2

Autoevaluación de la idea de negocio

Interés/Disposición	**Escala de Valoración**	
Afirmaciones	(F)	(V)

La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	**4**	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	**3**	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	**5**
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	1	2	3	**4**	5
Total	**0**	**0**	**1**	**2**	**1**

Tabla 3

Puntajes obtenidos

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	x	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0	X	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3:	1	x	3	=	3
Total de afirmaciones valoradas en 4:	2	x	4	=	8
Total de afirmaciones valoradas en 5:	1	x	5	=	5
			Puntaje Total		**16**

Al obtener este puntaje (16) referente a lo que nos compete, si es viable seguir con este proyecto, obivamente haciendo algunas correcciones para lograr un mayor puntaje de aceptabilidad.

Tabla 4

Estructura de la idea

¿Cuál es el producto o servicio?	Plataforma de asesoramiento de (administración, finanzas, marketing y diseño)
¿Quién es el cliente potencial?	Emprendedores con dificultades administrativas, pequeñas empresas con dificultades de crecimiento en ventas, publicidad, marketing digital y administración.
¿Cuál es la necesidad?	Necesidad poder resolver los problemas e inconvenientes que le ocurran a los clientes ya sea (administrativos, financieros, marketing, diseño etc.)
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Plataforma en el cual interactúan con el cliente dando rapidez y fluidez en los resultados.
¿Por qué lo preferirían?	Porque es más óptimo, rápido y seguro a la hora de dar respuesta.

Gráfica 1

Idea de negocio estructurada

VERBO

Solucionar

TEMA U OBJETIVO

Plataforma Digital

TEMA U OBJETIVO

Adaptabilidad, comunicación activa, integración, flexibilidad, con lo cual queremos solucionar esa necesidad de los emprendedores y pequeñas empresas.

USUARIOS

Emprendedores de 20- 50 años y microempresas.

VERBO INSPIRADOR

Ayudar.

PROPÓSITO INSPIRADOR

Ayudar a asociaciones a crecer, poder solucionar problemas con rapidez.

Innovación

5 Alternativas de Negocio

El detectar las necesidades que tienen los potenciales clientes, nos da una perspectiva en la cual se pueden generar nuevas ideas que basados en la idea de negocio que se está proponiendo se pueden agregar para fortalecer el emprendimiento y poder brindar una solución más completa a estos emprendedores y tiendas de barrio, por eso, a continuación se mencionan las diferentes alternativas que pueden enriquecer la idea propuesta y que son viables de implementar:

- ⇒ Promover que los emprendimientos y negocios locales lleguen a los canales digitales.
- ⇒ Todo el servicio será a través de una plataforma para dispositivos móviles.
- ⇒ La asesoría será a modo de aprendizaje para que los clientes sepan como se hace y la implementen ellos mismos.
- ⇒ El acompañamiento será integral por pasos a través de la aplicación, integrando herramientas de información de análisis del mercado para que ellos mismos trabajen respecto a los resultados.
- ⇒ La plataforma funcionará con dos interfaces: una para los negocios donde aprenderán a medida que van siendo visibles en la aplicación con la oferta de sus productos o servicios y la segunda será para clientes o usuarios que buscarán satisfacer sus necesidades.
- ⇒ La misma aplicación integra las herramientas que se le brindarán al negocio para que genere acciones de compra de parte del público, como métodos de pago, domicilios, etc.
- ⇒ Habrán aliados estratégicos que los apoyen en el mejoramiento de su cadena de valor y en el crecimiento económico.

⇒ Alianzas con fundaciones para impulsar un desarrollo sostenible y enfocado en la sociedad.

⇒ Generación de trabajo colaborativo entre los diferentes emprendimientos para mejorar sus resultados o los procesos en la cadena de valor gracias al mapa que se irá generando a medida que se sumen a la aplicación.

⇒ Generación de ofertas laborales a las que se pueden postular según la ubicación a través de la plataforma.

6 Competencia

A continuación se mencionaran algunas ideas que ya existen en el mercado que tienen bastante similitud con el proyecto que se plantea en este documento, con la intención de comparar lo que ofrecen y poder identificar oportunidades en los servicios que estas no ofrecen:

- DAZZET – El marketing como es

"Somos una agencia de marketing digital enfocada en generar resultados en corto plazo. Es por esto que siempre diseñamos e implementamos un embudo de conversión para nuestros clientes." (Dazzet, 2020).

El proceso es personalizado pues se agendan citas para hacer la valoración del estado de las plataformas y la estrategia que maneja el negocio. El negocio debe contar los aspectos principales de este y responder a preguntas como: ¿qué vende?, ¿qué se quiere lograr?, ¿cuáles son los objetivos de ventas?, ¿qué recursos hay disponibles?, entre otras. El cobro lo hacen por hora, siendo el valor de esta alrededor de COP $110.000. Luego de determinar las necesidades del negocio o emprendimiento generan posibles alternativas para solucionar el problema y

dependiendo de la decisión del cliente proceden a la implementación de dichas soluciones, haciendo esta implementación por parte de Dazzet.

Están enfocados principalmente en emprendedores que están empezando un negocio y personas que tienen un negocio establecido y que quieren incursionar en el mundo digital.

- Wmc – WeMakeConsulting

  Somos una firma consultora especializada en el diseño, desarrollo e integración de soluciones estratégicas que contribuyan al crecimiento y la innovación de las empresas. Contamos con más de 10 años de experiencia asesorando organizaciones en el área financiera, contable y de marketing digital para nuestros clientes empresariales y gubernamentales en América Latina. Además en WMC Consulting le ayudamos en la formulación de su proyecto empresarial para que sea viable, ejecutable y rentable, involucrando elementos de innovación, impacto y sostenibilidad. (Wmc, 2020)

Al igual que la anterior también funciona agendando una asesoría, sin embargo esta se hace online. Se diferencia por que ofrece servicios de asesoramiento en diferentes áreas y sectores económicos, como: asesoría financiera, contable, en marketing digital, en proyectos empresariales y planeación estratégica.

- INTROCREA – Digitalmente Humano

"En INTRO CREA ayudamos a nuestros clientes transformar sus ideas y aumentar sus probabilidades de éxito. Nuestras soluciones de marketing, publicidad y creatividad van más allá de lo convencional". (INTRO CREA, 2018)

Esta empresa ofrece servicios de investigación, marketing, creación de marca y asesorías en transformación digital de modelos de negocio, marketing digital y herramientas digitales. Su método también funciona a través de la investigación del negocio o emprendimiento, plantean las soluciones pertinentes, desarrollan todo lo necesario para llevar a cabo las soluciones propuestas y generan informes para que el emprendedor sepa lo realizado de acuerdo a las herramientas usadas. El contacto es también a través de un formulario en el cuál se pueden hacer preguntas o solicitar cotización.

- Yoonta – Consultoría – Agencia de Marketing Digital

"Somos una firma de consultoría de marketing digital, …que centra sus esfuerzos en la generación de resultados tangibles." (Yoonta the lead agency, 2020)

Se centra principalmente en el marketing digital ofreciendo precios más bajos a los de otras agencias bajo la premisa de que los clientes deben invertir menos en desarrollo y más en marketing. Al igual que las anteriores funciona agendando una cita dando la opción de que sea por videoconferencia o presencial. Trabajan con personas en diferentes partes del mundo, su consigna es el compromiso y su prioridad son las PYME.

- Ya Estoy Online

  YaEstoyOnline.co es una plataforma digital gratuita creada por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE) y patrocinada por Google que visibiliza a negocios y personas que ya hacer ventas de bienes a través de diferentes canales digitales y ayuda a Mipymes y emprendedores colombianos que no venden en línea a hacer un proceso de capacitación a través de una ruta de digitalización que permite entregar el conocimiento

> necesario para hacer una transformación digital rápida y segura a través de diferentes modelos de negocio del comercio electrónico. (Ya Estoy Online, 2020)

A través de esta plataforma se busca que las miPymes lleguen al territorio virtual apoyándolos con una ventana de visibilización para el público online segmentandolos por tipo y ubicación del negocio y también los apoya con capacitaciones que a través de una encuesta ofrecerá 5 modelos para el negocio y como tienen aliados estratégicos, estos ofrecerán beneficios exclusivos para llegar a la transformación digital. Su principal ventaja es que es una plataforma gratuita y que es apoyada por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.

6.1 Conclusiones al respecto

De acuerdo a las alternativas que ya se ofrecen en el mercado, se encuentra que su gran mayoría ofrecen el servicio de asesorías pero siendo implementado por estas mismas empresas, al contrario este negocio busca es que los emprendedores y negocios aprendan cómo se realizan estos procesos para llevarlos a mundo digital por ellos mismos a través de la plataforma que se les ofrece.

Otra diferencia es que no es necesario el agendamiento de citas para evaluar el negocio, pues una vez el emprendedor decide ingresar en la aplicación inicia con el proceso de aprendizaje y a la vez va vinculando sus productos y servicios en la aplicación para ofrecerlos al público.

Otro valor agregado del negocio es que se busca apoyar el mejoramiento de los negocios con los diferentes aliados ya sean en la cadena de valor, con entidades financieras, con las fundaciones sin ánimo de lucro y con la oferta de empleos por ubicación.

En general la propuesta que se plantea se diferencia bastante de las que ya existen, pues no se busca dar solo un servicio de asesoramiento en algunos temas sino por el contrario el objetivo principal será enseñar a los emprendedores a hacer ellos mismos los diferentes procesos que hacen estas organizaciones mencionadas antes, pero a pequeña escala y aplicándolo directamente a su negocio dentro de la aplicación que les ponemos a su servicio y que funciona como puerta de entrada al mundo digital de sus negocios, teniendo en cuenta que el enfoque es hacia las pequeñas tiendas de barrio.

Investigación del mercado

7 Fuerzas de la industria

7.1 Contextualización de la empresa

Nombre de la empresa: EMPLINE (EMPRESA ONLINE)

Actividad económica: La economía de la plataforma se caracteriza por los efectos de red La ventaja de manejar esta actividad económica es que se puede colaborar y es más fácil obtener mayor crecimiento, la plataforma será ese vínculo entre mi cliente y la empresa que ayudara a facilitar las soluciones inmediatas que es lo más importante para mi cliente.

7.3 Análisis de la oferta

Tabla 4

Análisis de la oferta

Nombre del competidor	**Producto**	**Precio**	**Servicio** (Ventaja competitiva)	**Ubicación**
Fintech Colombia	Ofrece productos financieros e innovadores	Varia	Principalmente con la creación de startups de empresas financieras soportadas en tecnología	Bogotá Manizales Cundinamarca

Morningstar Office	Plataforma integral de administración de operaciones diseñada específicamente para asesores financieros independientes	Varia	Principalmente el ambiente de trabajo, y sus tecnologías avanzadas	Estados unidos
MoneyGuidePro	Es una solución de planificación financiera con todas las funciones diseñada tanto para asesores independientes como para grandes empresas de asesoría	Varia	La plataforma incluye un portal de cliente en línea, que permite acceso instantáneo	Estados unidos

Según la tabla expuesta anteriormente se conocen las 3 competencias más importantes para nosotros las cuales son parecidas, lo principal es que ofrecen un asesoramiento financiero, conservan un nivel alto de tecnologías, mantienen un sistema moderno y ágil.

8 Segmentación del mercado

En este proceso es muy importante conocer a nuestro cliente para así también conocer nuestro producto/servicio y poder fortalecerlo de acuerdo a las necesidades del mundo real, tener esta información permite generar una propuesta de valor específica con lo cual se asegura de cierta forma una aceptación en el mercado.

Tabla 5

Segmentación del mercado

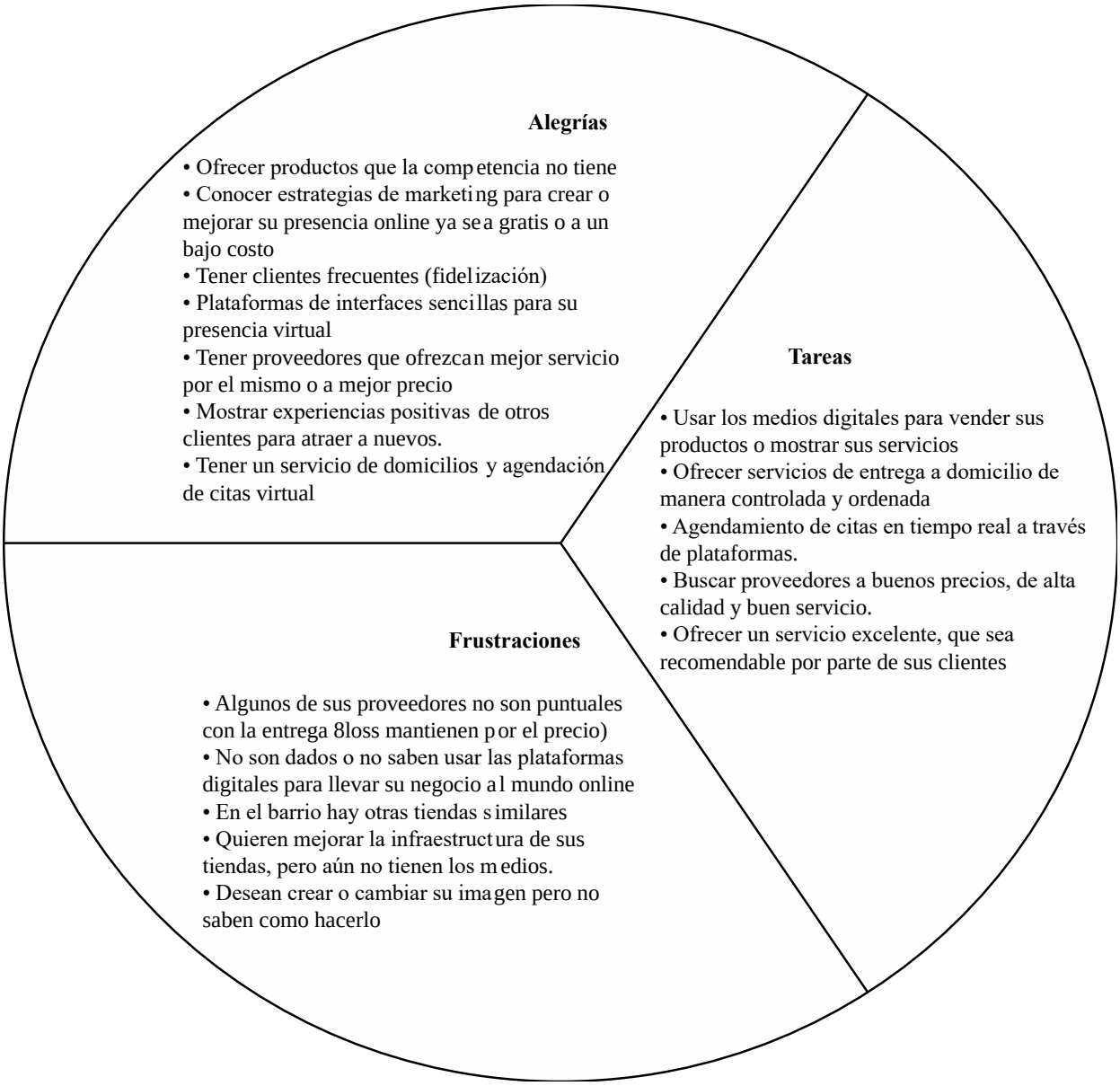
	(Miedos, frustracions y ansiedades).	*(Desea, necesita, anhela y sueña)*
	Miedo al fracaso, miedo a fallarle a las personas de confianza, miedo de salir de la zona de confort, Ansiedad al trabajo constante, ansiedad de tener éxito, de ganar, de ir por todo de lograr lo que quiero.	Deseo contribuir a la sociedad, tener mi propia empresa, generar empleo lo mas importante darme una buena vida.
(Demógraficos y geográficos)	*(Qué están tratando de hacer y porqué es importante para ellos?)*	*(¿Cómo alcanzan esas metashoy?¿hay alguna barrera en su camino?)*
22 años Ibagué Tolima	Está participando en foros en actividades de meditación, con apoyo, reírme siempre feliz afrontando los miedos.	El dinero es una barrera y la falta de oportunidades.

Frases que mejor describen sus experiencias:	La felicidad es la mejor herramienta para impulsar y no parar de seguir por las metas. La disciplina es el eje primordial para lograr lo que queremos.
¿Existen otros factores a tener en cuenta?	El gobierno se encarga de cada vez minimizarle las posibilidades de lograr las metas más rápido. La pereza, los malos hábitos se encargan de generar mala vibra para lograr los sueños.

9 Propuesta de valor

Se detectarán las necesidades de los clientes en un cuadro (gráfica 2) y en otro (gráfica 3) se expondrán las soluciones que podremos brindar para satisfacer estas frustraciones:

Gráfica 2

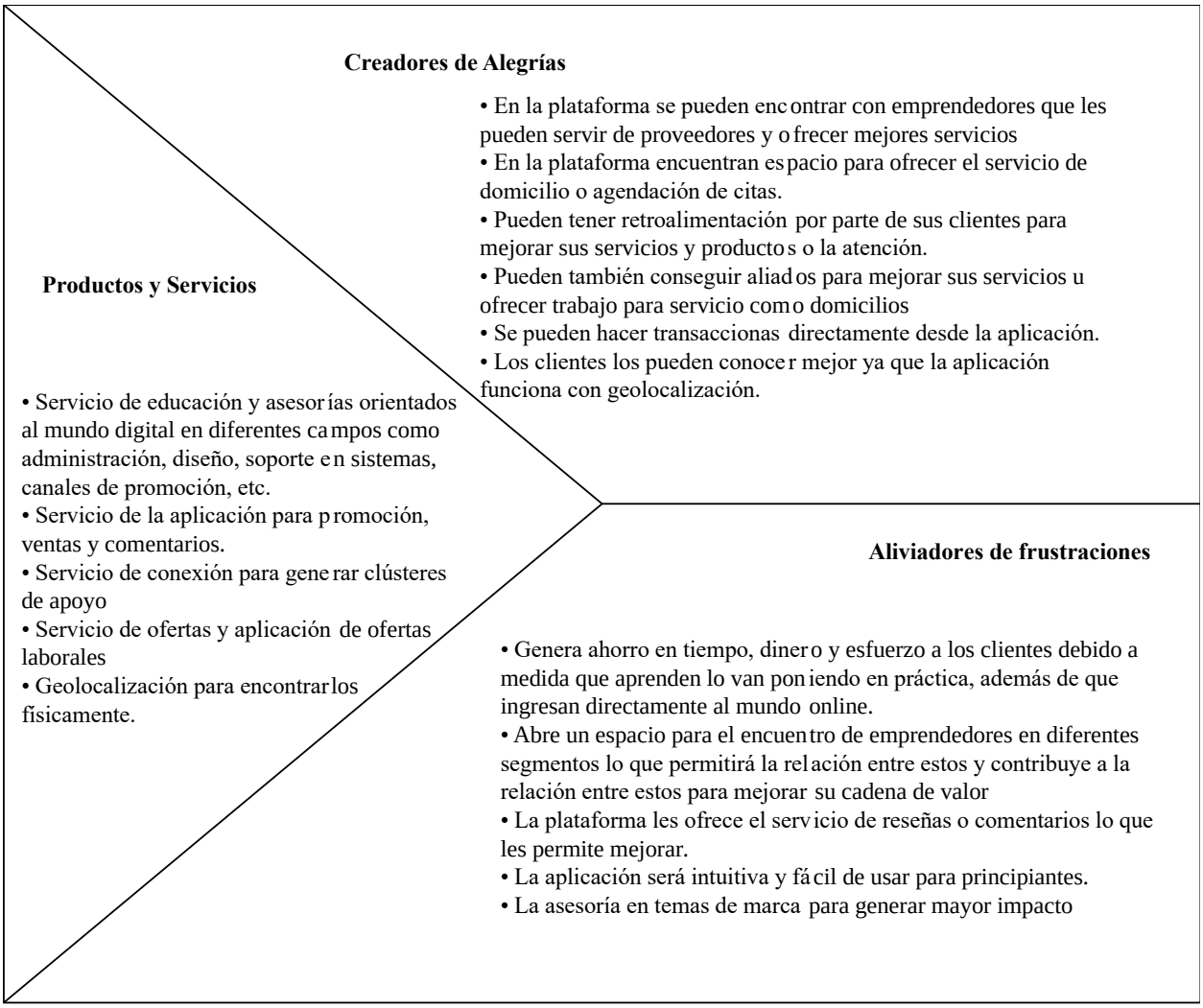


Perfil del cliente

Se logra caracterizar al cliente de modo que se puede apreciar que en modo general buscan su satisfacción enmarcada en una estabilidad económica y buscan estar a la vanguardia para llegar a las plataformas digitales y con esto estar prevenidos para eventos externos que los puedan afectar como la pademia del Covid-19.

Gráfica 3

Mapa de valor



El gráfico anterior muestra que la propuesta de valor en general se basa en el brindar conocimineto y las herramientas para ponerlo en práctica de modo que los emprendimientos puedan crecer en el medio digital orientados siempre en el apoyo entre si.

9.1 Diseño del producto

Los puntos anteriores han servido para conocer el mercado y al cliente, con esto en mente podemos identificar las características del producto/servicio que ofrecemos de tal forma que podemos validar eventualmente su aceptación.

9.2 Ficha técnica

A continuación se comentaran las características del producto/servicio, con la intención de determinar los datos relevantes y así tener presente su composición y aspectos esenciales al momento del prototipado.

Tabla 6

Ficha técnica

Nombre	EMPLINE (EMPRESA ONLINE)
Líneas de servicio o portafolio	- Servicio de educación y asesorías orientados al mundo digital en diferentes campos como administración, diseño, soporte en sistemas, canales de promoción, etc. - Servicio de la aplicación para promoción, ventas y comentarios. - Servicio de conexión para generar clústeres de apoyo. - Servicio de ofertas y aplicación de ofertas laborales

	- Geolocalización para encontrarlosfísicamente.
Presentaciones	Se presentan una aplicación una para nuestro cliente directo donde tiene acceso a todos los servicios y puede generar ventas desde ahí. Estaremos en las tiendas de aplicaciones para los diferentes dispositivos con descarga gratuita
Publicidad	A través de las diferentes redes sociales y utilizando los medios de promoción como Google Ads para mostrarnos a nuestros clientes potenciales.
Garantia	Mientras nuestros clientes se mantengan inscritos y realicen el pago de la suscrpción, tendrán soporte 24/7 a través de la plataforma.

9.3 Ciclo de vida

Es importante determinar el tiempo en el mercado de los productos y servicios, esto con la intención de usar diferentes estrategias para mantenerse vigentes según el ciclo de vida de estos y evitar o retrasar en la medida de lo posible llegar a la etapa del declive y su eventual desaparición.

De acuerdo a lo que se ha analizado tanto de la propuesta, como del cliente y de los competidores, consideramos que estamos de desarrollo previo a la introducción; nuestra principal tarea en esta etapa es elaborar todo lo referente a los aspectos técnicos y de diseño principalemente para el desarrollo de la aplicación de tal forma que llegemos a la etapa de introducción con la mejor versión del producto dado que en la actualidad no vemos ningún competidor directo y sería el momento de usar los conocimientos que se quieren impartir en la promoción y el reconocimiento de la marca.

9.4 Precio de venta

En esta parte vamos a ver la parte de estrategia, diseño, concepto, detalle, validación y verificación de nuestro trabajo a desarrollar

Definición estratégica:

Artículo 1.- OBJETO. La presente Ley determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información.

Artículo 2.- PRINCIPIOS ORIENTADORES. La investigación, el fomento, la promoción y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son una política de Estado que involucra a todos los sectores y niveles de la administración pública y de la sociedad, para contribuir al desarrollo educativo, cultural, económico, social y político e incrementar la productividad, la competitividad, el respeto a los derechos humanos inherentes y la inclusión social.

Artículo 3.- SOCIEDAD DE LA Información Y DEL CONOCIMIENTO. El Estado reconoce que el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el despliegue y uso eficiente de la infraestructura, el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la protección a los usuarios, la formación de talento humano en estas tecnologías y su carácter

transversal, son pilares para la consolidación de las sociedades de la información y del conocimiento.

Artículo 5.- LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL Y LAS Tecnologías DE LA Información Y LAS COMUNICACIONES, TIC. Las entidades de orden nacional y territorial promoverán, coordinarán y ejecutarán planes, programas y proyectos tendientes a garantizar el acceso y uso de la población, las empresas y las entidades públicas a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Para tal efecto, dichas autoridades incentivarán el desarrollo de infraestructura, contenidos y aplicaciones, así como la ubicación estratégica de terminales y equipos que permitan realmente a los ciudadanos acceder a las aplicaciones tecnológicas que beneficien a los ciudadanos, en especial a los vulnerables y de zonas marginadas del país.

Diseño de concepto:

Lista de materiales:

Varios computadores

Varios asesores

Sillas

Costos de producción

Software

Hardware

Firewall

Movilización

Diseño de detalle:

En este proceso necesitamos varios asesores para que se pueda ayudar a todos los que lo necesiten y varios computadores para las personas que los necesiten tengan una respuesta rápida

Costos

	Costos de producción	
+	Costo unitario de materiales	$12.500.000
+	Costo unitario de mano de obra	$2.700.000
+	Costos unitarios de CIF (costos indirectos de fabricación	$100.000
=	Costo unitario total	$16.200.000

PV:16.200.000 =231.000

70%

Diseño mock up:

Emp LINE
PRIMEROS PASOS
APLICA LOS CONOCIMIENTOS
CONOCE TU PÚBLICO
HERRAMIENTAS DE MARKETING
MAPA DE EMPRENDIMIENTOS
TIENDA
ENCUENTRA APOYO
OFERTA EMPLEOS

Validación

10 Prototipo

En este momento vamos a ver la parte de prototipo en la que es muy importante a la hora de generar un modelo de negocio**,** características del producto o servicio:

- Las características es que es un servicio en el que la gente que quiera empezar un negocio y no sepan cómo ayudarla para que puedan progresar.
- Con un costo mensual
- Con ayuda en línea
- Si necesita asesoramiento presencial también ayudarlo
- Todo tipo de ideas de negocio

Características del prototipo:

- Necesitamos mínimo 5 computadores
- 5 asesores que estén un cierto tiempo para que puedan ayudar a los clientes
- El pago para poder ayudarlos
- Datos personales muy bien guardados
- Y un desarrollador de bases de datos para todo lo que sea decodificación

Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo:

- Las dos partes se encontraran por medio de una pagina por la cual podrá aclarar todas sus dudas y si necesita apoyo también poder hacer una cita y ayudarlo personalmente
- Debe ser bajo un entorno de mucho respeto, tranquilidad y confianza

11 Modelo running lean

Problema	Solución	Propuesta de Valor Única	Ventajas Injusta	Segmento de Clientes
Las dificultades y el alto % de las pequeñas empresas y emprendedores de no adaptarse a los cambios de la actualidad, de no llevar un buen manejo en las áreas administrativas, diseño, soporte, canales de distribución y marketing.	Asesoramiento especializado en áreas administrativas, finanzas, diseño, marketing. Es una app totalmente sencilla y flexible.	Empline ofrece asesoramiento personalizado a solo un clic. Promover el cambio de adaptación un modelo de ventas digital, menos contaminación. Ofrecer una experiencia inolvidable de	La unión hace la fuerza, más que una compañía somos familia entre todos nos ayudamos, aprendemos y salimos de situación difíciles.	Hombres y mujeres profesionales que quieran iniciar una empresa rango de edad entre 18 y 30 años, emprendedores, microempresarios y medianas empresas.
	Métricas Clave Se cuenta con oficina físicas y por medio de la app, contamos con un equipo de trabajo profesional en todas las áreas para cualquier		**Canales** La información será entrega a los clientes por canales digitales propias y de otros. Se hará publicidad por medio de	

	necesidad o circunstancia, aproximamos que en el primer semestre la compañía obtenga aproximadamente 200 clientes fieles.	adaptación a los grandes cambios que vive la actualidad la sociedad.	influencier para atraer mas clientes	

Estructura de Costos	**Fuente de Ingresos**
Alquiler del local, internet, servicios públicos, equipos e insumos, sueldos, impuestos, promoción y publicidad, responsabilidad social, mantenimiento de la aplicación, seguridad de la aplicación.	Inversión inicial de parte de los socios, venta de paquetes promocionales, por descargas de la app, pagos por horas de asesoramiento, pagos por material de conocimiento para los clientes.

Referencias

Naciones Unidas. (2020). *Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos*. Obtenido de Naciones Unidas: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/

Naciones Unidas. (2020). *Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación*. Obtenido de Naciones Unidas: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/infrastructure/

Naciones Unidas. (2020). *Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles*. Obtenido de Naciones Unidas: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/

Dazzet. (2020). *Agencia de Marketing digital de Medellín.* Obtenido de Dazzet Consultoría en Marketing Digital: https://dazzet.co/agencia-de-marketing-digital-medellin/

Wmc. (2020). *QUIÉNES SOMOS*. Obtenido de WeMakeConsulting Consultoría Empresarial: https://wemakelatam.com/quienes-somos/

INTRO CREA. (2018). *Quienes somos*. Obtenido de Agencia de Marketing - Publicidad y Marca: https://introcrea.com/quien-es-intro-crea/

Yoonta the lead agency. (2020). *¿Por qué contratar a Yoonta?* Obtenido de Yoonta Consultoría - Agencia de Marketing: https://www.yoonta.com/por-que-contratar-a-yoonta/

Ya Estoy Online. (2020). *¿Qué es Ya Estoy Online?* Obtenido de Ya Estoy Online: https://www.yaestoyonline.co/que-es-ya-estoy-online

Universidad de Alcalá. (s.f.). *Máster en finanzas*. Obtenido de ¿QUÉ ES UN ASESOR FINANCIERO Y CUÁLES SON SUS FUNCIONES?: https://www.masters-finanzas.com/asesor-financiero-cuales-funciones/

COLOMBIA FINTECH. (8 de Septiembre de 2020). *COLOMBIA FINTECH*. Obtenido de Con 50 empresas asociadas Colombia Fintech se consolida como el gremio de la tecnología e innovación financiera del país : https://www.colombiafintech.co/novedades/con-50-empresas-asociadas-colombia-fintech-se-consolida-como-el-gremio-de-la-tecnologia-e-innovacion-financiera-del-pais

Redacción Economía. (8 de Septiembre de 2020). *COLOMBIA FINTECH*. Obtenido de El 62% de las pymes colombianas no tiene acceso a financiamiento: https://www.colombiafintech.co/novedades/el-62-de-las-pymes-colombianas-no-tiene-acceso-a-financiamiento

Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia, La enciclopedia libre*. Obtenido de Economía de plataformas: https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_plataformas

VILLENA. (s.f.). *VILLENA*. Obtenido de INVESTIGACIÓN DE MERCADO: http://www.villena.es/wp-content/uploads/2015/01/Estudio-de-Mercado.pdf

Mafra, É. (27 de Febrero de 2019). *Blog de Rock Content: El mejor blog de Marketing Digital de América Latina*. Obtenido de Ciclo de vida de un producto: ¿qué es y cómo gestionarlo?: https://rockcontent.com/es/blog/ciclo-de-vida-de-un-producto/

Gispert, B. (25 de Mayo de 2020). *LA VANGUARDIA*. Obtenido de El comercio electrónico vive una maduración exprés con la pandemia:

https://www.lavanguardia.com/economia/20200525/481374074471/comercio-electronico-e-commerce-online-alimentacion-moda-restauracion.html

Destino Negocio. (s.f.). *Movistar Empresas*. Obtenido de Tecnologías que impulsarán los negocios digitales: https://destinonegocio.com/co/negocio-por-internet-co/tecnologias-impulsaran-negocios-digitales/

Medina, M. A. (26 de Noviembre de 2017). ¿Cómo va Colombia en desarrollo tecnológico? *El Espectador*, págs. https://www.elespectador.com/noticias/economia/como-va-colombia-en-desarrollo-tecnologico/.