



LA CASA DEL ÁRBOL

Creación de empresas II modelos de innovación 50101

Paula Estefania Conde Gómez

Thany Sthefany Solórzano Murillo

Gianni Roul González Valencia

Corporación unificada nacional de educación superior (CUN)



## COMPROMISO DE AUTOR

Yo, **GIANNI ROUL GONZÁLEZ VALENCIA** con cédula de identidad **1007614615** de **MARIQUITA** y alumno del programa académico **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 del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: \_\_\_\_\_



## COMPROMISO DE AUTOR

Yo, PAULA ESTEFANIA CONDE GÓMEZ con cédula de identidad (número) de IBAGUÉ y alumno del programa académico 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 del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:



## COMPROMISO DE AUTOR

Yo, **THANY STHEFANY SOLÓRZANO MURILLO** con célula de identidad **1110578639** de **IBAGUÉ** y alumno del programa académico **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 del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: \_\_\_\_\_



## TABLA DE CONTENIDO

### **I. Descripción de la idea de negocio .....**

- Servicio
- Cliente potencial
- Necesidad
- Cómo
- Preferencia

### **II. Modelo de negocio.....**

- Segmento
- Propuesta de valor
- Arquitectura del servicio
- Costo y precio
- Mecanismos de entrega
- Ganancias esperadas
- Recursos
- Fidelidad
- Cadena
- Modelo de venta por internet

### **III. Innovación sostenible.....**

### **IV. Estrategia del océano azul.....**

- Fuerzas de PORTER

### **V. Marketing Mix**

- Estrategias de productos para clientes
- Portafolio
- Estrategia de precios
- Estrategia de distribución
- Estrategia de comunicación



**VI. Matriz desarrollo de marca.....**

- Logo de marca

**VII. Estrategía de marketing digital.....**

**VIII. Métricas clave.....**

**IX. Localización del proyecto.....**

**X. Ingeniería del proyecto.....**

**XI. Ficha técnica.....**

**XII. Lanzamiento del producto.....**

**XIII. Bibliografía .....**



## **I. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO**

### ***Servicio***

“La casa del árbol” es un espacio independiente que nace de la idea de otorgar visibilidad a la ilustración y las artes gráficas, siendo estas disciplinas, su enfoque para generar un aprendizaje y desarrollo de habilidades creativas, así mismo, será un lugar de referencia y un epicentro visual de la región del Tolima para otorgar una plataforma a un público nicho en concreto.

Inicialmente ofrecerá sus servicios por medio de un formato digital, que permitirá tanto la introducción como el fortalecimiento de habilidades artísticas de forma accesible, además, ofrece a nuestro público objetivo una forma de lucrarse por medio de la experiencia y reconocimiento.

### ***Cliente potencial***

El público objetivo de La casa del árbol se caracteriza por encontrarse en un rango de edad que oscila entre los 10 a 25 años, además, su interés principal es las artes o la ilustración, como también puede ser unas disciplinas que le parezcan atractivas y desee conocer a profundidad sobre estas. Está dirigida hacia el sexo tanto femenino como masculino que, además, este contará con un estrato socioeconómico medio-alto.



### *Necesidad*

En el departamento del Tolima, se observó la carencia de un espacio en el que personas puedan constantemente asistir para aprender sobre arte e ilustración, por ende, se encontró mediante “La casa del árbol”, aquel espacio diseñado para aquellos interesados en aprender o reforzar sus habilidades en estas disciplinas, además, se busca promover este tipo de emprendimientos en el departamento del Tolima de modo que puedan hacer una diferencia en la manera que se percibe el arte o ilustración, que cabe destacar, estará disponible inicialmente en un formato estrictamente digital por medio de una plataforma promover un espacio enfocado a la ilustración y las artes gráficas, generando el aprendizaje y desarrollo de habilidades creativas, siendo un lugar de referencia y un epicentro visual de la región del Tolima para otorgar una plataforma a todo tipo de artistas.

Mujeres profesionales, dueñas de casa que quieren que sus ambientes sean representativos de su estilo de vida por gustos por la decoración que no tienen tiempo, ni conocimientos por sí mismas, donde su estructura de costo será coste personal, materiales de construcción, elementos de decoración, servicios creativos, publicidad, mantenimiento de internet.

### *¿Cómo?*

Mediante plataformas virtuales como una página web, YouTube, redes sociales (Instagram, Facebook) donde nos encontraremos activos dentro de estos servicios dando esencialmente con la capacidad de comunicarnos y hacerlo con las características propias del medio, es decir, de forma flexible e interactiva entre usuarios. Trayendo oportunidades no solo para quienes quieren aprender, sino también aquellas que desean fortalecer una habilidad artística y alcanzar resultados mayores.



También daremos a utilizar la plataforma para dar visibilidad a los artistas independientes que estén inscritos en “La casa del árbol” de la región del Tolima mostrando su trabajo en el ámbito ilustrativo y así podrán llegar a un futuro cliente potencial.

***¿Por qué lo preferirían?***

Somos una plataforma que brinda un espacio a las personas interesadas al medio ilustrativo de la región del Tolima, ofreciendo un servicio que no se encontraba en la ciudad de Ibagué, seremos una empresa pionero en ofrecer beneficios que ayudará a personas con intereses artísticos e ilustrativos, nos preferirán por tener servicios de aprendizaje en talleres, cursos y estancias dentro de la plataforma gratuita.



## II. MODELO DE NEGOCIO

**Segmento:** Usuarios de 10 a 25 años, masculino y femenino que pertenezcan a la región del Tolima.

**Propuesta de valor:** Ofrecer un espacio donde se puedan potenciar las habilidades ilustrativas y permitiendo la visibilidad referencial del departamento del Tolima. Consolidando a la comunidad, divulgando el trabajo de artistas.

**Arquitectura del servicio:** Mediante los modelos de negocios, conocidos como la publicidad, a través de la cual se promociona “La casa del árbol” atajando redes sociales para conseguir mayor cobertura con nuestros potenciales clientes.

**Costo y precio:** Un precio estimado desde \$70.000 en adelante, contando con los materiales incluidos; aparte de que se cobra por cada una de las clases, las cuales lleguen a interesarle a nuestros clientes. Aparte de la publicidad.

**Mecanismo de entrega:** Resuelve un problema departamental, llevándolo desde la ciudad de Ibagué a toda la región del Tolima, de manera virtual y presencial. Los beneficios que obtendrá el cliente será de conocimiento avanzado, compartiendo el tiempo con artistas ilustrativos y mejorando sus capacidades y técnicas entre las edades estipuladas.

**Ganancias esperadas:** Los ingresos generados de la casa del árbol es gracias a talleres, eventos, exposiciones que se realizará en espacios virtuales y presenciales, además tendremos la oportunidad de sacar al mercado productos (*merchandising*) ilustrativo.

**Recursos:** En principio, los recursos serían los elementos que permitirían a los interesados acceder a los contenidos gratuitos, como también a los de pago (Tutorías online, clases pregrabadas, clases presenciales, etc). Haciendo que cada una de nuestras áreas se trabaje bajo la opción más respetuosa con el medioambiente posible y el tiempo libre de cada uno de nuestros clientes (Formatos digitales, uso de papel reciclable).

**Fidelidad:** Contará con un modelo de marketing relacional para satisfacción del cliente (fidelización y captación) tendrá como finalidad la mejora de las operaciones internas logrando tener una página web para conectar los clientes y transmitirles los valores de la empresa y el valor agregado de esta misma, logrando tener una comunidad de usuarios para darle voz y protagonismo.

**Cadena:** La casa del árbol tendrá alianzas estratégicas con entidades de sectores públicos y privados (CUN. La gobernación del Tolima, etc) para actividades de formación y de circulación artística, para poder llegar a tener un fortalecimiento de espacios-creación para poder impulsar la industria del campo ilustrativo en la región del Tolima.



### ***Modelo de venta por internet***

E-learning y publicidad

#### **¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por internet escogido?**

A través de plataformas E-learning (Electronic learning) ya que se ofrecerá este servicio inicialmente por medios digitales para mayor accesibilidad hacia nuestro público y que estos puedan tener la oportunidad de disfrutar repetidas veces de estos talleres al alcance de un clic. Cabe mencionar, que se contará con publicidad en redes sociales que genere visibilidad de “La casa del árbol”, como también publicidad de agentes externos que tendrán relación con el contenido temático que se ofrece.

#### **¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por internet escogido?**

“La casa del árbol” ofrece por medio de una plataforma digital, la oportunidad de suscribirse para disfrutar de los cursos o talleres con mayor profundización en temas concretos, así como pequeñas muestras para aquellos que deseen conocer sobre los servicios que se ofrecen y así decidan o no seguir consumiendo este contenido. Cabe mencionar, la repetición de estos videos, que puede ser de ayuda para que el usuario pueda seguir su ritmo de trabajo y regresar el video en caso de que no comprenda algún aspecto.

#### **¿Cómo cerrara la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?**

Los métodos de pago que ofrece la casa del árbol serán:

- 1) Transferencia bancaria
- 2) Pagos a través del móvil
- 3) Pago efectivo

**III. INNOVACIÓN SOSTENIBLE**

	<b>AGUA</b>	<b>ENERGÍA</b>	<b>MATERIAS PRIMAS</b>	<b>EMISIONES</b>	<b>RESIDUOS</b>
<b>Producto o servicio, ¿El producto tiene un eco diseño?</b>	No es necesario el uso del agua ya que por ahora es un establecimiento digital.	Tratamos de que las clases duren el tiempo suficiente (Una hora a dos).	La utilización de materiales como pinturas, lápices, colores, todo para la ilustración.		Tipo de papel amigable con el medio ambiente, que ya se vende al por mayor en negocios como bitácoras. Reutilizar el papel una vez terminado su ciclo (Volverlo difuminador).
<b>Marketing ¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?</b>		El uso del modo nocturno, usando menos cantidad de energía.	Alto uso de materiales e instrumentos ilustrativos para trabajo a largo plazo.		

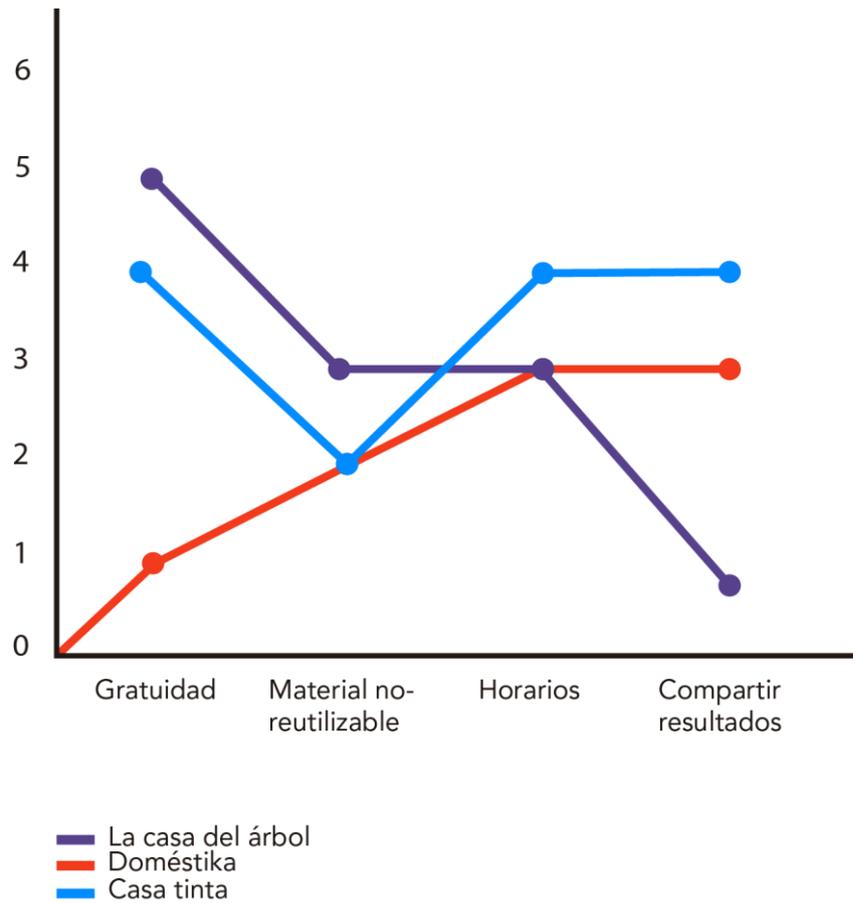
#### IV. Estrategia del océano azul

##### Matriz ERIC

CURVA DE VALOR	
<b>Eliminar</b>	Responsabilidades tipo estudiantil: Entrega de ilustraciones; aceptando solo a quienes quieran compartir sus resultados.
<b>Reducir</b>	Complejidad en el uso de materiales y hacer de uso plausible de objetos reutilizables.
<b>Crear</b>	La programación de horarios altamente estipulados, todo acorde al tiempo que pueda tener el cliente.
<b>Incrementar</b>	La participación entre usuarios y maestros, convocando muchas técnicas de uso artístico.

##### Cuadro estratégico

VARIANTES	Gratuidad	Material no-reutilizable	Horarios	Compartir resultados
La casa del árbol	5	3	3	1
<b>Casa tinta</b>	4	2	5	4
<b>Doméstika</b>	1	2	3	3
	Incrementar	Reducir	Crear	Eliminar



**Análisis Porter**

<p><b><i>Poder de negociación de los clientes</i></b></p>	<p>“La casa del árbol” ofrecerá diferentes alternativas a sus clientes, desde el estrato medio-alto, dándole la opción para elegir las clases a las que desea acudir, tutoriales a realizar y de esa manera ofrecerles opciones para sus necesidades a mejorar, con la finalidad de superar sus expectativas y por ende lograr la satisfacción al final de cada sesión.</p>
---	---



<p><i>Poder de negociación de los proveedores</i></p>	<p>El poder de negociación con los proveedores no se considera peligroso, debido a que son relativamente bajos en el departamento del Tolima. La negociación con los proveedores se hará de tal manera que obtengan los mejores precios sin descuidar la calidad.</p>
<p><i>Amenaza de sustituto</i></p>	<p>Lo constituyen de manera legal aproximadamente dos empresas que ofrecen servicios similares y que realizan estrategias de interés artístico de manera global.</p>
<p><i>Amenaza de nuevos entrantes</i></p>	<p>Las amenazas de nuevos entrantes son bajas para este mercado, puesto que las barreras de ilustración varía en otras áreas como las artes plásticas y en general. Para los emprendedores que deseen incursionar en este medio, deben de tomar ciertas medidas para encontrar competencia en el mercado.</p>
	<p>Existen empresas que constituyen una competencia directa. Por lo que para que este modelo de negocio sea competitivo estaremos innovando constantemente, lo que implica inversión en publicidad y estrategias que contrarresten el efecto de la</p>



<p><b><i>Rivalidad entre competidores</i></b></p>	<p>competencia, adicional a esto, incluiremos valores agregados que nos diferencien de la competencia y nos convierta en preferencia del mercado, como la inclusión de materiales reciclables, acompañamiento durante todo el proceso que implica desde el inicio de la organización y la finalización satisfactoria del mismo.</p>
---	---

## V. Marketing Mix

### ***Estrategias de producto para clientes***

Núcleo: Al ser un espacio independiente que nace de la idea de otorgar visibilidad a la ilustración y las artes gráficas, este servicio es apto para aquellos que desean tanto aprender y mejorar sus capacidades artísticas.

Calidad: Se pretende identificar y analizar a nuestros primeros clientes, desde el servicio al cliente que se otorgará de manera digital, hasta el momento en que las clases se den; esto con la idea de ver si su necesidad está siendo satisfecha y que aspectos se pueden llegar a mejorar desde nuestros servidores, todo esto para generar un impacto que consiga obtener fidelidad y lealtad.

Envase: No poseemos un envase como tal.

Diseño: Al tratarse de una página web y redes sociales a través del cual se difundirá nuestro negocio, buscamos que se vea atractivo, interactivo, creativo y fiel a su idea.

Utilizando una gama de colores amplias y una tipografía legible. A un gran rango de personas con la intención de ser posiblemente amplió en el mercado.

Servicio: Ser diferentes para atraer clientes a nuestro servicio. Con carácter y divertidos.



*Portafolio*

<b>Rol</b>	<b>Tú primera tarjeta (Plan básico)</b>	<b>Estilo de vida</b>	<b>Privilegios Exclusivos</b>
<b>Dónde juego</b>	Davivienda Mastercard Jóven American Express AV villas Bancolombia	Davivienda Mastercard Jóven American Express AV villas Bancolombia	Davivienda Mastercard Jóven American Express AV villas Bancolombia
<b>Cuál es el juego</b>	Un mes gratis para ver las vídeo clases, material de estudio y tres cursos online gratis.	2x1, la segunda persona puede acceder a dos cursos online gratis a los tres meses, materiales, cinco cursos de elección. Y merchandising.	Un mes gratis, materiales, acceder a cursos online por tres meses, exposición de sus trabajos en nuestras galerías, merchadesign y financiación de un proyecto.
<b>Edades</b>	(18-25 años)	(26-32 años)	(+35)

*Estrategia de precios*

Fijación de precio basada en la competencia:

Casa Tinta (Bogotá): 4'000.000 semestre (febrero a junio)

**COSTOS DE PRODUCCIÓN**

Costos de mantenimiento      \$350.000



Costos pago de profesionales \$790.000

Costo unitario de CIF (Costos indirectos de fabricación) \$560.000

Total 1'700.000

### ***Estrategia de distribución***

Crear contenido que sea lo suficientemente único como para ganar la atención de los presuntos interesados (target), mediante publicaciones de Facebook, Instagram y Twitter, también hacen parte los videos, las infografías y los contenidos interactivos. El objetivo es ser un “buen invitado” en casa ajena, así que el contenido se debe de ajustar a la mentalidad y las necesidades de nuestra audiencia.

Los formatos de contenido deben coincidir con las historias y los canales sociales. Después de alinear la historia a los gustos del público y las características de cada red social, se debe de asegurar de utilizar formatos de contenido pagado para que hagan match.

### ***Estrategia de comunicación***

Junto a un modelo de venta básico, Premium y Gold, y a través de plataformas E-learning (Electronic learning) se ofrecerá este servicio por medios digitales para mayor facilidad hacia nuestro público al alcance de un clic. Aprovechando de paso el modelo de venta por internet, para poder promocionar “La casa del árbol”, adjuntando nuestra página web, contenido vario de ilustraciones, acompañada de nuestra categoría jóvenes, jóvenes adultos y adultos.



## CREACION DE EMPRESAS II – MODELOS DE INNOVACIÓN 50101

Estrategia	Objetivo Smart	Cómo	Quien	Cuando	Donde	Valor
Producto	Aumentar la visualización de nuestro contenido web	Publicidad pagada en sitios de alto flujo	Facebook, Instagram	Inmediatamente y un plazo mínimo a tres meses antes de empezar el curso	La plataforma Wix.	\$180.000
Precio	Descuento del 30% si una persona invita a otra a unirse a la “Casa del árbol”	Publicidad	Facebook, Instagram	Inmediatamente y un plazo mínimo a tres meses antes de empezar el curso	La plataforma Wix.	\$380.000
Promoción y comunicación	Para el primer trimestre del 2021 habrá promoción el 2x1	Publicidad pagada en sitios de alto flujo	Facebook, Instagram	Inmediatamente y un plazo mínimo a tres meses antes de empezar el curso	La plataforma Wix.	\$180.000
Distribución	Adquirir nuevos usuarios y audiencia	Publicidad pagada en sitios de alto flujo	Facebook, Instagram	Inmediatamente y un plazo mínimo a tres meses antes de empezar el curso	La plataforma Wix.	\$400.000



## VI. Matriz de desarrollo de marca

## NOMBRE DE LA IDEA: LA CASA DEL ÁRBOL

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
<b>Primer paso:</b> Diagnóstico del mercado	a) Identificación del sector	a) Ilustración - creatividad- educación - Artes y oficio
	b) Identificar marcas en competencia	b) Casatinta, TAG , Fundación Liebre Lunar, Escuela de Arte Talentos
	c) Soluciones principales y alternativas	c) Talleres, exposiciones, encuentros
	d) Tendencias del mercado	d) Ilustración 3D, Narración ilustrativa, Ilustración digital como tradicional
	e) Arquetipo de la marca	e) Creador, Mago, Rebelde, Explorador
<b>Segundo paso:</b> Realidad Psicológica de la Marca	a) Percepción de las marcas de la competencia	a) Creativos e Innovadores
	b) Identificar variables del neuromarketing	b) Hogareño

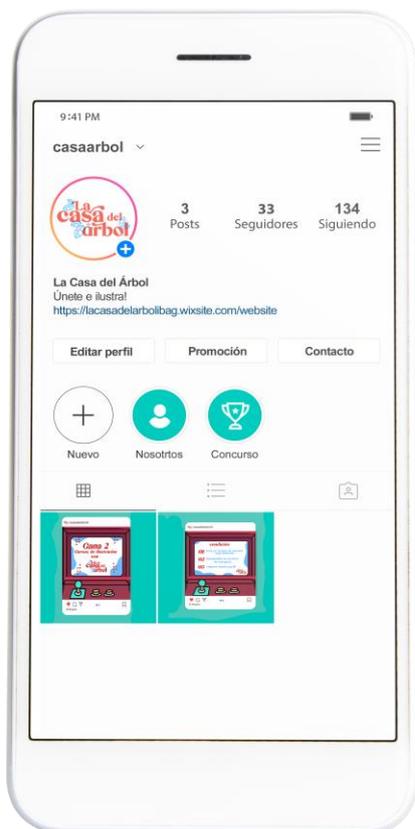
<b>Tercer paso:</b> Posicionamiento	a) Identificar Top of mind	a) Casatinta
	b) Identificar Top of heart	b) Inspiración y diversión
<b>Cuarto paso:</b> Realidad Material de la Marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Juvenil, pintoresco, creativo, diseño, innovador, promotores y alternativo.
<b>Quinto paso:</b> Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales	Marketing Digital

*Logo de la marca*



## VII. Marketing digital y Estrategias de Marketing Digital

Link: <https://lacasadelarbolibag.wixsite.com/website>



## ¡SÍGUENOS EN REDES Y PARTICIPA EN NUESTROS CONCURSOS!



[CONOCE NUESTROS SERVICIOS](#)

### VIII. Métricas clave

CAC (Customer acquisition cost): \$520.000

Teniendo en cuenta desde la publicidad por Facebook como la membresía anual.

$$\$520.000 = 500 / 10$$

LVT: \$65.000 mensualmente por la membresía.

**IX. Localización del proyecto**

<b>Tipo de Activo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Requisitos técnicos</b>
<b>Adecuaciones</b>	Plataformas completamente accesibles, flujo directa y sin interrupción.	35	\$1'700.000	
<b>Maquinaria y equipo</b>	Maestros en línea	7	\$790.000	
<b>Equipo de comunicación y computación</b>	Mantenimiento de la página y sus redes	3	\$350.000	Actualizaciones durante cada semestre
<b>Muebles y enseres</b>				
<b>Otros</b>	Muestra de obras en galería de la Casa del Árbol	35	\$1.000.000	Observación de cómo se realizará la presentación
<b>Gastos operativos</b>	Traslado de obras en Ibagué	2	\$130.000	



**PLANOS DE LA GALERÍA DE LA CASA DEL ÁRBOL**

**X. Ingeniería del proyecto**

<b>Bien/Servicio:</b> Servicio
<b>Unidades a producir:</b> Una galería

<b>Actividad del proceso</b>	<b>Tiempo estimado de realización</b>	<b>Cargos de participación en la actividad</b>	<b>Número de personas que intervienen por cargo</b>	<b>Equipos y maquinas que se utilizan</b>
<b>Actividad 1</b>	4 horas	4 horas	100	Solamente el transporte para las obras

<b>Total</b>	\$2'300.000	\$1'200.000	\$790.000	\$130.000
--------------	-------------	-------------	-----------	-----------

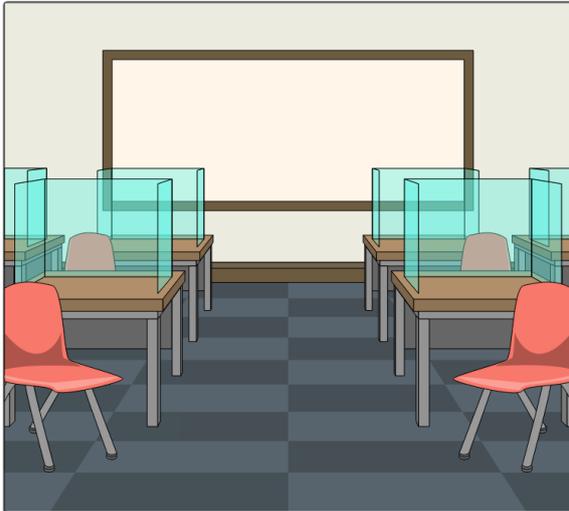
**XI. Ficha técnica**

	LA CASA DEL ÁRBOL		
	CODIGO	VERSIÓN	FECHA
<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>			
<b>A. NOMBRE DEL PRODUCTO ( Defina el nombre tecnico del producto)</b>			
<p>"La casa del árbol" es un espacio independiente que nace de la idea de otorgar visibilidad a la ilustración y las artes gráficas, siendo estas disciplinas, su enfoque para generar un aprendizaje y desarrollo de habilidades creativas, así mismo, será un lugar de referencia y un epicentro visual de la región del Tolima para otorgar una plataforma a un público nicho en concreto.</p>			
<b>B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE</b>			
<p>"La casa del árbol" es un espacio independiente que nace de la idea de otorgar visibilidad a la ilustración y las artes gráficas, siendo estas disciplinas, su enfoque para generar un aprendizaje y desarrollo de habilidades creativas, así mismo, será un lugar de referencia y un epicentro visual de la región del Tolima para otorgar una plataforma a un público nicho en concreto.</p>			
<b>C. PRESENTACIONES COMERCIALES</b>			
<p>Mediante plataformas virtuales como una página web, YouTube, redes sociales (Instagram, Facebook) donde nos encontraremos activos dentro de estos servicios dando esencialmente con la capacidad de comunicarnos y hacerlo con las características propias del medio, es decir, de forma flexible e interactiva entre usuarios. Trayendo oportunidades no solo para quienes quieren aprender, sino también aquellas que desean fortalecer una habilidad artística y alcanzar resultados mayores.</p>			
<b>D. TIPO DE ENVASE</b>			
No posee un envase.			
<b>E. MATERIAL DE ENVASE</b>			
<b>F. CONDICIONES DE CONSERVACION</b>			

	LA CASA DEL ÁRBOL		
	CODIGO	VERSIÓN	FECHA
<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>			
<b>G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)</b>			
<b>H. VIDA UTIL ESTIMADA</b>			
A largo plazo.			
<b>I. PORCION RECOMENDADA</b>			
<b>J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO</b>			
<b>K. GRUPO POBLACIONAL</b>			
Personas que pertenecen al departamento del Tolima, Colombia. 			

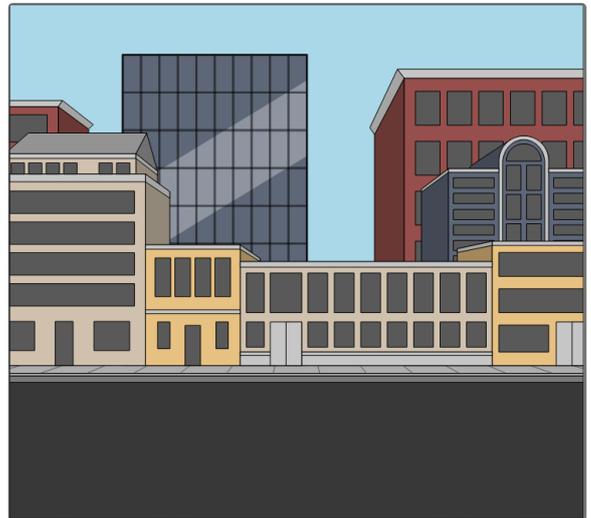
**XII. Lanzamiento del producto**

**¿Que problema estas tratando de resolver?**



**En el Tolima la carencia del apoyo en las bellas artes es precaria, por ello mediante “La casa del árbol”, aquel espaciodesignado para aquellos interesados en aprender o reforzar sus habilidades**

**¿Quién es tu público objetivo?**



**Teniendo en cuenta su ubicación en el departamento del Tolima, Ibagué. Quiere incentivar a personas desde los 11 a los 25 años de edad. Interesados en la ilustración.**

**¿Cómo resolverás este problema?**



**Nace la idea de “La casa del árbol” es un espacio independiente que nace de la idea de otorgar visibilidad a la ilustración y las artes gráficas**

**Cuál es el primer paso?**



**Comenzando desde la parte digital, promocionando la escuela mediante los medios de comunicación de internet y llevar a cabo todo desde la comodidad del público.**



### XIII. Bibliografía

Hotmart, 2020. ¿Cómo funciona un aula virtual? <https://blog.hotmart.com/es/aula-virtual/>

Alfonso Prim, 2015. 5 Ejemplos y 3 Claves para Diseñar la Propuesta de Valor de tu empresa <https://innokabi.com/lienzo-de-propuesta-de-valor-early-adopters-innokabi/#:~:text=Por%20tanto%2C%20una%20buena%20propuesta.y%20no%20a%20tu%20competencia>

Juan Merodio, 2015. BASES Y EJEMPLOS DE NEGOCIOS ONLINE SOSTENIBLES <https://www.juanmerodio.com/negocios-online-sostenibles/>

Patricia Peñalver, 2016. Marketing relacional <https://www.waremarketing.com/es/blog/marketing-relacional-como-generar-relaciones-rentables-con-tus-clientes.html>

Marta Ganduxé, 2018. ¿Qué es el e-learning? <https://elearningactual.com/e-learning-significado/>

Business Revista Digital, 2014, MODELOS DE NEGOCIOS EN INTERNET BASADOS EN LA PUBLICIDAD <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/marketing-digital/negocios-en-internet-publicidad/>

Ernesto Silva, 2009, Implicaciones y beneficios de la reducción de materiales. <http://www.packaging.enfasis.com/articulos/14216-implicaciones-y-beneficios-la-reduccion-materiales->

Karen Tavera, 2019. Distribución en redes sociales dentro de una estrategia de content marketing. <https://blog.ciento.mx/distribucion-en-redes-sociales-estrategia-content-marketing>