

**Corporación de asesorías para potencializar y fortalecer el desarrollo de
emprendimientos en el departamento del Tolima**

Laura Andrea Guauque Quimbayo

Ana María leal Muñoz

Docente:

José Mauricio Miguez Giraldo

Corporación unificada nacional de educación superior regional Tolima

Creación de empresa 1

Código de clase 50101

Noviembre 2020

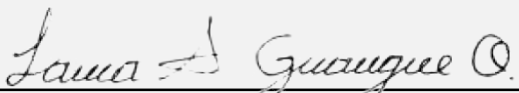
Compromisos de autor

Yo **Laura Andrea Guauque Quimbayo**

identificada con C.C **1.110.584.663** estudiante del programa Técnico en procesos administrativos 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.



Laura Andrea Guauque Quimbayo

C.C 1.110.584.663

Yo **Ana María Leal Muñoz** identificada con C.C **1.110.584.663** estudiante del programa Técnico en procesos administrativos 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.



Ana María Leal Muñoz

C.C 1.106.484.070

Contenido

Introducción.....	8
Objetivo General.....	9
Objetivos específicos	9
1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio	10
1.1 Objetivos de desarrollo sostenible	11
1.2 Teoría de valor compartido	12
1.3 Análisis del sector económico	13
1.3.1 Político	13
1.3.2 Económico.....	14
1.3.3 Social.....	15
1.3.4 Tecnológico	16
1.3.5 Ecológico.....	16
1.3.6 Legal	18
1.4 Análisis FODA	19
1.4.1 Cruce DOFA.....	22
2. Identificación del problema, reto, necesidad u oportunidad.	23
2.1 Árbol de problemas.....	25
2.2 Pregunta problema	26

2.3	Árbol de objetivos.....	26
3.	Descripción de la idea de negocio.....	26
3.1	Autoevaluación de la idea de negocio	27
3.2	Estructuración de la idea de negocio	28
3.3	Idea de negocio estructurada.....	30
4.	Estrategias de innovación	31
4.1	Competencia.....	32
4.2	Conclusión.....	33
4.3	Idea.....	33
5.	Fuerzas de la industria	34
5.1	Contextualización de la empresa:	34
5.2	Análisis de la demanda	34
5.3	Análisis de la oferta	37
5.4	Análisis de la comercialización	40
5.4.1	Cartera de servicios y descripción.....	40
5.5	Análisis de los proveedores.....	42
5.5.1	Posibles proveedores.....	44
6.	Segmentación del mercado	46
6.1	Bondades del servicio	46
6.2	Buyer persona.....	47

6.3	Segmentación.....	52
7.	Propuesta de valor	52
8.	Diseño del servicio	53
8.1	Diseño del concepto.....	53
8.1.1	Diseño Proveedor	55
8.2	Diseño en detalle.....	56
8.2.1	Canales para la distribución del servicio.	57
8.2.2	Costos de producción y precio de venta	57
8.3	Indicadores de calidad.....	58
8.4	Producción.....	59
8.4.1	Ficha técnica del servicio	60
8.4.2	Fase en la que se encuentra el servicio	61
9.	Prototipo	61
9.1	Características del servicio	61
9.2	Características del prototipo	61
9.3	Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo	61
10.	Running lean	63
11.	Validación de la idea de negocio	63
12.	Objetivos de investigación.....	64
12.1	Objetivo general.....	64

12.2	Objetivos específicos.....	64
13.	Tipo de investigación	64
14.	Formulario encuesta	64
15.	Tamaño de la muestra.....	68
16.	Tabulación y análisis de la información	68
18.	Resumen ejecutivo	77
19.	Claves para el éxito	78
	Referencias	79
	Figura 1. Identificación del reto, oportunidad y necesidad	10
	Figura 2. Teoría de valor compartido planteada.....	12
	Figura 3. Análisis FODA	20
	Figura 4. Estrategias de la matriz DOFA	22
	Figura 5. Árbol de problemas.	25
	Figura 6. Árbol de objetivos.....	26
	Figura 7. Lluvia de ideas.	27
	Figura 8. Idea de negocio estructurada	30
	Figura 9. Análisis de los proveedores	43
	Figura 10. Posibles clientes	47
	Figura 11. Principales valores de los clientes.....	49
	Figura 12. Segmentación.....	52
	Figura 13. Propuesta de valor.....	52

Figura 14. Diseño en detalle.....	56
Figura 15. Cadena de distribución.....	57
Figura 16. Indicadores de calidad.....	58
Figura 17. Brochure del servicio.....	59
Figura 18. Prototipo Storyboard.....	62
Figura 19. Modelo running lean.....	63
Figura 20. Formulario de la encuesta.....	64
Figura 21. Sexo.....	69
Figura 22. Rango de edad.....	69
Figura 23. Lugar de residencia.....	70
Figura 24. Ocupación actual.....	70
Figura 25. Soñaste con crear tu propia idea de negocio.....	71
Figura 26. Importancia de desarrollar una idea de negocio.....	72
Figura 27. Intento de crear emprendimiento.....	72
Figura 28. Barreras para crear un emprendimiento.....	73
Figura 29. Conocimiento sobre las ayudas del estado.....	73
Figura 30. Conocimiento sobre proceso y trámites legales.....	74
Figura 31. Creación de una corporación para brindar apoyo y gestión.....	75
Tabla 1. Normas ambientales colombianas aplicables al desarrollo del proyecto.....	16

Tabla 2. Normas legales colombianas aplicables al desarrollo del proyecto	18
Tabla 3. Identificación del reto, oportunidad o necesidad más conveniente.....	23
Tabla 4. Autoevaluación de la idea de negocio.....	27
Tabla 5. Estructuración de la idea de negocio.....	29
Tabla 6. Análisis de la competencia	32
Tabla 7. Competencia	38
Tabla 8. Cartera de servicios	41
Tabla 9. Posibles Proveedores	44
Tabla 10. Bondades del servicio	46
Tabla 11. Describe como las bondades se ajustan al cliente	50
Tabla 12. Descripción de los materiales requeridos	53
Tabla 13. Detalle de los proveedores.....	55
Tabla 14. Costos de producción y valor de venta.....	57
Tabla 15. Ficha técnica	60

Introducción

El presente trabajo se elaboró a partir de las necesidades que se destacan en algunos municipios del Tolima, donde el crecimiento económico es muy bajo. El aprovechamiento de los recursos culturales y su identidad no han sido explotados y apropiados de una manera correcta, dado a que muchos emprendimientos son realizados empíricamente y no están legalizados ni gestionados para recibir ayudas que beneficien su crecimiento.

A partir de esa necesidad tan latente que encontramos, nace nuestra idea de realizar un emprendimiento que nos beneficie a nosotros, pero que también tenga una labor social, que permita organizar y direccionar a muchas personas que desean realizar una libertad económica, que desean ser fuente de empleo, que quieren resaltar esa cultura y lo propio de cada región que los caracteriza.

CORPOFUNDAR es una corporación que busca personas, que tengan unas metas claras, ideas precisas y mucha energía para desarrollar, implementar y ejecutar su emprendimiento. Esta corporación cuenta con un personal altamente calificado en cada uno de los aspectos legales, constitucionales y jurídicos que permiten brindar una asesoría de inicio a fin en todo el desarrollo y financiación que se necesite para un emprendimiento, además de ser gestor e intermediario entre los entes gubernamentales y el emprendedor en todos los beneficios económicos y tributarios que estos ofrecen.

Ofrece en su portafolio de servicios un acompañamiento permanente a través de la incorporación en su plataforma digital al emprendimiento, permitiendo la digitalización de este, maximizando la productividad, captación de nuevos clientes, reduciendo los costos y optimizando los recursos.

Objetivo General

Conocer la viabilidad y rentabilidad de una idea de negocio que nos permita reactivar la economía de los municipios del departamento del Tolima, conservando las tradiciones culturales.

Objetivos específicos

- ✚ Identificar la necesidad, retos y oportunidades de las personas en el Tolima
- ✚ Realizar un estudio de mercado.
- ✚ Generar estrategias de valor que nos permita diferenciarnos de la competencia.
- ✚ Realizar un diagnóstico técnico y operativo del servicio que se ofrece.

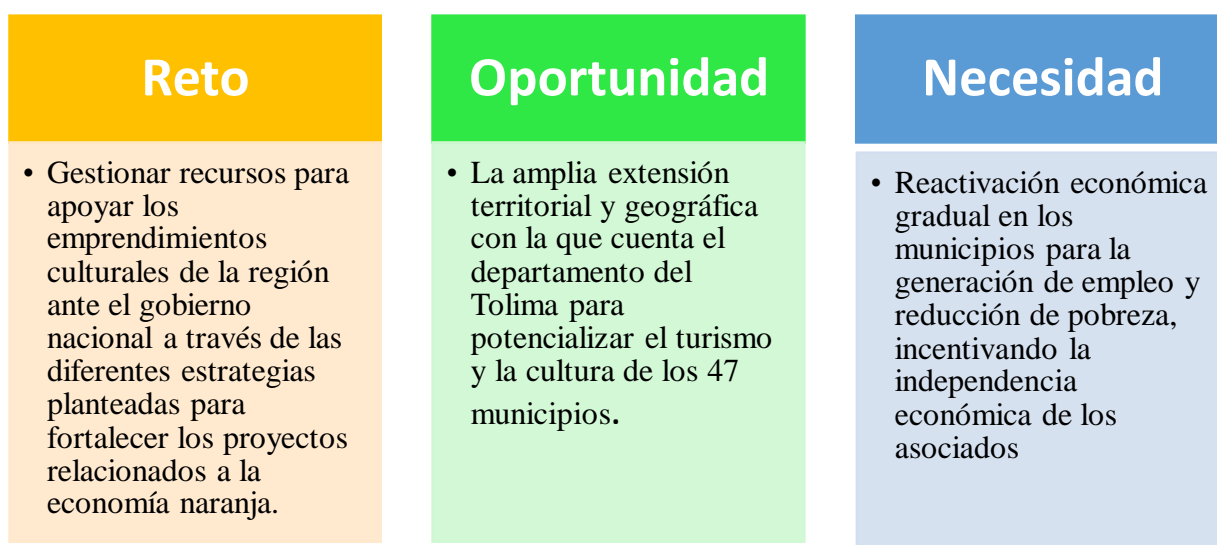
1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

El departamento del Tolima tiene una extensión territorial de 23.562 Km², se encuentra ubicado en el centro del país, está conformado por 47 municipios en donde podemos encontrar diversos atractivos turísticos, variedad de culturas y climas, cuenta con aproximadamente 1.427.427 habitantes. (Gobernación del Tolima , 2020)

Según el informe del censo nacional de población y vivienda 2018 emitido por el DANE el 71% de la población se encuentra ubicada en las cabeceras municipales y el 29% en las zonas rurales, lo que significa que las personas de las zonas alejadas tienen pocas oportunidades para encontrar un empleo digno. (Departamento Nacional de Población , 2018)

Teniendo todo esto en cuenta a continuación generamos un reto, oportunidad y necesidad que estamos afrontando actualmente en todo el departamento del Tolima.

Figura 1. Identificación del reto, oportunidad y necesidad



1.1 Objetivos de desarrollo sostenible

Los objetivos de desarrollo sostenibles son establecidos a nivel mundial con el propósito de proteger el planeta, erradicar la pobreza, reducir la desigualdad, incentivar la producción y el consumo responsable. (Naciones unidas)

A partir de los problemas planteados anteriormente haremos énfasis en los siguientes objetivos:

- **Trabajo decente y crecimiento económico (8)**

Según el informe técnico expedido por el DANE, para el año 2019 el departamento del Tolima se ubicaba en el primer lugar a nivel nacional con una tasa de desempleo del 15,3%, al reactivarse la economía se generaría empleo decente para todos, por ende, las personas podrán satisfacer sus necesidades básicas mejorando su calidad de vida, lo que contribuye significativamente a la disminución de la pobreza.

- **Producción y consumo responsable (12)**

Promover prácticas que contribuyan al mejoramiento de los efectos ambientales, y desarrollar una cultura ambiental para que las personas lleven estilos de vida sostenibles, por lo que se hace necesario hacer uso de materias que sean amigables con el medio ambiente.

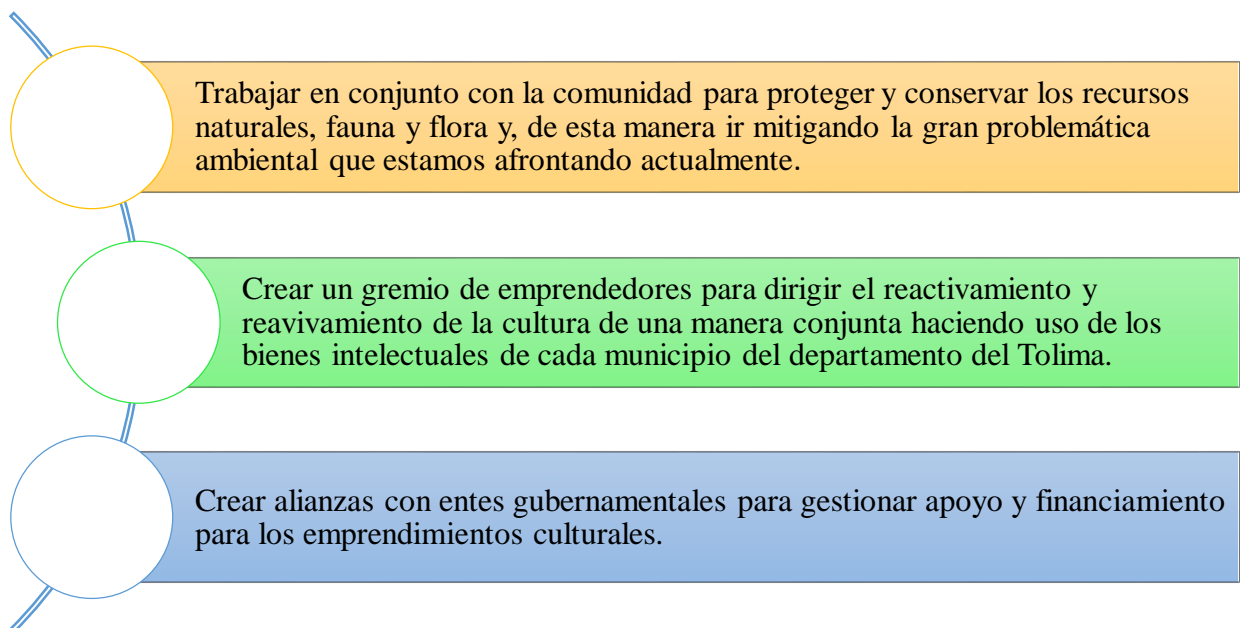
- **Vida de ecosistemas terrestres (15)**

Actualmente estamos afrontando una gran problemática con el cambio climático por lo que es de suma importancia el cuidado y protección de los ríos, fauna, flora y reforestación de zonas que han sido afectadas por el hombre, debido a esto es de suma importancia crear conciencia en la comunidad y visitantes.

1.2 Teoría de valor compartido

Luego de haber identificado las necesidades, oportunidades o retos que afrontamos en el departamento del Tolima, pasaremos a establecer soluciones de cómo abordarlos a través de la teoría del valor compartido.

Figura 2. Teoría de valor compartido planteada



1.3 Análisis del sector económico

1.3.1 Político

- ✚ Dentro del plan de desarrollo Nacional 2018-2022 se establecen diferentes estrategias de apoyo para fortalecer los emprendimientos del país, a través de programas impartidos por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MinCIT) y el Ministerio de Trabajo (MinTrabajo), en conjunto con el SENA y el Departamento Nacional de planeación (DNP), quienes serán los encargados de realizar acompañamiento a los emprendedores que tienen gran potencial de crecimiento. (Departamento Nacional de planeación, 2019, pág. 161)
- ✚ El gobierno nacional junto al Consejo Nacional de Economía Naranja (CNEN) establecen el mecanismo de financiación para promover los emprendimientos innovadores pertenecientes a la economía naranja, la cual se puede obtener por medio de la Financiera de Desarrollo Territorial (Findeter), el Banco de Comercio Exterior (Bancóldex) o del sector privado según el emprendimiento. (Departamento Nacional de planeación, 2019, pág. 750)
- ✚ El gobierno nacional con el apoyo del Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MinCIT) y ProColombia generan estrategias para promover la distribución, comercialización y la exportación de los productos de economía naranja. (Departamento Nacional de planeación, 2019, pág. 754)

✚ Según el índice de percepción de la corrupción realizado por la ONG Transparencia Internacional, Colombia para el año 2019 aumento su corrupción ubicándose en el puesto 96 de 180 países. (Transparencia Internacional , 2019)

1.3.2 Económico

✚ El producto interno bruto (PIB) del país para el segundo trimestre del 2020 decrece significativamente un 15,7% en relación al periodo del 2019, debido al cambio económico generado por el covid-19. (Departamento Nacional de Planeación, 2020)

✚ El año 2019, el Tolima se ubicó entre los departamentos con un alto nivel de desempleo alcanzando una tasa del 15,3%. (Departamento Nacional de Planeación , 2019)

✚ Durante el mes de agosto del 2020 el índice de precios del consumidor (IPC) presentó una variación del -0,01% con respecto al mes de julio de 2020. (Departamento Nacional de Planeación , 2020)

✚ Una de las entidades que puede financiar el proyecto es Fondo Emprender, el cual es un fondo adscrito al SENA y fue creado por el gobierno nacional para apoyar e incentivar el desarrollo de proyectos empresariales creados por aprendices, universitarios, profesionales. (Fondo Emprender , s.f.)

✚ En lo que va del 2020, el peso colombiano se ha desvalorizado un 10,89% ubicándose en el cuarto lugar de las monedas latinas más devaluadas, a causa de la emergencia sanitaria que estamos afrontando actualmente covid-19 lo que ha generado la caída de los mercados y el precio del petróleo. (La república, 2020)

1.3.3 Social

✚ El departamento del Tolima está conformado por 47 municipios, cuenta con una extensión territorial de 23.562 km² y con aproximadamente 1.427.427 habitantes. (Mincomercio, 2020)

✚ De acuerdo con el censo nacional de población y vivienda (2020) el departamento del Tolima cuenta con una población de 1.339.998 habitantes, de las cuales 676.820 (50,5%) son mujeres y 663.178 (49,5%) son hombres, de tal forma que el 68,60% se encuentran ubicadas en las cabeceras municipales y el 31,40% en las zonas rurales. (Terridata , 2020)

✚ Según el reporte emitido por el DANE en el censo nacional de población y vivienda la mayor parte de la población la conforman personas entre los 15 y 59 años de edad con una participación del 61,4%, seguido encontramos personas entre los 0 y 14 años ocupando un 22,0% y por ultimo tenemos las personas mayores de 59 años representando el 16,6%. (Departamento Nacional de Población , 2018)

- ✚ La gobernación del Tolima a través de Indeportes crean diferentes programas para promover y apoyar la actividad física y hábitos saludables en todo el departamento. (Gobernación del Tolima, 2015)

1.3.4 Tecnológico

- ✚ En la actualidad la gestión tecnológica es de gran importancia para las empresas debido a que permite incrementar la eficiencia de cada uno de los procesos de la organización, haciéndolas más competitivas y disminuyendo costos. (Perozo & Nava , pág. 502)
- ✚ MiPyme es un programa creado por el ministerio TIC con el objetivo de que estos emprendimientos implementen la tecnología en cada uno de sus procesos como una estrategia para hacer crecer sus negocios. (MinTic, 2020)
- ✚ El ministerio de las tecnologías de la información y las comunicaciones reportaron que actualmente Colombia cuenta con 24,4 millones de conexiones a internet. (MinTic, 2020)

1.3.5 Ecológico

Dado que la legislación colombiana es muy extensa en el tema ambiental, a continuación, citaremos algunas normas que nos regulan.

Tabla 1. Normas ambientales colombianas aplicables al desarrollo del proyecto

Normatividad	Objeto
Ley 23 de 1973	Tiene como objeto prevenir y controlar la contaminación del medio ambiente y buscar el mejoramiento, conservación y restauración de los recursos naturales renovables, para defender la salud y el bienestar de todos los habitantes del Territorio Nacional. (Ley 23, 1973)
Ley 09 de 1979	Por la cual se dictan Medidas Sanitarias, en donde se establece las normas para preservar, restaurar y mejorar las condiciones necesarias para asegurar el bienestar y la salud de las personas. (Ley 09, 1979)
Ley 140 de 1994	Objeto mejorar la calidad de vida de los habitantes del país, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la Publicidad Exterior Visual. (Ley 140, 1994)
Ley 1931 del 2018	La cual establece directrices para la gestión del cambio climático de las personas públicas y privadas. (Ley 1931, 2018)

Decreto 2811 de 1974	tiene como objeto preservar, restaurar y conservar los recursos naturales renovables y protección al medio ambiente. (Decreto 2811, 1974)
-----------------------------	---

1.3.6 Legal

Debido a que la legislación colombiana es muy amplia, a continuación, citaremos algunas reglamentaciones que nos acogen y nos rigen con el objetivo de evitar sanciones, multas, entre otros.

Tabla 2. Normas legales colombianas aplicables al desarrollo del proyecto

Normatividad	Objeto
Ley 527 de 1999	“Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones”. (Ley 527, 1999)
Ley Estatutaria 1581 de 2012	“Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales”. (Ley estatutaria 1581, 2012)
Ley 1480 de 2011	“Tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos”. (Ley 1480, 2011)

Decreto 1072 de 2015	“por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo” (Decreto 1072 , 2015)
Ley 1429 de 2010	“Formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse”. (Ley 1429, 2010)
Decreto 489 de 2013	“Por el cual se reglamenta el otorgamiento de Garantías, ofreciendo un descuento en el valor de las comisiones, dirigidas a empresas creadas por jóvenes menores de 28 años” (Decreto 489, 2013)
Ley 1780 de 2016	“Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones”. (Ley 1970, 2016)

1.4 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que nos permite analizar tanto la situación interna (fortalezas y debilidades) como externa (oportunidades y amenazas) de la organización, con el objetivo de brindarnos un apoyo para determinar estrategias que nos permitan ser competitivos.

Figura 3. Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none">1. La implementación de la gestión tecnológica.2. Personal capacitado.3. Catálogo de productos y servicios.4. Enfoque en diferentes sectores económicos.5. Eficiencia y eficacia en los procesos.6. Trabajo coordinado con entidades del estado.7. Gestión, apoyo y tecnificación para los emprendedores pertenecientes a los diferentes sectores económicos.8. Compromiso y responsabilidad social.	<ol style="list-style-type: none">1. Poca experiencia y reconocimiento en el mercado.2. Presupuesto limitado.

Oportunidades

1. Respaldo del Gobierno nacional en conjunto con entidades del estado a través de diferentes programas que benefician los emprendimientos regionales.
2. El gobierno Nacional establece mecanismos para financiar los emprendimientos pertenecientes a la economía Naranja.
3. los diferentes apoyos que brinda el gobierno para la distribución, comercialización y exportación de productos pertenecientes a la economía Naranja.
4. Apoyo y financiación por parte de entidades como Fondo Emprender.
5. La amplia extensión territorial y geográfica con la que cuenta el departamento del Tolima.
6. La distribución de la población en la zona rural.
7. Apoyo por parte del ministerio TIC a través del programa Mi Pyme para que los emprendimientos implementen la tecnología en los procesos.
8. El aumento de la conectividad en el país.

Amenazas

1. El aumento de la corrupción en el país
2. Los problemas del conflicto armado y los grupos al margen de la ley.
3. la disminución significativa del PIB como consecuencia del Covid-19.
4. Futuras emergencias sanitarias y biológicas.
5. El alto nivel de desempleo presente en el departamento del Tolima.
6. La variación del índice de precios al consumidor (IPC).
7. La devaluación de las divisas.
8. Cambios en la reglamentación legal.

1.4.1 Cruce DOFA

Después de realizado el análisis DOFA procedemos a describir las estrategias para utilizar las fortalezas y superar las debilidades con el objetivo de aprovechar los factores externos y mitigar las amenazas.

Figura 4. Estrategias de la matriz DOFA

ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<p>F4,F7,F8 - O1,O2,O3,O4: Brindar un respaldo legal para que los emprendedores tengan la oportunidad de acceder a los apoyos y recursos financieros que ofrece el gobierno nacional a los proyectos culturales.</p>	<p>D1 - O5, O6, O7, O8: Darnos a conocer a través de Social Media marketing o marketing en redes sociales y visitando cada uno de los municipios del departamento.</p>
<p>F2, F3, F5, F6 - O5, O6: Ofrecer a los emprendedores un amplio catálogo de servicios en pro del crecimiento económico de la región llegando a los municipios con menos oportunidades.</p>	<p>D2 - O4: Gestionar recursos ante entidades del estado como Fondo Emprender o con entidades bancarias.</p>
ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<p>F6, F8, A1, A2: Trabajaremos en conjunto con entidades públicas y tomaremos el rol de ser mediadores, veedores y gestores de los</p>	<p>A1, O2: Fortalecernos con un equipo de trabajo íntegro que esté dispuesto a luchar</p>

recursos públicos destinados al apoyo y financiación de emprendimientos culturales.	contra la corrupción en pro de beneficiar las comunidades.
F4,F3,F2,F1,F5,F7,F8 - A3, A5: Fomentar la creación de proyectos empresariales culturales brindando apoyo mediante capacitaciones y gestionando recursos para apoyar los emprendimientos culturales de la región con el objetivo de reactivar la economía y generar nuevas fuentes de empleo decente para todos.	

2. Identificación del problema, reto, necesidad u oportunidad.

El siguiente esquema lo utilizamos para identificar que reto, necesidad u oportunidad nos conviene más trabajar para el desarrollo del proyecto.

Tabla 3. Identificación del reto, oportunidad o necesidad más conveniente.

	Reto	Oportunidad	Necesidad
Criterio	Gestionar recursos para apoyar los emprendimientos culturales de la región.	potencializar el turismo y la cultura.	Reactivación económica gradual en los municipios para la generación de empleo.

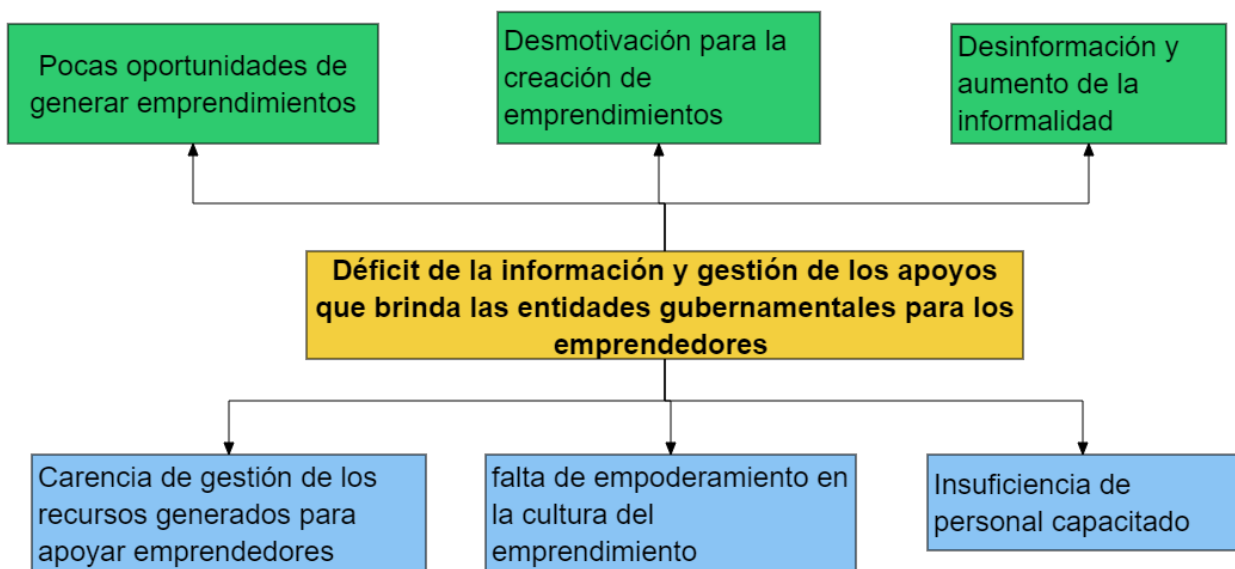
Conocimiento y experiencia	2	3	2
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	4	4	3
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a la información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	4	4	4
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	5	3	4
¿Qué tanto le llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
Total	20	19	18

Después de realizar el presente esquema llegamos a la conclusión que nos conviene trabajar en el reto de gestionar recursos para apoyar los emprendimientos culturales de la región, toda vez que las personas están dejando de un lado los proyectos culturales por falta de apoyo y financiación, lo que ha ocasionado que la región no tenga un progreso económico y la tasa de desempleo aumente.

2.1 Árbol de problemas

El árbol de problemas es una metodología que se utiliza para identificar problemas presentes en el entorno a raíz del reto que presentamos anteriormente, esto se realiza mediante una lluvia de ideas que se generaron con el apoyo de un grupo de personas oriundas del departamento del Tolima, donde identificamos las condiciones negativas entorno a la falta de información y gestión por parte de los gobiernos locales para apoyar aquellas ideas que buscan reactivar la cultura y economía de los diferentes municipios donde hay gran nivel de desempleo por la falta de oportunidades.

Figura 5. Árbol de problemas.



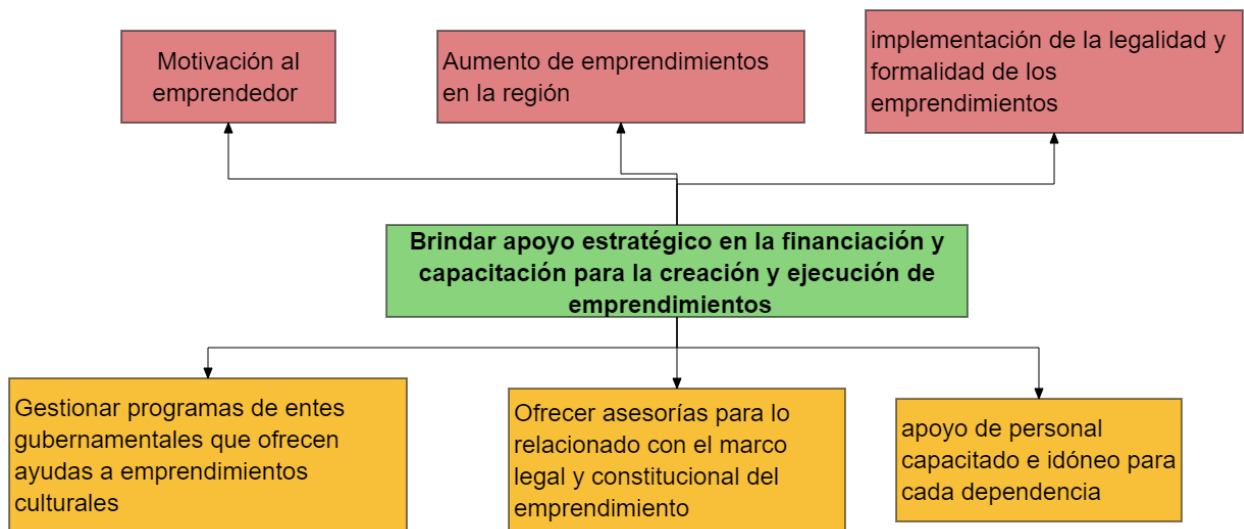
2.2 Pregunta problema

¿Por qué es difícil gestionar, crear y ejecutar emprendimientos culturales?

2.3 Árbol de objetivos

El árbol de objetivos es una herramienta que tiene como finalidad transformar en medios y fines todos aquellos aspectos negativos que surgen a raíz del problema anteriormente planteado, para crear estrategias que nos permitan tener un buen desarrollo del proyecto.

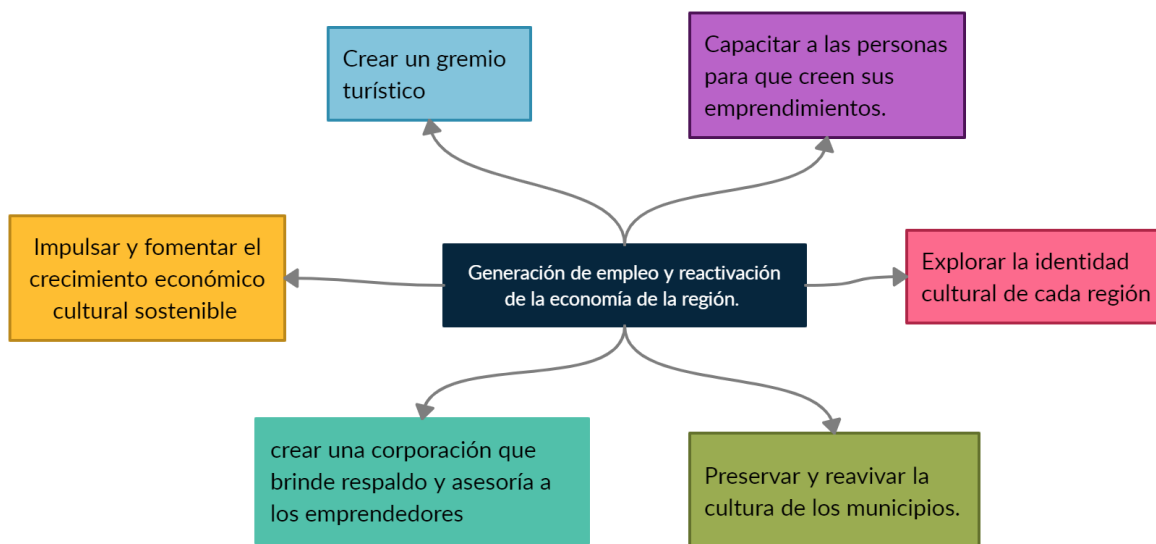
Figura 6. Árbol de objetivos.



3. Descripción de la idea de negocio

La técnica de ideación que utilizamos fue la lluvia de ideas debido a que teníamos un problema y muchas ideas con las cuales podríamos darle solución.

Figura 7. Lluvia de ideas.



3.1 Autoevaluación de la idea de negocio

A partir del reto o problema anteriormente planteado, continuamos con la autoevaluación de la idea de negocio que se realizará mediante el siguiente diagrama.

Tabla 4. Autoevaluación de la idea de negocio.

INTERES/DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido.			4		
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esa actividad.					5

Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.					5
considero que en seis (6) meses puede tener el negocio funcionando.			3		
N° TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:			1	1	2

A		B		C
0	X	1	=	0
0	X	2	=	0
1	X	3	=	3
1	X	4	=	4
2	X	5	=	10

PUNTAJE TOTAL

17

3.2 Estructuración de la idea de negocio

Teniendo en cuenta la autoevaluación realizada anteriormente continuaremos con la estructuración de la idea de negocio.

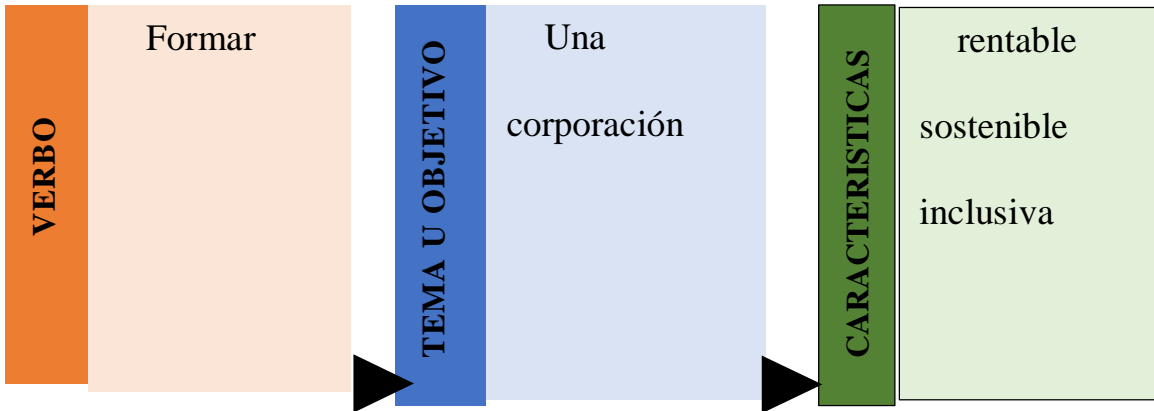
Tabla 5. Estructuración de la idea de negocio.

<p>¿Cuál es el producto y servicio?</p>	<p>Somos mediadores, veedores, gestores y administradores de los recursos públicos destinados al apoyo y financiación de emprendimientos culturales.</p>
<p>¿Quién es el cliente potencial?</p>	<p>Emprendedores con escasos recursos y turistas.</p>
<p>¿Cuál es la necesidad?</p>	<p>Falta de oportunidades, apoyo, recursos financieros y legales para que los emprendedores ejecuten sus proyectos.</p>
<p>¿Cómo funciona el producto o servicio?</p>	<p>A partir de nuestra corporación se brinda un respaldo legal para que los emprendedores tengan la oportunidad de acceder a los apoyos y recursos financieros que ofrece el gobierno nacional a los proyectos culturales.</p>
<p>¿por qué lo preferirían?</p>	<p>Porque ofrecemos a los emprendedores un amplio catálogo de servicios, legalidad, capacidad de gestión y por nuestra visión de preservar e impulsar lo cultural y nativo de cada región.</p>

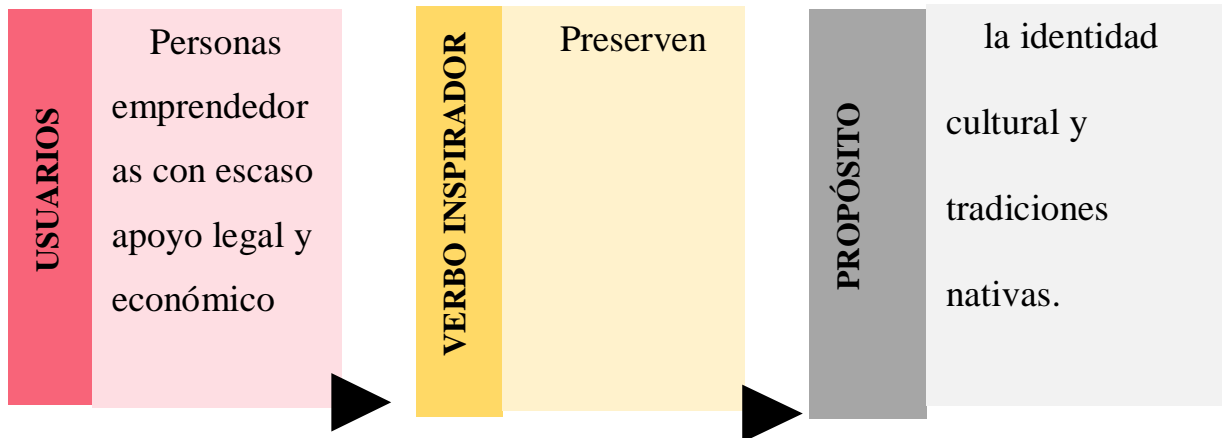
3.3 Idea de negocio estructurada

Figura 8. Idea de negocio estructurada

¿Cómo podemos...



Para que las...



4. Estrategias de innovación

A través de las estrategias de innovación podemos identificar en que nos podemos diferenciar de la competencia, a continuación, realizamos el análisis de las posibles estrategias que podríamos aplicar en el desarrollo de nuestro proyecto.

- ✚ **Alianzas:** Desarrollar alianzas con entes gubernamentales para gestionar apoyo y financiamiento para los emprendimientos culturales, gestionar ante instituciones la capacitación y certificación de nuestros usuarios, crear un gremio de emprendedores para dirigir la reactivación y reavivamiento de la cultura de una manera conjunta haciendo uso de los bienes intelectuales de cada municipio del departamento del Tolima.

- ✚ **Proceso clave:** Se creará una plataforma digital que le permitirá a los usuarios conectarse con nuestros profesionales de manera rápida desde el lugar donde se encuentren, sin necesidad de hacer filas o desplazarse.

- ✚ **Innovación en servicios:** crear un espacio agradable donde los emprendedores puedan trabajar de la mano con nuestros profesionales y así brindarles un acompañamiento durante y después de la realización del proyecto.

- ✚ **Innovación en canal y experiencia:** crear una plataforma digital y una aplicación móvil (App) las cuales funcionarán como una tienda virtual donde los usuarios tendrán la oportunidad de vender sus productos y relacionarse directamente con sus posibles clientes.

4.1 Competencia

Tabla 6. Análisis de la competencia

Empresa	Ubicación	Servicio	Diferenciador
Colombia Asesorías S.A.S	Bogotá, Colombia	Brinda servicios de consultoría, asesoría en prevención y seguridad, acompañamiento en los procesos de las empresas. (Colombia Asesorías S.A.S, 2020)	Tienen más de 20 años de experiencia y actualmente abarcan gran parte del territorio nacional, regional norte, centro, Antioquia, oriente, eje cafetero y sur occidente. (Colombia Asesorías S.A.S, 2020)
ECA Colombia	Bogotá, Colombia	Asesoría contable, jurídica, outsourcing de talento humano, elaboración e implementación de los sistemas integrados de gestión. (ECA Colombia, 2020)	empresa de servicios integrales apoyan pequeños emprendimientos y multinacionales (ECA Colombia, 2020)

4.2 Conclusión

Luego de realizar la investigación podemos observar que la competencia es muy poca, debido a que la mayoría de empresas se enfocan en las personas que de alguna u otra manera tienen los recursos, pero no el conocimiento para desarrollar su proyecto o aquellas que buscan financiamiento a través de empresas privadas, también brindan servicios por separado y no integrales como las anteriormente mencionadas, por esta razón solo tuvimos en cuenta a **ECA Colombia y Colombia Asesorías S.A.S.**

Nuestra corporación se diferencia en que nos enfocamos en rescatar la riqueza cultural y étnica de la región, brindando oportunidades a personas con escasos recursos y brindándoles un respaldo e identidad jurídica para el desarrollo de sus proyectos teniendo como aliado principal los entes gubernamentales y demás gremios.

La idea de negocio además de los aspectos anteriormente mencionados, tiene como diferenciador el canal virtual que ofrecemos para vincular a los emprendedores y ayudarlos a que se relacionen con sus clientes potenciales.

4.3 Idea

Formar una corporación rentable, sostenible e inclusiva para brindar un apoyo a todos los emprendedores culturales de la región por medio de gestiones, asesoramientos, canales y plataformas digitales para generar una conexión entre el emprendedor y el cliente.

5. Fuerzas de la industria

5.1 Contextualización de la empresa:

Nombre de la empresa	CorpoFundar
Actividad económica:	Servicios
Tamaño	Microempresa
Lugar de ubicación:	Sede principal en el municipio de Piedras, Tolima

5.2 Análisis de la demanda

El presente análisis de la demanda se realiza con previa investigación proveniente de fuentes primarias, donde se tiene en cuenta las opiniones de algunos habitantes del departamento, y secundarias de donde se toma información brindada por diferentes entidades del gobierno, con el objetivo de identificar el mercado.

- ✚ De acuerdo con el censo nacional de población y vivienda (2020), el departamento del Tolima cuenta con una población de 1.339.998 habitantes, de las cuales 676.820 (50,5%) son mujeres y 663.178 (49,5%) son hombres. (Terridata , 2020)
- ✚ El 31,40% (420.770) pertenecen a la población rural y el 68,60% (919.228) a la población urbana. (Terridata , 2020)

- ✚ En el índice departamental de innovación para Colombia (IDIC) se crea para medir las capacidades y condiciones para la innovación identificando sus fortalezas y oportunidades de mejora, dentro de esta medición se ubica el departamento del Tolima en la escala medio con un puntaje 29,18 ocupando el puesto 15 de 31 departamentos estudiados. (DNP, 2020)
- ✚ El 5,83% de las personas mayores de 15 años habitantes del departamento son analfabetas. (Terridata , 2020)
- ✚ Para el año 2018 la tasa de pobreza monetaria del departamento del Tolima se encuentra en un 31% aumentando aproximadamente un 1,9% respecto al año 2017. (Terridata , 2020)
- ✚ Según el reporte emitido por el DANE en el censo nacional de población y vivienda la mayor parte de la población la conforman personas entre los 15 y 59 años de edad con una participación del 61,4%, seguido encontramos personas entre los 0 y 14 años ocupando un 22,0% y por ultimo tenemos las personas mayores de 59 años representando el 16,6%. (Departamento Nacional de Población , 2018)
- ✚ El Tolima cuenta con 423.353 hogares, de los cuales el 23,5% son ocupados por dos personas, el 22,4% de tres personas, 22,2% una persona y el resto lo conforman de cuatro a 6 personas. (Departamento nacional de planeación)
- ✚ En el departamento del Tolima para el 2019, el 39,4% de los hogares reconocen a las mujeres como jefe de hogar. (Departamento nacional de planeación, 2019)

- ✚ De las 514.575 viviendas que conforman el departamento, el 30,7% tienen acceso a servicio de internet. (Departamento Nacional de Población , 2018)

- ✚ Según la encuesta nacional de calidad de vida 2019, el 42,6% de los hogares se consideran pobres y 57,4 no se consideran pobres. (Departamento nacional de planeación, 2019)

- ✚ De los 1.221.807 tolimenses registrados en el sisbén, el 58,62% (716.166) viven en estado civil soltero, el 20,37% (248,912) viven en unión libre y el 21,02 restante está representado por personas casadas (11,62%), viudo (3,97%) y separados (5,43). (Secretaría de planeación y TIC, 2019)

- ✚ Los tolimenses se identifican por tener un carácter fuerte, alegre y festivo expresado mediante los diferentes eventos que se realizan en los municipios durante todo el año, ellos realizan sus propias fiestas patronales y reales atrayendo feligreses y turistas (Ministerio de comercio, industria y turismo, pág. 23)

- ✚ Con el pasar del tiempo las artesanías tradicionales elaboradas en barro como las jarras, vasijas, ollas, materas, entre otros productos, van quedando en el olvido, ya es poco común ver exhibiciones de estas artesanías en los parques y demás establecimientos públicos. (Ministerio de comercio, industria y turismo, pág. 26)

- ✚ La mayoría de los habitantes tolimenses se caracterizan por no tener cultura ambiental, ser individualistas, es decir, no trabajan en equipo en pro de la comunidad.

- ✚ La falta de oportunidades laborales en los diferentes municipios del departamento conlleva a que los jóvenes deban salir de sus territorios en busca de nuevas oportunidades lo que no permite el progreso de la región.

5.3 Análisis de la oferta

Según las investigaciones realizadas en fuentes secundarias no se localizan empresas con la misma propuesta o idea de negocio que nosotros estamos planteando, solo encontramos empresas que se dedican a prestar estos servicios de asesorías empresariales por separados los cuales podríamos tomar como competidores indirectos o servicios sustitutos, sin embargo, en el estudio realizado la mayoría de las empresas se encuentran activas, pero no poseen una plataforma digital que nos permita recolectar más información, por lo que podemos concluir que estas empresas son débiles en estrategias de marketing y publicidad.

Nosotros como corporación nos vamos a diferenciar de la competencia debido a que estamos enfocados en aquellos emprendedores que desean reactivar la economía de sus municipios a través de proyectos culturales, los cuales apoyaremos gestionando recursos, brindando asesorías y representándolos legalmente, si así lo requieren.

Además, tenemos planeado crear un canal virtual en donde se vinculen los emprendedores para ayudarlos a que se relacionen con sus clientes potenciales, creando planes de publicidad y marketing digital para atraerlos. También tenemos como estrategia visitar personalmente los municipios del departamento del Tolima para crear alianzas con entidades gubernamentales locales y así ganar reconocimiento.

Pero para llevar a cabo esta idea nos encontramos con las primeras barreras de entrada y, es que requerimos de altos recursos o capital para gastos como el desarrollo de la plataforma digital, gastos de transporte, equipos de trabajo y alquiler de instalaciones. Además, no sabemos cómo pueda reaccionar la competencia y cual sea la complejidad de los requisitos legales para entrar al mercado y constituirnos como empresa.

Tabla 7. Competencia

Nombre del competidor	Servicios	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Asesorías J.F.S Nit. 901074284 - 0	Actividades jurídicas, actividades de contabilidad, teneduría de libros, auditoría financiera y asesoría tributaria, actividades inmobiliarias y actividades de arquitectura e ingeniería. (Camara de comercio , 2020)	No contamos con suficiente información acerca de la empresa para completar el ítem de la ventaja competitiva, debido a que no	Ibagué, Tolima
Aserpras S.A.S Nit. 900347681 - 0	Actividades de consultoría de gestión (Camara de comercio , 2020)		Ibagué, Tolima

Asesorías M&E S.A.S Nit. 901383874 - 1	Actividades de contabilidad, teneduría de libros, auditoría financiera y asesoría tributaria. (Camara de comercio , 2020)	cuentan con plataforma digital donde registren su información.	Espinal, Tolima
Asesorías contables sarmiento asociados S.A.S Nit. 900661875 - 8	Actividades de administración empresarial, contabilidad, teneduría de libros, asesoría tributaria y auditoría financiera. (Camara de comercio , 2020)		Espinal, Tolima
Asesorías y consultorios seguros Tolima S.A.S Nit. 901060786 - 5	Actividades de consultoría de gestión, agentes y corredores de seguros. (Camara de comercio , 2020)		Mariquita, Tolima
Asesorías y consultorías MEFAG S.A.S Nit. 901065347 - 8	Actividades de consultoría de gestión, jurídicas, contabilidad, teneduría de libros, auditoría financiera, asesoría tributaria. (Camara de comercio , 2020)		Mariquita, Tolima
	Actividades de consultoría de gestión, administración		Guamo, Tolima

Asesorías consultorías y servicios integrales A&E S.A.S	empresarial y demás actividades de servicio de apoyo a las empresas. (Camara de comercio , 2020)		
Asesorías crecer S.A.S	Actividades de consultoría de gestión, estudios de mercado y demás actividades profesionales. (Camara de comercio , 2020)		Ibagué, Tolima

5.4 Análisis de la comercialización

De acuerdo a las investigaciones realizadas en fuentes secundarias, no encontramos forma de definir como es el servicio de nuestros competidores, ni sus precios, debido a que no cuentan con plataformas digitales que nos permitan obtener esta información, por lo que decidimos en este apartado hacer énfasis en nuestra cartera de servicios.

A partir de nuestra corporación se brinda un respaldo legal para que los emprendedores tengan la oportunidad de acceder a los apoyos y recursos financieros que ofrece el gobierno nacional a los proyectos culturales.

5.4.1 Cartera de servicios y descripción

Tabla 8. Cartera de servicios

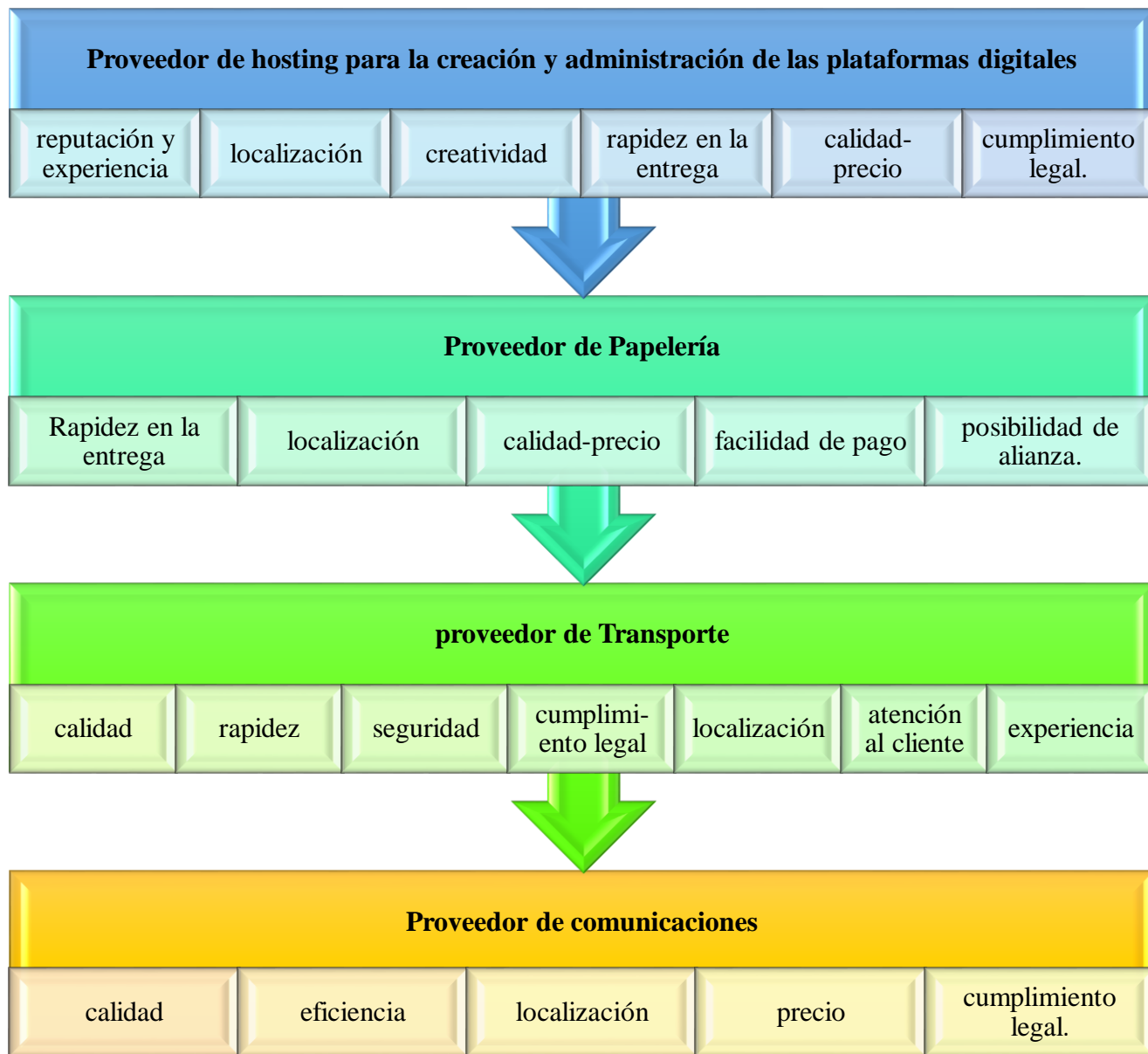
Código CIU	Servicios	Descripción
9411	Actividades de organizaciones empresariales y empleadores.	Representación de los emprendimientos ante organismos públicos y negociaciones laborales con el objetivo de aumentar el crecimiento económico de la región. (Cámara de comercio de bogotá, 2020)
7020	Actividades de consultoría de gestión.	Dentro de esta actividad se incluye la prestación de asesorías, asistencia operacional y orientación a las empresas en la toma de decisiones, la planificación estratégica, el control operativo, la gestión de las operaciones, actividades contables, objetivos y estrategias de comercialización. (Cámara de comercio de bogotá, 2020)
6920	Actividades de contabilidad, teneduría de libros, auditoría financiera y asesoría tributaria.	Registro contable, teneduría de libros, auditoría financiera, liquidación de nómina, asesoramiento y representación ante las autoridades tributarias. (Cámara de comercio de bogotá, 2020)

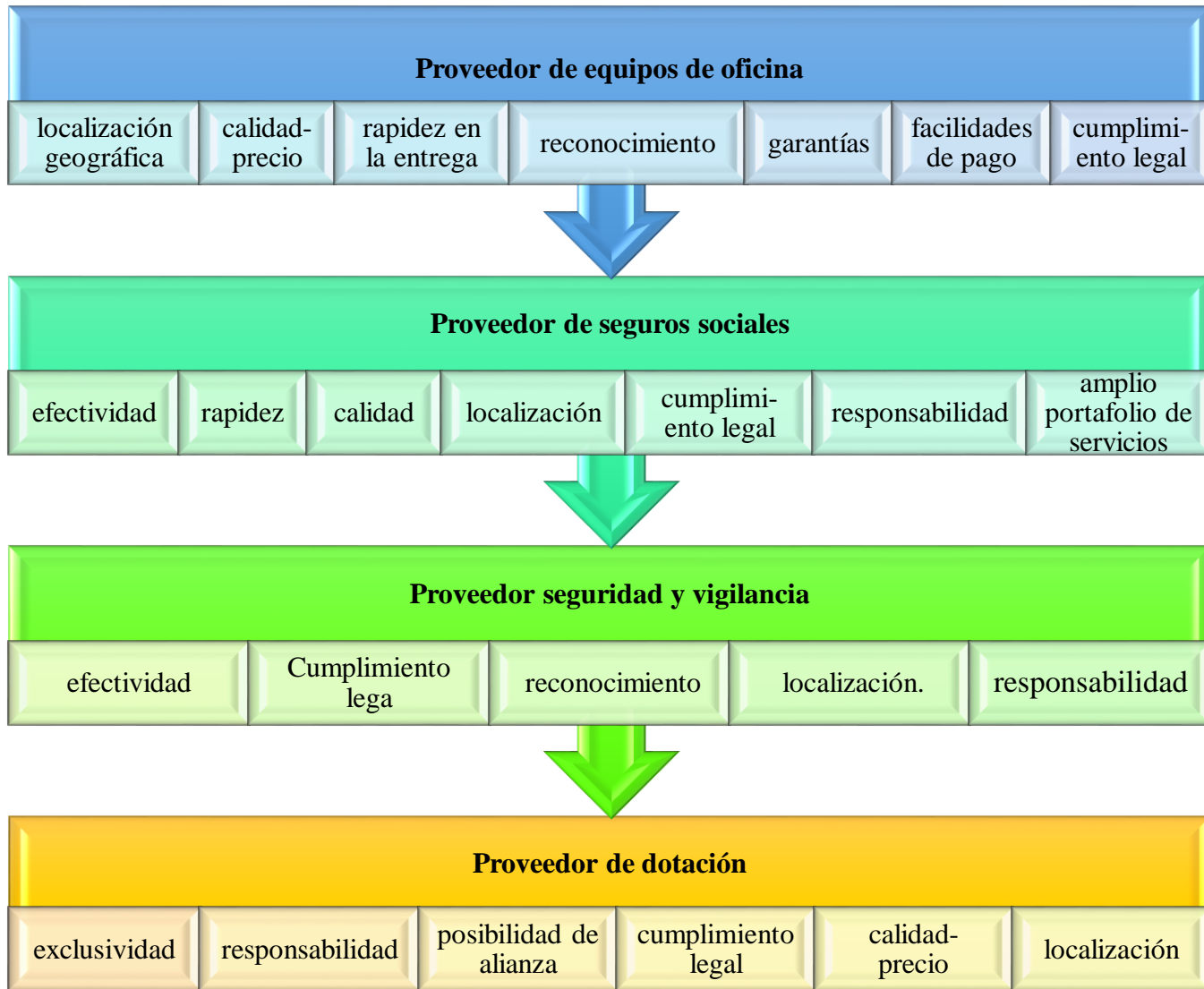
7310	Publicidad	Creación y realización de campañas publicitarias, manejo de las campañas de mercadeo con el objetivo de atraer y retener los clientes dependiendo de cada emprendimiento, se desarrollarán plataformas digitales que nos permitan integrar todos los productos y servicios de los emprendedores con el fin de acercarlos a sus posibles clientes. (Cámara de comercio de bogotá, 2020)
------	------------	--

5.5 Análisis de los proveedores

Debido a que no contamos con suficiente información acerca de nuestra competencia no podremos realizar un análisis de cuáles son sus proveedores, por tal motivo a continuación, definiremos los proveedores que requerimos para la prestación de nuestros servicios y los criterios a tener en cuenta para su selección.

Figura 9. Análisis de los proveedores





5.5.1 Posibles proveedores

Tabla 9. Posibles Proveedores

Posibles proveedores	
Proveedor de hosting	Hostinger
	Colombia hosting

	HostGator
	planeta hosting
Proveedor de Papelería	Cempac
	Papelería Alba
	Artesco
Proveedor de comunicaciones	Claro
	DIRECTV
	Movistar
Proveedor de equipos de oficina	fabrica mueble oficina
	Compumuebles
	Homecenter
Proveedor de seguros sociales	Mapfre
	sura
Proveedor seguridad y vigilancia	M&O Seguridad
	Empresa de seguridad G4S
Proveedor de dotación	Megatex
	Dotaciones JM Ibagué

6. Segmentación del mercado

6.1 Bondades del servicio

Tabla 10. Bondades del servicio

1	Variedad de servicios
2	Contribución a una mejor calidad de vida.
3	Acompañamiento durante y después de la puesta en marcha del emprendimiento.
4	Atención personalizada.
5	Proporciona conocimiento.
6	Orientado a resultados.
7	Conexión directa de los emprendedores con sus clientes a través de la plataforma “tienda virtual”.
8	Vínculo entre los usuarios y los profesionales.
9	Optimización de tiempo.
10	Intermediación entre entes gubernamentales y usuario.
11	Confidencialidad.
12	compromiso y responsabilidad social.
13	Legalidad.
14	Veeduría en la gestión de recursos.
15	Asequible y de fácil vinculación.

6.2 Buyer persona

Figura 10. Posibles clientes

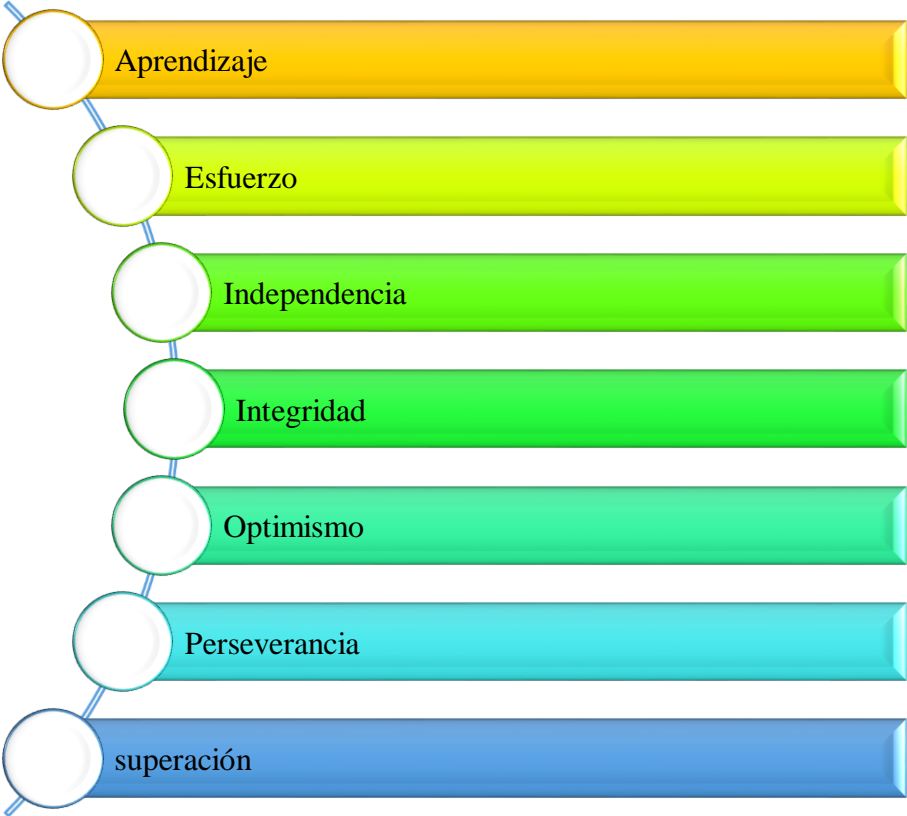
	Miedos, frustraciones, ansiedades	Desea, necesita, anhela, sueña
	<p>Me miedo hablar en público y soy ansioso en las actividades que realizo queriéndolo tener todo al instante.</p>	<p>Necesito tener mi propio negocio, el cual anhelo conseguirlo a los 30 años y de esta manera obtener mi libertad financiera y mejorar mi calidad de vida.</p>
Demográficos, geográficos.	¿Que están tratando de hacer y porque es importante?	¿Cómo alcanzan esas metas hoy? hay alguna barrera en su camino?
<p>Hombre, entre los 25 y 30 años, piedras (Tolima)</p>	<p>Adquiriendo conocimiento para ponerlo en práctica y pensando en ideas de inversión.</p>	<p>Adquiriendo conocimiento y poniéndolo en práctica. Las barreras con las que me encuentro son escasos recursos económicos y falta de oportunidades.</p>
Frases que mejor describen sus experiencias	<p>“Hay que reinventarse cada día”.</p> <p>“Luchar por aquellos que no pueden luchar”.</p>	
Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta	<p>Actualmente me encuentro trabajando en actividades que me generen un ingreso para poder invertir.</p>	

	Miedos, frustraciones, ansiedades	Desea, necesita, anhela, sueña
	Siento miedo al fracaso, soy insegura, me da miedo hablar en público, siento incertidumbre.	Lo que más deseo y sueño es tener mi propio negocio, anhelo sentirme autorealizada, conseguir mi libertad financiera y mejorar mi calidad de vida y la de mi familia.
Demográficos, geográficos.	¿Que están tratando de hacer y porque es importante?	¿Cómo alcanzan esas metas hoy? hay alguna barrera en su camino?
Mujer, entre los 18 y 24 años, Piedras, Tolima	Estoy tratando de generar ideas de negocio para conseguir mi libertad financiera.	Para alcanzar las metas me encuentro adquiriendo conocimientos y experiencia. Las barreras con las que me encuentro son escasos recursos, los requisitos legales, competencia.
Frases que mejor describen sus experiencias	“Si deseamos progresar no debemos pensar en conseguir un empleo sino en crear nuestros propios proyectos, aprovechando las oportunidades”	
Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta	Me encuentro estudiando y me ha sido muy difícil empezar a realizar mis proyectos por la falta de oportunidades que hay en el municipio.	

Teniendo en cuenta el anterior análisis, podemos deducir que principalmente podemos encontrar personas similares a nuestro cliente ideal en las zonas rurales de los diferentes municipios del Tolima, ya que cuentan con pocas oportunidades para progresar por lo que deben salir a la ciudad para lograr sus metas y mejorar su calidad de vida.

Los principales valores que destacamos de nuestro cliente ideal son los siguientes:

Figura 11. Principales valores de los clientes.



Nuestros posibles clientes se relacionan con sus familiares, amigos, compañeros de trabajo por medio de las redes sociales y medios tecnológicos como el celular. Además, podemos observar que una de las necesidades más urgentes que presentan es mejorar su calidad de vida y alcanzar su libertad financiera.

A continuación, describiremos como las bondades de nuestro servicio se ajustan al cliente ideal representado en el buyer persona.

Tabla 11. Describe como las bondades se ajustan al cliente

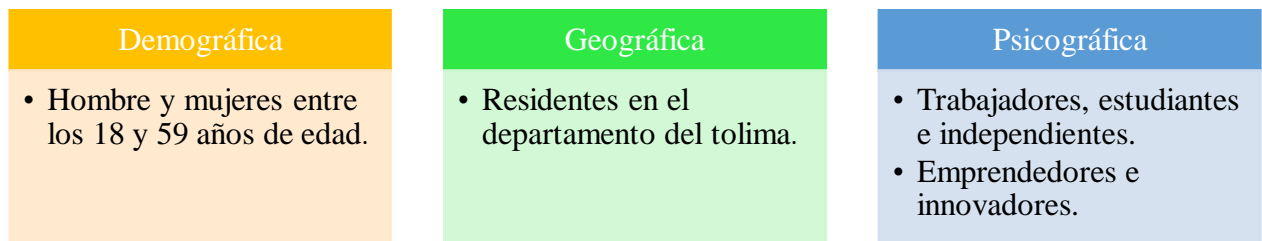
Bondades del servicio		Como se ajusta al cliente ideal
1	Variedad de servicios.	Suplir diferentes necesidades.
2	Contribución a una mejor calidad de vida.	Brindándoles oportunidades de autorrealización y libertad financiera.
3	Acompañamiento continuo.	Respaldo antes, durante y después de la puesta en marcha del emprendimiento.
4	Atención personalizada.	Disposición de tiempo y personal idóneo para la contribución en el logro de sus objetivos.
5	Proporciona conocimiento.	Capacitación.
6	Orientado a resultados.	Direccionar hacia el logro de las metas planteadas.

7	Conexión directa a través de la plataforma “tienda virtual”.	Se proporciona facilidad de interacción y comunicación entre el emprendedor y sus clientes.
8	Vínculo entre los usuarios y los profesionales.	Comunicación asertiva y permanente con los profesionales.
9	Optimización de tiempo.	No es necesario hacer largas filas, ni desplazamientos, gracias al uso de los medios tecnológicos.
10	Intermediación entre entes gubernamentales y usuario.	Obtención de recursos sin necesidad de relacionarse con las entidades gubernamentales y hacer trámites engorrosos.
11	Confidencialidad.	Garantizar seguridad y discreción en cada trámite y proceso mediante un documento de confidencialidad de común acuerdo.
12	compromiso y responsabilidad social.	Preservación de la identidad cultural y tradiciones nativas.
13	Legalidad.	Cumplimiento con legislación vigente.
14	Veeduría en la gestión de recursos.	Vigilancia para el buen uso y disposición de los recursos destinados a los emprendimientos.
15	Asequible y de fácil vinculación.	Se brinda facilidad de pago.

6.3 Segmentación

Mujeres y hombres estudiantes, independientes, trabajadores entre los 18 y 59 años de edad que se caractericen por ser emprendedores e innovadores y que residan en el departamento del Tolima.

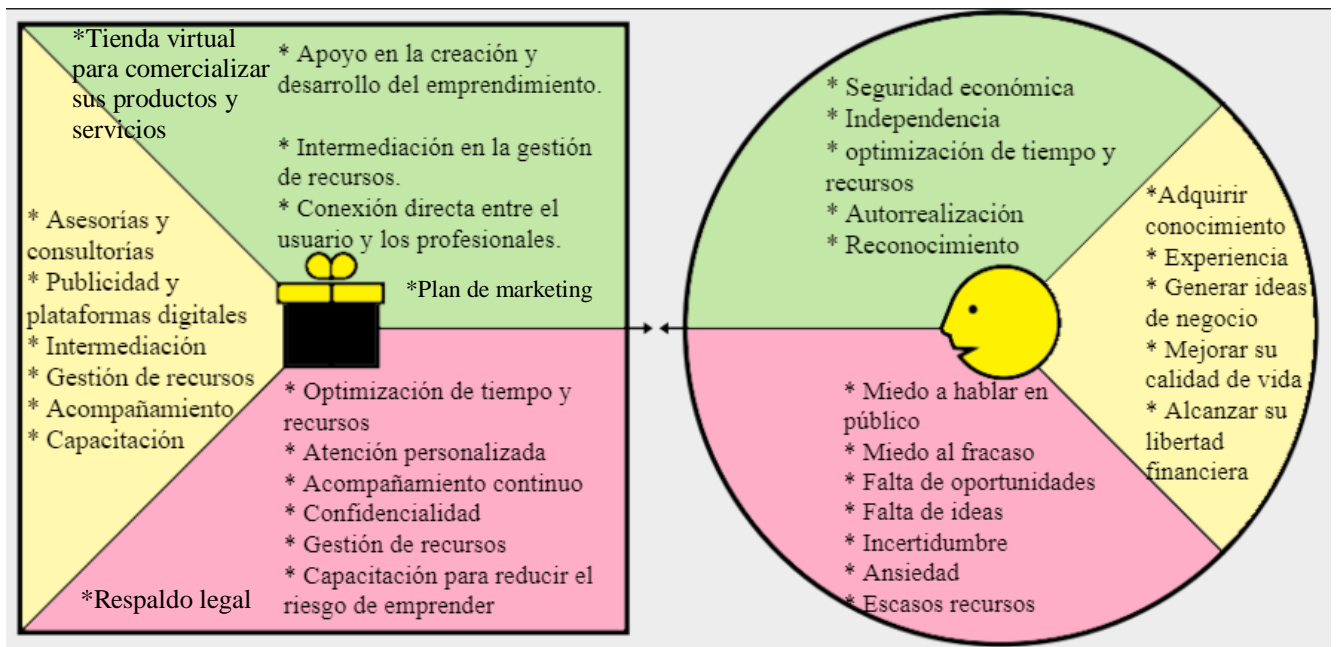
Figura 12. Segmentación



7. Propuesta de valor

Seguidamente definiremos los elementos del perfil del cliente y mapa de valor para la idea de negocio.

Figura 13. Propuesta de valor





propuesta de valor

- ¡Atrévete a emprender obteniendo los mejores resultados en el menor tiempo!


8. Diseño del servicio

8.1 Diseño del concepto

Tabla 12. Descripción de los materiales requeridos

Materiales y tecnología	Descripción	Imagen
Computadores	5 portátiles	
Impresoras	1 impresora multifuncional	
Internet	Internet ilimitado	
Papelería	5 resma de papel 1 caja de lapiceros 1 caja de lápices	

Escritorios	5 escritorios	
Sillas	5 sillas ergonómicas	
	10 sillas interlocutora	
Teléfonos	2 teléfonos inalámbricos	
Archivadores	1 archivador metálico grande	

Paneles divisorios	5 paneles separados	
Plataforma digital		

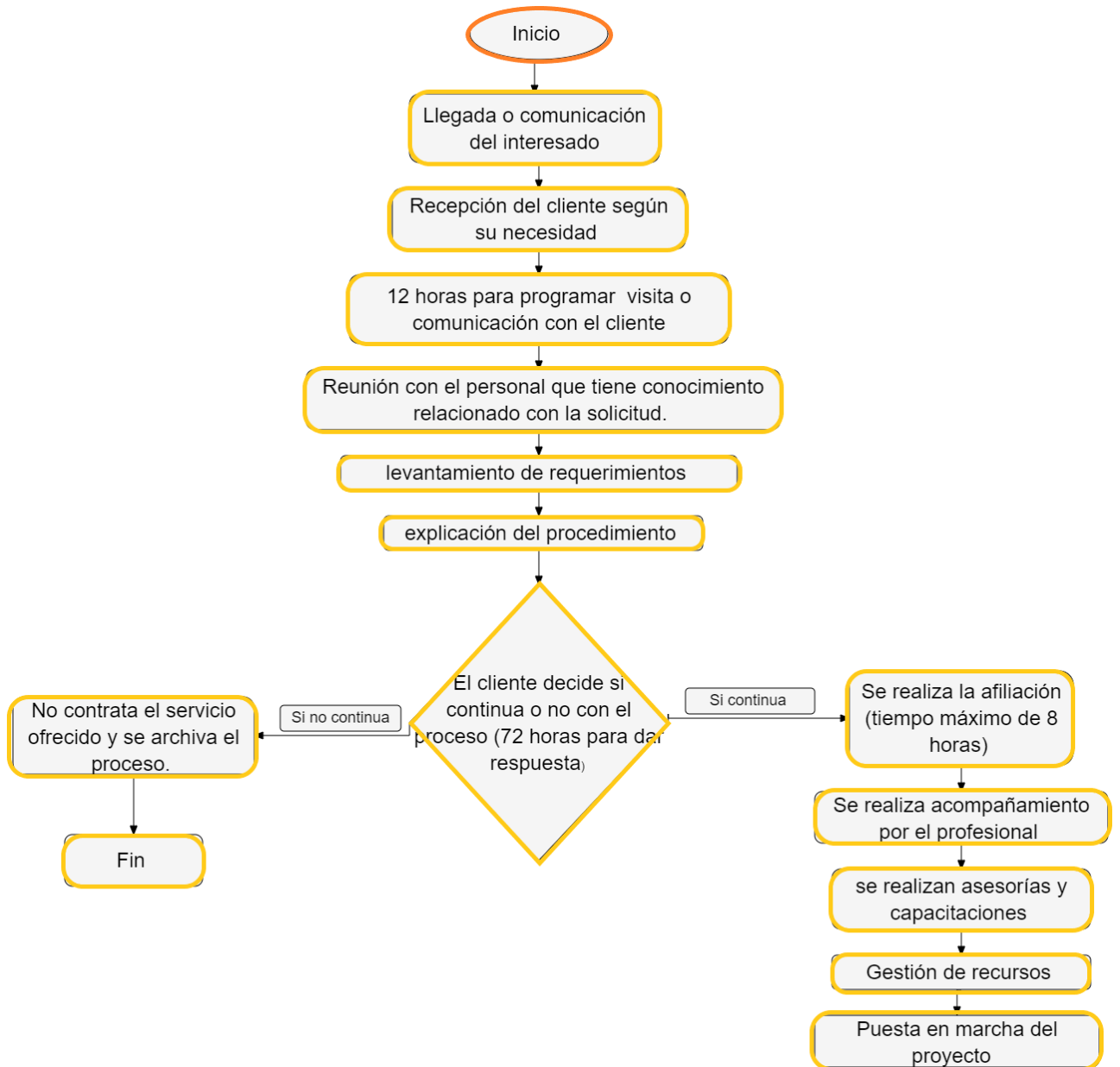
8.1.1 Diseño Proveedor

Tabla 13. Detalle de los proveedores

Producto	Proveedor
Computadores e impresoras	Golden
Internet y telefonía	Claro
Papelería	Papelería alba
Escritorios y escritorios	Homecenter
Archivadores	
Paneles divisorios	Dislaye
Plataforma digital	Creasotol

8.2 Diseño en detalle

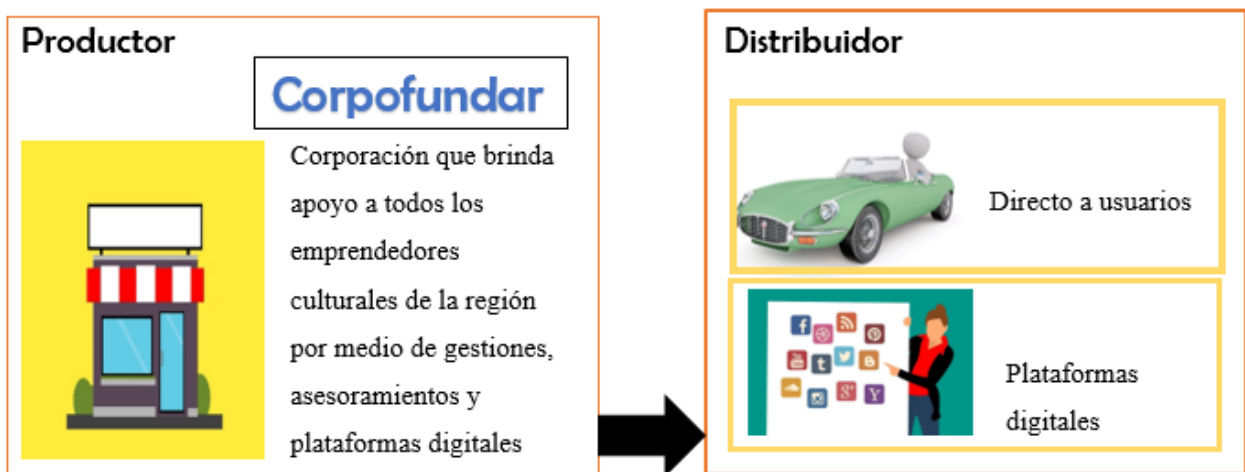
Figura 14. Diseño en detalle.



8.2.1 Canales para la distribución del servicio.

Para dar a conocer nuestros servicios utilizaremos el canal de distribución propio o directo, es decir que nosotros mismos llegaremos hasta el cliente final sin intermediarios, a través del social media marketing o marketing en redes sociales y visitando cada uno de los municipios del departamento para darnos a conocer.

Figura 15. Cadena de distribución



8.2.2 Costos de producción y precio de venta

Tabla 14. Costos de producción y valor de venta.

Costo unitario de materiales	
papelería	\$ 10.000
página web	\$ 6.000
Mensajería	\$ 20.000
Costo unitario de mano de obra	
Asesoría profesional	\$ 70.000

Costo unitario de CIFF(costos indirectos de fabricación)	
servicios públicos	\$ 2.000
Internet y telefonía	\$ 4.000
Arriendo	\$ 3.000
Transporte	\$ 20.000
Costo total unitario	\$ 135.000
Precio de venta	\$ 250.000

8.3 Indicadores de calidad

Figura 16. Indicadores de calidad



8.4 Producción

Figura 17. Brochure del servicio



Corpofundar

¡Facilidad para alcanzar tus metas!

Servicios

Actividades de organizaciones empresariales y empleadores.

- Representación legal ante organismos públicos

Actividades de consultoría de gestión

- Prestación de asesorías
- asistencia operacional
- orientación en la toma de decisiones
- planificación estratégica
- estrategias de comercialización

Actividades de contabilidad

- Asesoramiento
- Registro contable
- teneduría de libros
- auditoría financiera
- liquidación de nómina

Publicidad

- Creación, realización y manejo de campañas publicitarias
- Administración de plataformas digitales

Te brindamos todas las herramientas necesarias para que tengas la oportunidad de crear tu propio negocio y alcanzar tu libertad financiera, ayudándote a gestionar recursos y brindándote acompañamiento continuo.

8.4.1 Ficha técnica del servicio

Tabla 15. Ficha técnica

FICHA TECNICA DEL SERVICIO	
Nombre del servicio	Asesoría y consultoría.
Líneas de servicio o portafolio	Representación legal.
	Consultoría de gestión.
	Actividades de contabilidad.
	Publicidad.
Normas de calidad	Puntualidad en la entrega del servicio.
	Personal calificado.
	Rapidez del servicio.
	Fidelidad en el cumplimiento de los servicios.
	Cordialidad y empatía.
	Cumplimiento con los tiempos acordados.
Combos o paquetes especiales	Por la afiliación recibe capacitaciones gratuitas.
canal de información	Físico y virtual.
Publicidad	Social media marketing (Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube)
	Página web y Aplicaciones móviles (App).
Garantía	Devolución del dinero.
Recomendaciones por tipo de cliente	Hacer buen uso de las plataformas digitales.
	Respeto y compromiso con las políticas establecidas.
	Confidencialidad

8.4.2 Fase en la que se encuentra el servicio

Nuestro servicio se encuentra en etapa de desarrollo en donde estamos identificando nuevas ideas.

9. Prototipo

9.1 Características del servicio

Decidimos prototipar los principales problemas que presenta nuestro cliente, los cuales son la carencia de conocimiento para estructurar un proyecto y la insuficiencia de recursos para iniciar su emprendimiento, mostrando a la vez la forma en como nosotros podemos ayudarlos a solucionar esos problemas mediante nuestro respaldo legal, asesoramiento y acompañamiento profesional para que cumplan satisfactoriamente sus objetivos en el menor tiempo posible.

9.2 Características del prototipo

Se realiza un Storyboard que nos permite narrar mediante ilustraciones en secuencia una historia donde se cuenta las necesidades de nuestro cliente y como le brindamos una solución, luego se convierte en un video animado para crear una pieza publicitaria e incrustarlo en una landing page.

9.3 Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo

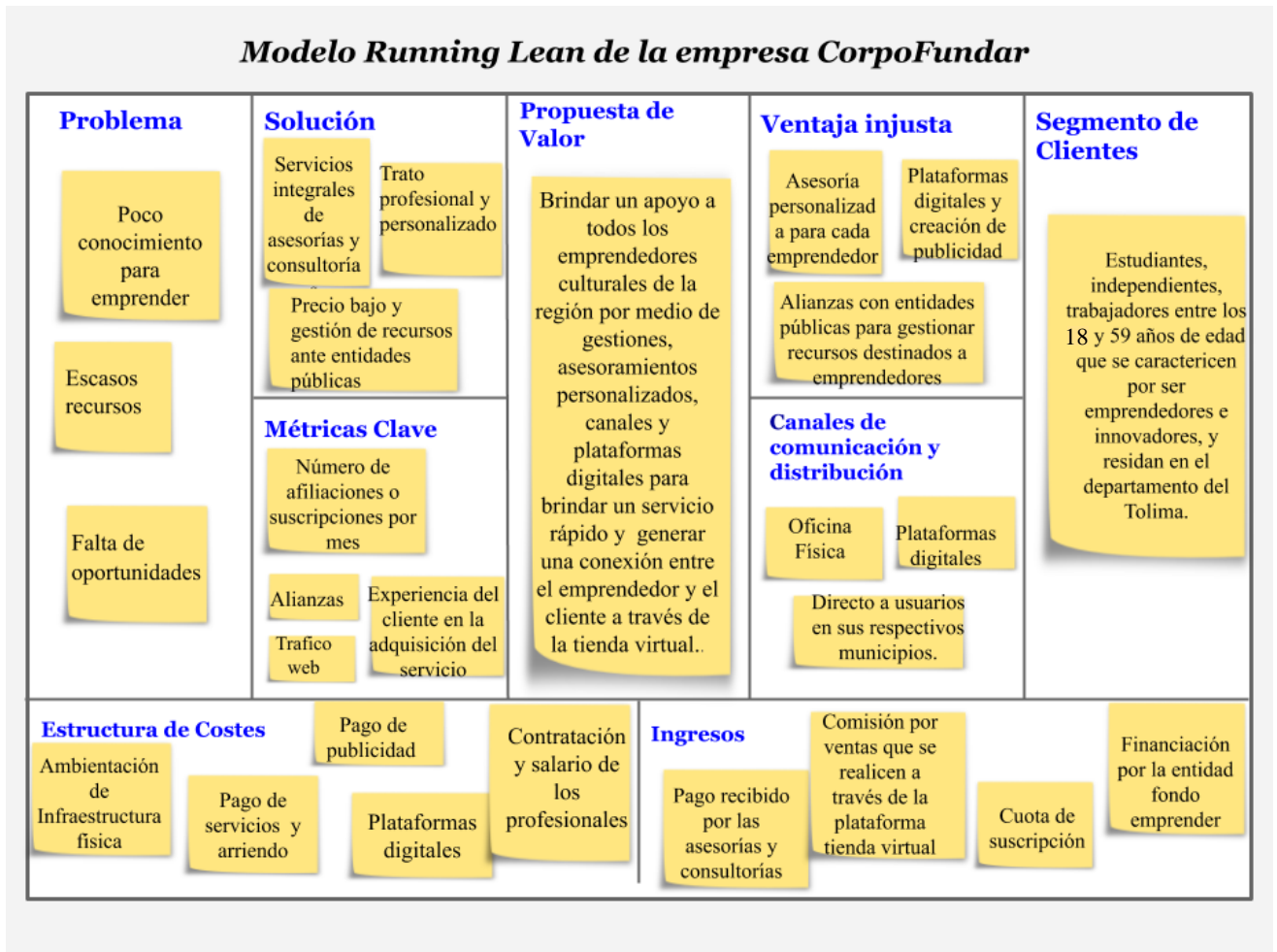
Se promociona nuestra landing page por medio de las redes sociales, en donde el cliente podrá ingresar a la página y observar el video animado del storyboard, allí tendrá la opción de ponerse en contacto con los profesionales en el menor tiempo posible y sin complicaciones, haciendo uso del botón chatear con nosotros y mediante los botones de agendar una cita online en donde los usuarios dejarán sus datos y nosotros los contactaremos.

Figura 18. Prototipo Storyboard



10. Running lean

Figura 19. Modelo running lean



11. Validación de la idea de negocio

La parte del lean canvas que vamos a validar es el problema porque para nosotros es muy importante conocer cuáles son los verdaderos problemas o necesidades que están afrontando nuestros usuarios al momento de generar o desarrollar una idea de negocio, para así mismo nosotros validar si les estamos proponiendo las soluciones adecuadas. Por esto decidimos basarnos en la siguiente hipótesis: los principales motivos por los cuales las personas del

departamento del Tolima no ejecutan sus emprendimientos es la carencia de conocimientos, la falta de oportunidades y los escasos recursos.

12. Objetivos de investigación

12.1 Objetivo general

Determinar cuáles son las principales razones por las cuales las personas del departamento del Tolima no ejecutan emprendimientos que generen el progreso de la región.

12.2 Objetivos específicos

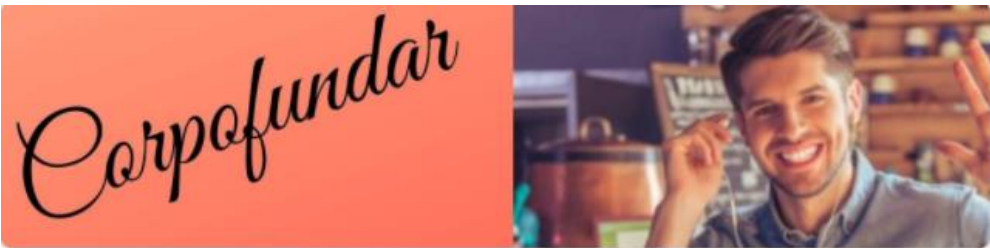
- ✚ Identificar las causas que impiden el desarrollo de emprendimientos.
- ✚ Conocer el porcentaje de personas que están dispuestas a crear un emprendimiento.
- ✚ Determinar qué tan importante es para las personas crear un emprendimiento y contar con ayuda externa para su desarrollo y crecimiento.

13. Tipo de investigación

Para recolectar esta información es necesario llevar a cabo una investigación cuantitativa mediante una encuesta que nos permita obtener información con claridad de una muestra grande y representativa mediante el análisis de datos estadísticos.

14. Formulario encuesta

Figura 20. Formulario de la encuesta



Encuesta creación de emprendimientos

Hola, Corpofundar es un emprendimiento creado por jóvenes tolimenses que ofrecen variedad de servicios como asesorías, consultorías, gestión de recursos, acompañamiento continuo, canales y plataformas digitales para que puedas poner en marcha tu idea de negocio obteniendo los mejores resultados en el menor tiempo.

Te invitamos a que nos ayudes a resolver la siguiente encuesta, solo te tomara 10 minutos y además tus respuestas estarán protegidas.

***Obligatorio**

Sexo *

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no decirlo

¿En que rango de edad te encuentras? *

- 18 - 28
- 29 - 39
- 40 - 50
- 51 - 59

Su lugar de residencia se encuentra ubicado en el sector: *

- Urbano
- Rural

¿Cuál es su ocupación actual? *

- Estudiante
- Empleado
- Desempleado
- Independiente

¿Alguna vez soñaste con crear tu propia idea de negocio? *

- Si
- No
- No sabe

¿Qué tan importante es para ti desarrollar una idea de negocio? *

- Muy importante
- Importante
- No me importa

¿Alguna vez has intentado crear un emprendimiento? *

- si lo he intentado
- No lo he intentado
- Me gustaría intentarlo
- Ya tengo mi emprendimiento

¿Qué barreras encuentras para crear tu emprendimiento? *

- Falta de recursos económicos
- Miedo al fracaso
- Dificultad para realizar tramites legales
- Desconocimiento para manejar un negocio
- Todas las anteriores

¿Conoces las ayudas que brinda las entidades del estado para la creación de emprendimientos? *

- Sí, conozco varias
- No conozco ninguna
- Conozco pocas

¿Qué conocimientos tienes sobre el proceso y los tramites obligatorios para constituir legalmente tu negocio? *

- Mucho Conocimiento
- Poco Conocimiento
- No tengo conocimiento

Le gustaría que una corporación brindara todo el apoyo de asesoramiento y gestión para que puedas realizar tu emprendimiento. *

- Si me gustaría
- No me gustaría
- Tal vez

15. Tamaño de la muestra

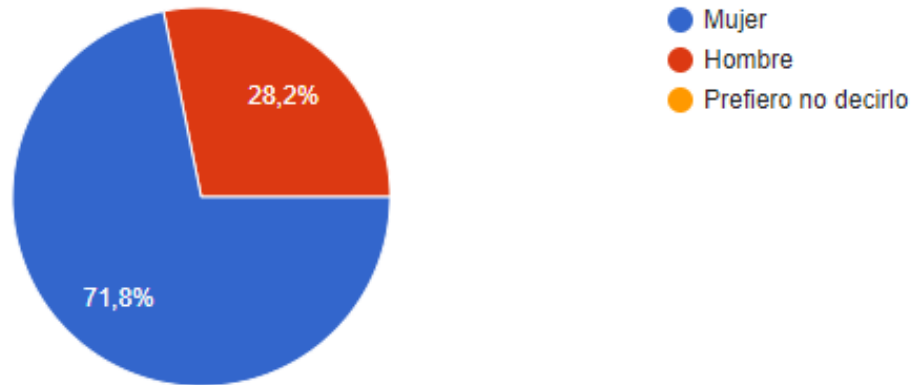
El tamaño de la muestra es de **384**, para calcular este valor se tuvo en cuenta una población de 703.365 personas entre los 18 y 59 años de edad residentes en el departamento del Tolima, según fuentes estadísticas externas. Para ello se calcula un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

16. Tabulación y análisis de la información

Esta encuesta fue realizada de forma online con preguntas de selección múltiple y cerrada, es analítica y cuantitativa debido a que se obtuvieron datos estadísticos de 149 encuestados con lo cual se logró obtener información específica sobre las principales razones por las cuales las personas del departamento del Tolima no ejecutan emprendimientos pero que si están dispuestas a generar ideas de negocios.

- **Sexo (Elaboración propia)**

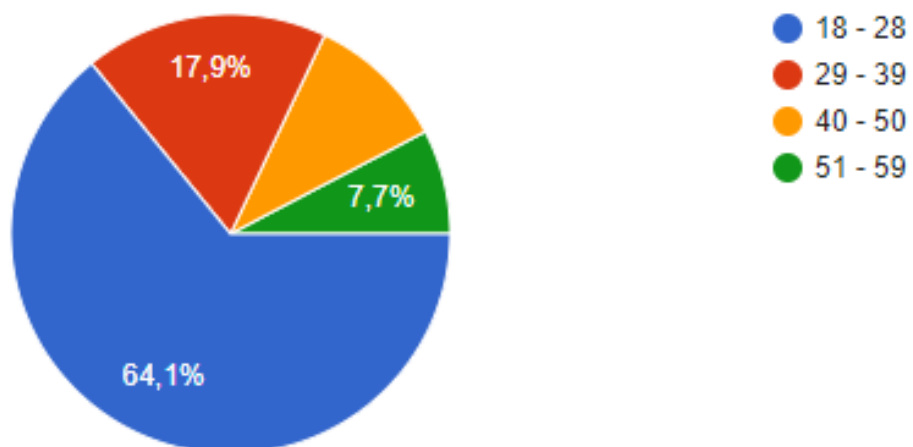
Figura 21. Sexo



El 71% (107) de las mujeres con respecto a los hombres tuvieron más disposición y mostraron más interés con respecto a la encuesta.

- **¿En qué rango de edad te encuentras? (Elaboración propia)**

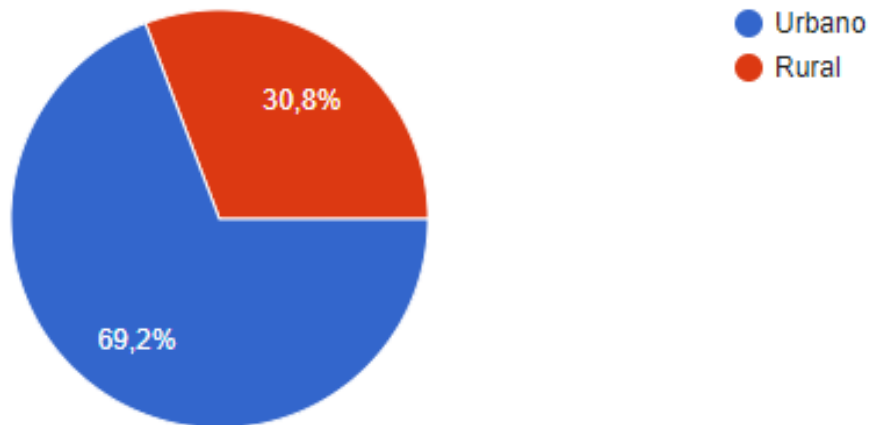
Figura 22. Rango de edad



Podemos observar que la población más representativa se encuentra en un rango de edad de 18-28 años con una representación del 64,1% del total de los encuestados.

- **Su lugar de residencia se encuentra ubicado en el sector: (Elaboración propia)**

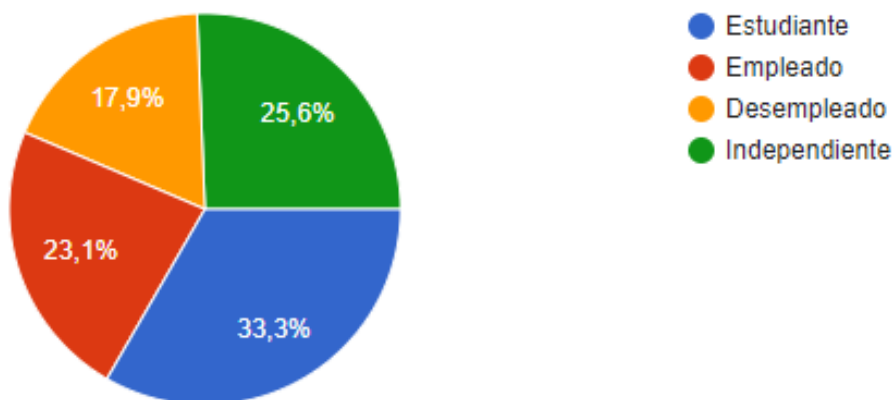
Figura 23. Lugar de residencia



El 69,2% de los encuestados se encuentran ubicados en el sector urbano, pero podemos identificar que el 30,8% se encuentran en el sector rural población que se reconoce por tener menor acceso a la información, avances tecnológicos y con gran potencial para desarrollar proyectos productivos.

- **¿Cuál es su ocupación actual? (Elaboración propia)**

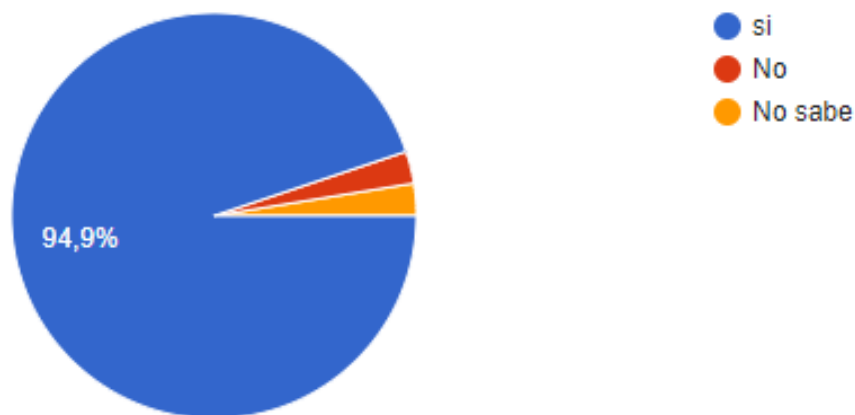
Figura 24. Ocupación actual



Observamos que solo el 48,7% de la población representan ingresos personales, el 33,3% se encuentran en proceso de formación académica y el 23,1% están en busca de trabajo.

- **¿Alguna vez soñaste con crear tu propia idea de negocio? (Elaboración propia)**

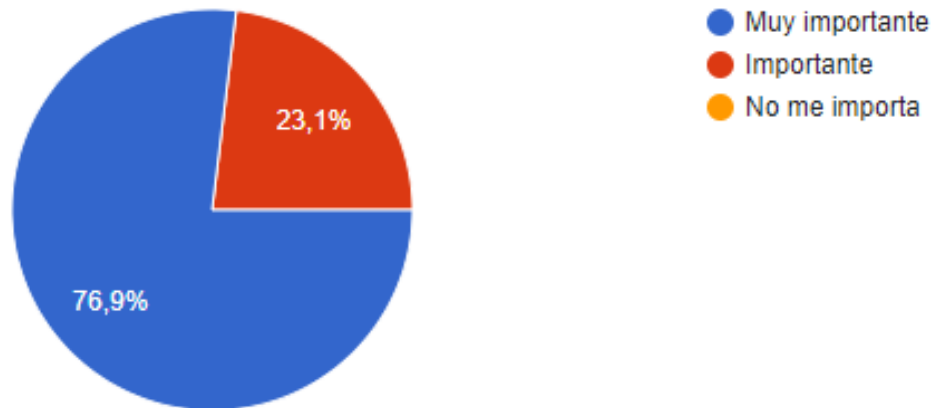
Figura 25. Soñaste con crear tu propia idea de negocio



Con esta pregunta podemos observar que el 94,9% de la población encuestada alguna vez ha soñado con crear su propio negocio, lo que significa que están dispuestas a generar emprendimientos para la región.

- **¿Qué tan importante es para ti desarrollar una idea de negocio? (Elaboración propia)**

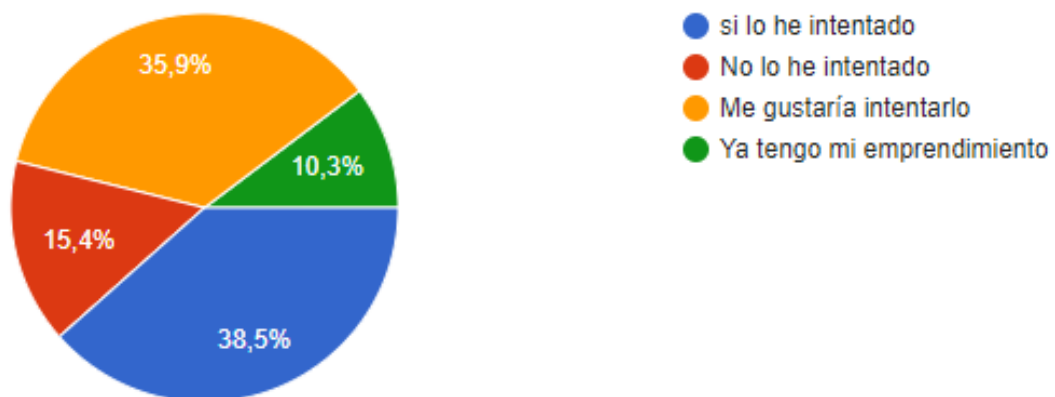
Figura 26. Importancia de desarrollar una idea de negocio.



Podemos identificar que a el 100% de la población encuestada le parece de suma importancia desarrollar una idea de negocio para su crecimiento personal y el de la región.

- **¿Alguna vez has intentado crear un emprendimiento? (Elaboración propia)**

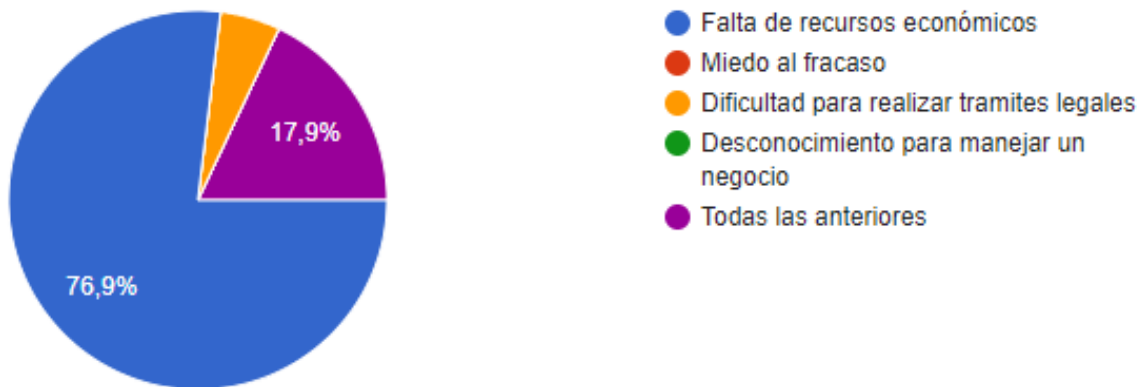
Figura 27. Intento de crear emprendimiento



Podemos evidenciar que la población encuestada quiere o a querido realizar un emprendimiento, pero solo el 10,3% ha logrado desarrollarlo.

- **¿Qué barreras encuentras para crear tu emprendimiento? (Elaboración propia)**

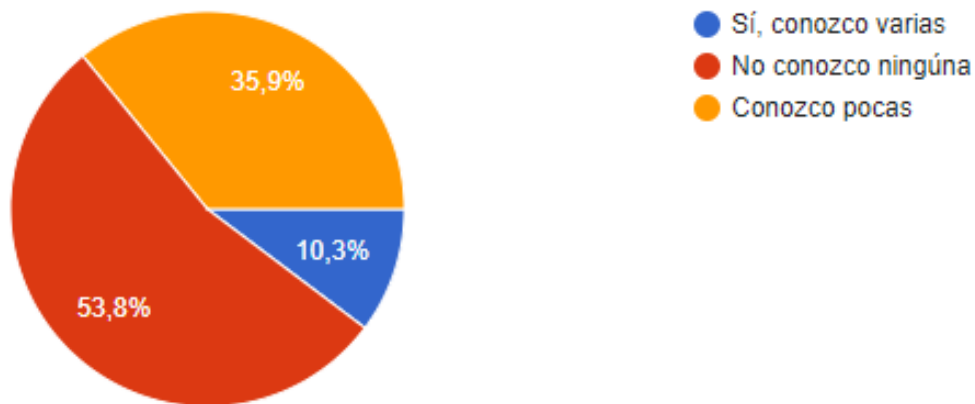
Figura 28. Barreras para crear un emprendimiento



Con esta pregunta identificamos que nuestra hipótesis es real, porque el 76,9% de la población contestaron que no crean sus proyectos por falta de recursos económicos y el 17,9% manifestaron que les da miedo fracasar, se les dificulta realizar trámites legales, les faltan recursos y desconocen la manera de manejar un negocio.

- **¿Conoces las ayudas que brinda las entidades del estado para la creación de emprendimientos? (Elaboración propia)**

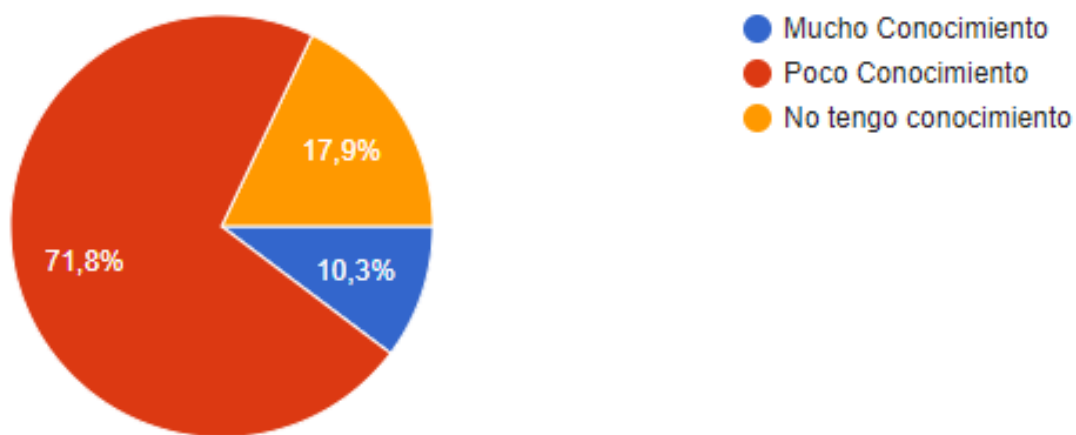
Figura 29. Conocimiento sobre las ayudas del estado



El 53,8% de los encuestados manifiestan que desconocen las ayudas que brinda las entidades del estado para la creación de emprendimientos, lo que evidencia la carencia de información que presenta la región del Tolima.

- **¿Qué conocimientos tienes sobre el proceso y los tramites obligatorios para constituir legalmente tu negocio? (Elaboración propia)**

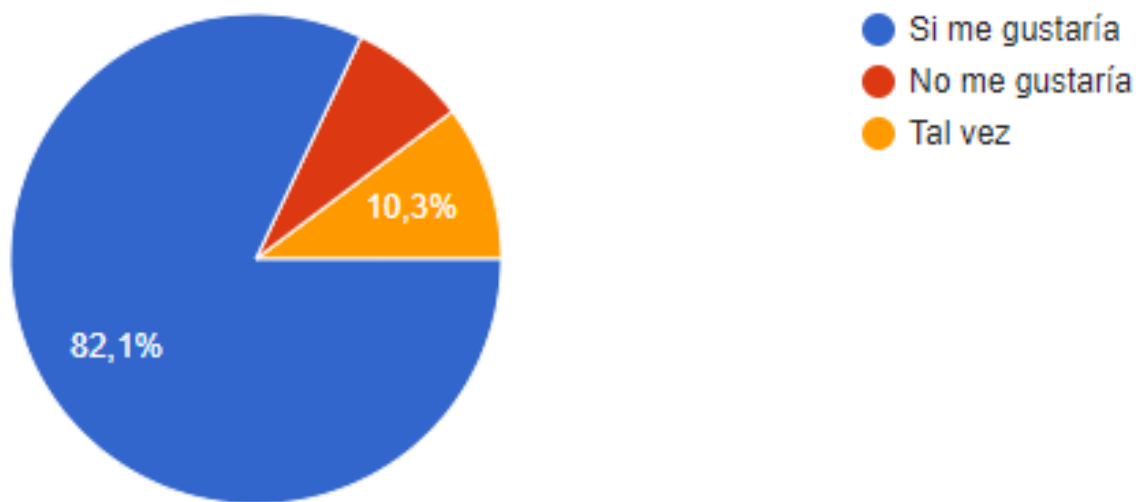
Figura 30. Conocimiento sobre proceso y trámites legales



Solo el 10,3% de los encuestados tiene conocimiento apropiado de los tramites obligatorios para constituir legalmente un negocio, lo que refleja una gran causa de la informalidad de muchos emprendimientos de la región que no logran ser legales y tienden a fracasar.

- **Le gustaría que una corporación brindara todo el apoyo de asesoramiento y gestión para que puedas realizar tu emprendimiento. (Elaboración propia)**

Figura 31. Creación de una corporación para brindar apoyo y gestión



Con esta información podemos analizar que para el 82,1% de la población es necesario la implementación de una corporación que gestione, apoye y asesore sus emprendimientos.

17. Lecciones aprendidas y recomendaciones.

Con esta investigación pudimos identificar que la mayor parte de la población entre estudiantes, independientes, empleados y desempleados alguna vez han soñado con tener su propia idea de negocio, pero tan solo unos pocos han logrado desarrollarla debido a que no cuentan con recursos económicos, se les dificulta realizar trámites legales y desconocen la forma correcta de dirigir un negocio.

También observamos que más del 50% de las personas desconocen las ayudas que brinda las entidades del estado para la creación de emprendimientos, lo que evidencia la carencia de información que presenta la región del Tolima.

A la vez nos dimos cuenta que a las personas de la región les gustaría que una entidad externa los apoyara con la gestión y asesoría de sus emprendimientos debido a que la mayoría de estas personas no cuentan con el conocimiento necesario para constituirlos legalmente.

Por último, gracias a toda esta información que obtuvimos pudimos validar nuestra hipótesis como verdadera y darnos cuenta que les estamos brindando una solución adecuada a la población tolimense, lo que nos brinda una ventaja para ingresar al mercado y tener buena acogida.

18. Resumen ejecutivo

Nuestro negocio consiste en la creación de una corporación que ofrece servicios de representación de los emprendimientos ante organismos públicos, consultorías y asesoría de gestión, actividades de contabilidad y publicidad para brindar un apoyo a todos los emprendedores de la región del Tolima.

Nos diferenciamos de nuestra competencia porque ofrecemos un servicio integral con atención personalizada, capacitaciones, acompañamiento continuo. Además, se desarrollarán dos plataformas digitales: la primera que facilite la interacción del usuario con nuestros profesionales y la segunda plataforma que se denomina tienda virtual, en donde se integran todos los emprendedores que se encuentren afiliados a nuestra corporación para brindarles la oportunidad de vender sus productos o servicios con el objetivo de que nuestros usuarios obtengan los mejores resultados en el menor tiempo.

Nuestras principales fuentes de ingresos van a ser el pago recibido por las asesorías y consultorías, cuotas de suscripción o afiliación y comisión por ventas que se realicen a través de la plataforma tienda virtual.

19. Claves para el éxito

1. Alianzas estratégicas con entes gubernamentales.
2. Optimización de tiempo en los tramites y procesos.
3. Atención personalizada y acompañamiento continuo a los emprendedores.
4. Transparencia y confidencialidad en todos los procesos.
5. Profesionales capacitados que le brinden una excelente atención al usuario permitiendo su fidelización.
6. Plataforma denominada tienda virtual, en donde se integran todos los emprendedores para que vendan sus productos o servicios.

Referencias

Camara de comercio . (2020). *Rues. org.co*. Obtenido de <https://www.rues.org.co/Expediente>

Camara de comercio. (2020). *rues.org.co*. Obtenido de <https://www.rues.org.co/>

Cámara de comercio de bogotá. (septiembre de 2020). Obtenido de

<https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>

Colombia Asesorias S.A.S. (2020). Obtenido de

<https://www.colombiaasesorias.com/cobertura.html>

Decreto 1072 . (26 de mayo de 2015). por medio del cual se expide el Decreto Único

Reglamentario del Sector Trabajo. Bogotá, Colombia: Diario Oficial 49523.

Decreto 2811. (18 de Diciembre de 1974). Presidencia de la Republica. *Por el cual se dicta el*

Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.

Bogotá, Colombia.

Decreto 489. (14 de marzo de 2013). Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1429 de 2010.

Bogotá, Colombia: Diario Oficial 48732.

Departamento Nacional de Planeación . (2019). *Mercado laboral por departamentos*. Obtenido

de [https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/mercado-](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/mercado-laboral-por-departamentos)

[laboral-por-departamentos](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/mercado-laboral-por-departamentos)

Departamento nacional de planeación . (2020). *DANE*. Obtenido de

https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/73_infografia.pdf

Departamento Nacional de Planeación . (2020). *DANE*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>

Departamento nacional de planeación. (2019). *Encuesta nacional de calidad de vida* . Obtenido de

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/calidad_vida/2019/Boletin_Tecnico_ECV_2019.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (2020). *Boletín técnico Producto Interno Bruto*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales>

Departamento Nacional de Población . (2018). *Censo nacional de población y vivienda* . Obtenido de

https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/73_infografia.pdf

DNP. (2020). *GOV.CO*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-empresarial/Competitividad/Paginas/Indice-Departamental-de-Innovacion-para-Colombia-2019.aspx>

ECA Colombia. (2020). *ecacolombia.com*. Obtenido de <https://ecacolombia.com/equipo/>

Fondo Emprender . (s.f.). Obtenido de <http://www.fondoemprender.com/SitePages/Home.aspx>

Gobernación del Tolima . (2020). Obtenido de

<https://www.tolima.gov.co/publicaciones/1306/historia/>

Gobernación del tolima. (2015). *tolima.gov*. Obtenido de

<https://www.tolima.gov.co/documentos/794/indeportes/>

La república. (28 de julio de 2020). *El peso colombiano es la cuarta moneda más devaluada de la región en lo corrido del año*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/finanzas/cuales-son-las-monedas-de-latinoamerica-mas-devaluadas-en-lo-corrido-del-ano-2020-3036693>

Ley 09. (24 de enero de 1979). Por la cual se dictan Medidas Sanitarias. Bogotá, Colombia:

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0009_1979.html.

Ley 140. (23 de junio de 1994). Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el territorio nacional. Bogotá:

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0140_1994.html.

Ley 1429. (29 de diciembre de 2010). Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. Bogotá, Colombia: Diario Oficial No. 47.937.

Ley 1480. (12 de octubre de 2011). Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Bogotá, Colombia: Diario oficial 48220.

Ley 1931. (27 de julio de 2018). Por la cual se establecen directrices para la gestión del cambio climático . Bogotá, Colombia:

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201931%20DEL%2027%20DE%20JULIO%20DE%202018.pdf>.

Ley 1970. (2 de Mayo de 2016). Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones. Bogotá, Colombia: Diario Oficial No. 49.861.

Ley 23. (19 de diciembre de 1973). Por la cual se conceden facultades extraordinarias al

Presidente de la República. Bogotá, Colombia:

https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/app/leyes/2a-ley_0023_1973.pdf.

Ley 527. (18 de agosto de 1999). Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de

los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen

las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. Bogotá, Colombia: Diario

Oficial 43673 .

Ley 905. (2 de agosto de 2004). Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre

promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan

otras disposiciones. Bogotá, Colombia: Diario Oficial 45628.

Ley estatutaria 1581. (17 de octubre de 2012). Por la cual se dictan disposiciones generales para

la protección de datos personales. Bogotá, Colombia: Diario Oficial No. 48.587.

Mincomercio. (agosto de 2020). *Mincit*. Obtenido de

[https://www.mincit.gov.co/getattachment/eda93571-34c2-48d8-956e-](https://www.mincit.gov.co/getattachment/eda93571-34c2-48d8-956e-6cffb358d488/Tolima)

[6cffb358d488/Tolima](https://www.mincit.gov.co/getattachment/eda93571-34c2-48d8-956e-6cffb358d488/Tolima)

Ministerio de comercio, industria y turismo. (s.f.). *mincit*. Obtenido de

[https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=f2f747bd-cdb7-49be-b345-](https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=f2f747bd-cdb7-49be-b345-be21615998da)

[be21615998da](https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=f2f747bd-cdb7-49be-b345-be21615998da)

MinTic. (2020). Obtenido de

<https://www.mintic.gov.co/porta/inicio/Iniciativas/Usuarios/MiPyme-Vive-Digital/>

MinTic. (28 de abril de 2020). *Colombia tiene 8,1 millones de nuevas líneas de internet móvil 4G: MinTIC*. Obtenido de <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/Colombia-tiene-8-1-millones-de-nuevas-lineas-de-internet-movil-4G-MinTIC-200428.aspx#:~:text=Bogot%C3%A1%2C%2028%20de%20abril%20de,%2C4%20millones%20por%20suscripci%C3%B3n>).

Naciones Unidas. (2020). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Perozo, E., & Nava, Á. (2005). El impacto de la gestión tecnológica en el contexto empresarial. *Revista Venezolana de Ciencias Sociales*, 488-504.

Secretaría de planeación y TIC. (31 de Diciembre de 2019). *Gobernación del Tolima*. Obtenido de <https://www.tolima.gov.co/documentos/2597/vigencia-2019/>

Terridata. (2020). Obtenido de <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/73000>

Transparencia Internacional. (2019). *Transparency international*. Obtenido de <https://www.transparency.org/en/cpi/2019/results/table?>