



---

## CENTRO DE ASESORÍAS VIRTUALES (CAV)

---

SHARY DANIELA PADILLA OSPINO

OSCAR FELIPE USECHE GONZÁLEZ

CRISTIAN ALEJANDRO SÁNCHEZ PORRAS



<https://www.facebook.com/profile.php?id=100055442374818>



<https://instagram.com/ca.virtuales20?igshid=1u47o89bz3ibb>



[ca.virtuales20@gmail.com](mailto:ca.virtuales20@gmail.com)



## Índice

1. Compromisos de Autores.....	7
2. Resumen ejecutivo .....	8
3. Introducción .....	9
4. Objetivos.....	9
5. Nuestras Claves para el Éxito .....	10
6. Ideación.....	11
6.1. Análisis del entorno y contexto de la idea de Negocio .....	11
6.1.1. Factor Político.....	11
6.1.2. Factor Económico .....	11
6.1.3. Factor Socio Cultural .....	12
6.1.4. Factor Ambiental .....	13
6.1.5. Factor Tecnológico .....	13
6.1.6. Población Afectada .....	14
6.2. Teoría de Valor compartido.....	14
6.3. Tecnologías disruptivas .....	15
7. Identificador del problema, necesidad, reto u oportunidad.....	15
7.1. Identificación del problema .....	15
7.1.1. Necesidad.....	15
7.1.2. Reto.....	16

7.1.3. Oportunidad .....	16
7.2. Afectación de Problemas .....	16
7.2.1. Comunidad.....	16
7.2.2. Clientes .....	17
7.2.3. Entorno.....	17
7.3. Problema al cual enfocarnos .....	17
7.4. Árbol de problemas.....	18
7.5 CAV y las ODS.....	19
8. Descripción de la idea de negocio .....	19
8.1. Estructura de idea de negocio .....	19
8.2. Descripción de idea de negocio estructurada.....	20
8.3. Innovación.....	20
9. Investigación del mercado y prototipo.....	21
9.1. Fuerza de la Industria.....	21
9.1.1 Contextualización de la empresa .....	21
9.1.2. Análisis de demanda .....	21
9.2. Análisis de la oferta .....	23
9.3 Competencia .....	25
9.4 Análisis de la comercialización .....	27
9.5. Análisis de los proveedores .....	28



9.6 Segmentación del mercado .....	29
9.6.1. Bondades de nuestro servicio.....	29
9.6.2. Nuestro cliente ideal .....	30
9.7. Prototipo.....	32
9.7.1. Bondades de CAV.....	32
9.7.2. Nuestro Producto .....	33
10. Propuesta de Valor .....	34
10.1. Perfil del cliente .....	35
10.1.1. ¿Qué tareas intentan realizar mis clientes en su vida laboral y personal? .....	35
10.1.2.¿Qué problemas creo que tienen mis clientes de los que tal vez ni siquiera estén al tanto?.....	35
10.1.3.¿Qué necesidades emocionales están tratando de satisfacer tus clientes? .....	36
10.1.4.¿Cómo se quiere sentir tu cliente? .....	36
10.2. Frustraciones del cliente: .....	36
10.2.1. ¿Cómo definen mis clientes demasiado costosos? ¿Mucho tiempo, demasiado dinero o requiere esfuerzos sostenido? .....	36
10.2.2.¿Qué hace que mis clientes se sientan mal?.....	37
10.2.3.¿Cuáles son las principales dificultades y desafíos que tienen mis clientes? .....	37
10.2.4.¿Qué les preocupa a mis clientes? .....	37
10.3. Alegrías del cliente: .....	37



10.3.1. ¿Qué ahorro haría felices a mis clientes? ¿Tiempo, dinero y esfuerzo?.....	37
10.3.2.¿Qué niveles de calidad esperan, y que desearían más o menos?.....	38
10.3.3.¿Qué les facilitaría la vida a mis clientes?.....	38
10.3.4.¿Cómo miden mis clientes el éxito y el fracaso?.....	38
10.4. Mapa de valor .....	38
10.4.1. ¿Genera ahorros de dinero, tiempo, esfuerzo?.....	38
10.4.2.¿Hacer que mis usuarios se sientan mejor?.....	39
10.4.3.¿Arreglar soluciones de bajo rendimiento?.....	39
10.4.4.¿Pone fin a las dificultades y retos con los que se encuentran mis usuarios?.....	39
10.4.5.¿Elimina un riesgo que les asusta?.....	39
10.4.6.¿Limita o erradica errores habituales que cometen? .....	39
10.4.7.¿Elimina barreras que hacen que los usuarios adopten el producto/servicio? .....	39
10.5. Creadores de alegrías: .....	40
10.5.1. ¿Crear ahorros que satisfagan a tus usuarios?.....	40
10.5.2.¿Producir resultados que tus usuarios esperan o que superan sus expectativas?.....	40
10.5.3.¿Facilitar el trabajo o la vida de tus usuarios? .....	40
10.5.4.¿Hace algo específico que tus usuarios están buscando?.....	40
10.5.5.¿Cumple un deseo que tus usuarios sueñan? .....	40
10.5.6.¿Producir resultados positivos que coincidan con el éxito de tus usuarios?.....	41
10.6. Productos y servicios: .....	41



10.6.1. ¿Qué capacidades, recursos y habilidades tienes o puedes conseguir para el desarrollo de tus nuevos productos y servicios? .....	41
11. Diseño del producto .....	42
11.1. Ficha técnica .....	42
11.2. Ciclo de vida .....	42
11.2.1. Definición estratégica .....	42
11.3. Diseño de concepto .....	43
11.3.1. Listado de materiales .....	43
11.2.2. Listado de maquinaria.....	43
11.3. Diseño en detalles .....	44
11.4. Comunicación del Servicio .....	45
11.5. Costos de producción y venta .....	46
11.5.1. Costos de producción.....	46
11.5.1. Costos de Venta .....	46
11.6. Validación y verificación.....	46
11.7. producción.....	47
11.8. Precio de venta.....	48
12. Prototipo.....	48
12.1. Características del producto o servicio .....	48
12.2. Características del prototipo .....	48



12.3. Como se va a interactuar la gente con el prototipo .....	49
12.4. Evidencia del prototipo .....	49
13. Modelo Running Lean .....	51
14. Validación Ideas de negocio .....	52
14.1. Objetivo de la investigación.....	52
14.2 Determinar el tipo de investigación. ....	52
14.3 Formulario de la encuesta. ....	52
14.4. Tamaño de la muestra. ....	52
14.5. ¿Qué es lo primero que tenemos que validar para poner en marcha nuestra idea de negocio? .....	53
14.6. ¿Quizás puede ser el problema o la necesidad de nuestros potenciales clientes?.....	53
15. Test del prototipo .....	53
15.1. Tamaño de la Muestra.....	55
15.2. Resultados Encuesta.....	57
16. Lecciones Aprendidas.....	60
12. Referencias.....	61



## 1. Compromisos de Autores

Nosotros Shary Daniela Padilla Ospino identificada con CC. 1066082126, Oscar Felipe Useche Gonzalo identificado con CC. 1000253183 y Cristian Alejandro Sánchez Porras identificado con CC. 1003619653, estudiantes del programa Creación de empresas 1, declaramos que:

El contenido presente documento es un reflejo de nuestro trabajo conjunto y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directos legales, económicos y administrativos 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.

Shary Padilla

**Firma**

SHARY PADILLA

CC. 1066082126

3209233686

Oscar Useche

**Firma**

OSCAR USECHE

CC. 1000253183

3125125513

Cristian Sanchez Porras

**Firma**

CRISTIAN PORRAS

CC. 1003619653

3138248855





## 2. Resumen ejecutivo

Somos una empresa dedicada a brindar asesorías para la correcta utilización de plataformas o aplicaciones que brindan un servicio personalizado a domicilio, la cual enseñará a utilizar todas esas herramientas que te ayudan a comprar desde casa, ahorrando tiempo o dinero de forma fácil y rápida. Esta empresa tiene como obstáculos a superar los problemas de la comunidad que traen la falta de conocimientos de herramientas y funciones tecnológicas a la comunidad son procesos más lentos en tareas básicas, riesgos de hacer actividades tradicionales, más gastos en el hogar y un gran número de afectaciones que van desde económicas hasta más graves que involucran la salud de las personas, en otras palabras el principal problema al cual nosotros nos enfrentamos son la dificultad que tiene ciertos sectores de la sociedad que no cuenta con conocimientos necesarios para manejar y aprovechar los beneficios de cuenta la tecnología como herramienta de gestión e interacción de medios teniendo en cuenta que se necesita una conexión a internet y un dispositivo que permita ello, hoy en día no es complicado contar con estos servicios, pero aún sigue siendo una necesidad importante en varias familias de bajos recursos o aquellas que viven en zonas aledañas y es el obstáculo que queremos superar. Nuestro principal reto que nos proponemos es llegar a cualquier lugar y cualquier sector social por ejemplo personas de tercera edad o analfabéticas, hacer un sistema de interacción sencilla para manejar estas tecnologías contando con un personal técnico de asesores.

Aspiramos contar con apoyos de recursos tecnológicos, cursos de formación que ofrezcan el ministerio y demás ayudas que se puedan obtener por medio del gobierno o alianzas con otras micro o macroempresas para el desarrollo de la nuestra son oportunidades que nos ayudara a crecer y solidificar nuestra empresa.



### **3. Introducción**

Nuestra idea de negocio surge por medio de la problemática que hoy en día tienen muchas personas en llevar su vida diaria aprovechando los recursos virtuales en un mundo vanguardista en el que la tecnología es el principal medio de comunicación y de gestión de actividades diarias, este problema deja vulnerables a muchas personas con pocos conocimientos como pueden ser niños, jóvenes, adultos o personas de la tercera edad que se ven en la necesidad de seguir haciendo actividades tradicionales que pueden tener hasta riesgos de afectación económica o hasta incluso de salud en la actualidad.

Por otro lado, el logo tiene las iniciales de nuestro nombre, así mismo como una imagen que representa la conexión que se maneja con el cliente por medio de nuestros servicios.

### **4. Objetivos**

Nuestra empresa tiene como principal objetivo fomentar la virtualización, dar asesorías de solución a problemas cotidianos, mostrar la gran variedad de herramientas que puede realizar el usuario con solo tener conexión a internet, además de ello podemos cuadrar un cronograma de actividades, gestionar sus actividades para que mejore el ambiente y calidad de vida que pasen los usuarios en sus casas. Este proyecto se adapta a los principales problemas sociales actuales con alternativas para la búsqueda de nuestro objetivo, nosotros seguiremos brindando estas soluciones ya que vivimos en un mundo que la tecnología tiene mucha importancia, siendo provechada mejora el día a día de las personas y ese es nuestro principal objetivo, acercar la tecnología y sus ventajas a las personas que no cuentan con conocimientos de ello.



## 5. Nuestras Claves para el Éxito

Nuestra empresa creemos en la teoría del valor compartido nuestra idea de negocio, podría aportar a el sector social culturizándolo en cuanto al manejo de redes y tecnología, el tema en cuestión hace referencia a que la gente que reciba las asesorías, tendrá una mayor facilidad para informarse de temas importantes que se presentan en la actualidad, esto dará sus frutos o ayudara a la sociedad en el momento que se deban tomar decisiones sociales.

La idea de negocio que nosotros planteamos, si requiere de tecnología para su debida realización, pero no de una tecnología disruptiva puesto que para hacer posibles las asesorías no se necesita de un equipo tecnológico muy sofisticado, más bien con un equipo estándar o básico se puede realizar perfectamente, ya que las asesorías son sobre el manejo y uso apropiado del equipo en cuestión.

Por último nuestra idea de negocio trata de lograr una culturización sobre el manejo productivo de la tecnología, ya que como sabemos gran parte de la población utiliza la tecnología solo como medio de comunicación, el objetivo de nuestra idea de negocio es enseñar un manejo más optimo y cultural, aparte que se pueda utilizar para objetivos tanto personales como sociales, es decir si se necesita información para progresar en cualquier proyecto individual o grupal, por ende la problemática es lograr este objetivo, como una solución inicial según lo investigado podemos aplicar la estrategia de innovación en modelo de negocio, la cual consiste en mejorar a medida que el proyecto surge, también decidimos tomar esta estrategia porque según la investigación que realizamos no hay otra empresa que preste los mismos servicios que nosotros.

## **6. Ideación**

### **6.1. Análisis del entorno y contexto de la idea de Negocio**

Nuestra empresa cuenta con los siguientes entornos que presentan la problemática actual de la sociedad y a la cual enfocaremos nuestras estrategias para adaptar o generar una solución al beneficio de la empresa.

#### **6.1.1. Factor Político**

La sociedad en materia política de Colombia por motivos de la pandemia ha generado facilidades en sus políticas de empleo y políticas económicas, aun así, la tasa de desempleo en Bogotá en el último trimestre ha sido del 23,6 según las bases de datos del ministerio de trabajo lo que genera un reto del gobierno el apoyar las actuales y nuevas empresas a la generación de nuevas ofertas laborales.

CAV ofrecemos la prestación de un servicio que cumple con las normas legales protegidas por las TIC (tecnología de la información y comunicación), para cumplir con las normas de calidad que cuenta nuestro servicio.

En nuestro sector económico mantendremos la Confidencialidad de datos y transparencia (Sin plagio u robo de información), garantizando la seguridad de nuestros clientes.

#### **6.1.2. Factor Económico**

En la actualidad la economía ha sido afectado drásticamente por las problemáticas actuales, esto ha obligado que las entidades financieras presten auxilios a las microempresas en desarrollo, según se manifestó la superintendencia financiera de Colombia se han facilitado la

solicitud de créditos y ampliado los plazos de pago con mejoras en las tasas de interés, como ayuda a estas microempresas que en problemas de pandemia puedan progresar y generar una economía estable.

Nuestro proyecto está fuertemente influenciado por la tecnología y entendemos como principal entidad de financiamiento de nuestro proyecto a CIDEI (Colciencias) el cual hace parte del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología (SNCT), detonada como entidad de ayuda financiera a empresas que aportan a la utilización de tecnologías como lo hará nuestro proyecto de creación.

### ***6.1.3. Factor Socio Cultural***

Hoy en día vivimos en una sociedad que se acerca más a la virtual aún más con la pandemia, pero esto deja vulnerable a aquellas familias que no cuentan con algún dispositivo con conexión a internet o una fuente de internet, también tiene vulnerables personas analfabéticas, para estas personas hay programas sociales y subsidios para que puedan contar con estos elementos informáticos según se muestra en prosperidad social.

Nuestros usuarios contarán con varios medios de acceso a nuestros servicios de manera virtual por medio de dispositivos electrónicos a través de nuestras redes sociales, como Facebook, Instagram, WhatsApp, Pagina Web Oficial o a través de nuestro correo corporativo tanto para consultas, contactos, adquisición de servicios o contactos con nosotros.

#### **6.1.4. Factor Ambiental**

Los principales riesgos ambientales que cuentan las familias en una época que se está más tiempo en las casa, son el mal manejo de los recursos como la energía, el agua y demás, esta época difícil se necesita tener más conciencia en cuanto gasto estamos haciendo, hoy en día se puede gestionar de manera fácil cuanto gastamos y como aprovechamos fuentes alternativas de estos recursos como son el agua y la luz, además de cómo aplicarlos en el desarrollo de una empresa con programas orientados que ofrecen el ministerio de ambiente y desarrollo sostenible.

Nosotros manejamos un servicio a favor del medio ambiente, nuestras operaciones logísticas se harán de manera virtual y de esta manera evitar acciones como impresión de facturas o el gasto excesivo de papel y de esta manera contribuir en la ayuda del medio ambiente evitando el gasto de los recursos por medio de operaciones virtuales.

#### **6.1.5. Factor Tecnológico**

Hoy en día es de gran importancia la conexión que tienen las personas a a la red y la que nos permiten interconectarnos en cualquier parte desde cualquier sitio y de esta manera ser una herramienta que cada vez tiene más usos y aprovechamiento.

Al ser muy reciente esta tecnología no todas las personas cuentan con conocimientos de como usar o que hacer en la red y es por eso que ministerios como el de las TIC ofrece ayuda, cursos y además apoya proyectos innovadores tecnológicos que permiten que las personas se acerquen mas a el buen uso y aprovechamiento de las herramientas tecnológicas.



CAV cuenta con el desarrollo de estas herramientas tecnológicas y Avances tecnológicos de nivel comunicativo que favorece a la utilización de plataformas virtuales con accesos de internet de forma remota en cualquier lugar.

Contamos con una gran influencia de las TIC, nuestra idea de negocio tiene un Impacto significativo debido a que el proyecto está centrado en esta parte de las tecnologías y comunicaciones.

#### ***6.1.6. Población Afectada***

En nuestro entorno social contamos con un sector de la población afectada al no poder recibir nuestros servicios correctamente y nuestro reto es lograr llegar a estas personas que son aquellas personas que cuentan con poco conocimiento en áreas de informática y tecnología, las cuales en su mayoría cuentan con las siguientes características:

- **Edad:** De los 25 años en adelante
- **Género:** Masculino y femenino
- **Estrato:** 1, 2 y 3

#### **6.2. Teoría de Valor compartido**

Desde la teoría del valor compartido nuestra idea de negocio, podría aportar a el sector social culturizándolo en cuanto al manejo de redes y tecnología, el tema en cuestión hace referencia a que la gente que reciba las asesorías, tendrá una mayor facilidad para informarse de temas importantes que se presentan en la actualidad, esto dará sus frutos o ayudara a la sociedad en el momento que se deban tomar decisiones sociales.

### **6.3. Tecnologías disruptivas**

La idea de negocio que nosotros planteamos, si requiere de tecnología para su debida realización, pero no de una tecnología disruptiva puesto que para hacer posibles las asesorías no se necesita de un equipo tecnológico muy sofisticado, mas bien con un equipo estándar o básico se puede realizar perfectamente, ya que las asesorías son sobre el manejo y uso apropiado del equipo en cuestión.

## **7. Identificador del problema, necesidad, reto u oportunidad**

En CAV tenemos claro cual es nuestro principal obstáculo que nos impulsa a seguir adelante y superarnos cada vez mas para lograr pasarlo.

### **7.1. Identificación del problema**

El principal problema al cual nosotros nos enfrentamos es la dificultad que tiene ciertos sectores de la sociedad que no cuenta con conocimientos necesarios para manejar y aprovechar los beneficios de cuenta la tecnología como herramienta de gestión e interacción de medios.

#### ***7.1.1. Necesidad***

Es importante tener en cuenta que se necesita una conexión a internet y un dispositivo que permita ello, hoy en día no es complicado contar con estos servicios, pero aun sigue siendo una necesidad importante en varias familias de bajos recursos o aquellas que viven en zonas aledañas.





### **7.1.2. Reto**

El principal reto que nos proponemos es llegar a cualquier lugar y cualquier sector social por ejemplo personas de tercera edad o analfabéticas, hacer un sistema de interacción sencilla para manejar estas tecnologías contando con un personal técnico de asesores.

### **7.1.3. Oportunidad**

Apoyos de recursos tecnológicos, cursos de formación que ofrezcan el ministerio y demás ayudas que se puedan obtener por medio de el gobierno o alianzas con otras micro o macroempresas para el desarrollo de la nuestra son oportunidades que nos ayudara a crecer y solidificar nuestra empresa.

## **7.2. Afectación de Problemas**

Nosotros identificamos las principales problemáticas que tiene el circulo que rodea nuestra empresa de nuestros clientes, la comunidad y el entorno en que vivimos, estos son los retos que deberemos mejorar con el paso del tiempo.

### **7.2.1. Comunidad**

Los problemas que traen la falta de conocimientos de herramientas y funciones tecnológicas a la comunidad son procesos más lentos en tareas básicas, riesgos al salir a la calle a comprar elementos o solicitar procedimientos bancarios, más gastos en el hogar y demás afectaciones que van desde económicas hasta más graves que involucran la salud de las personas.



### **7.2.2. Clientes**

Nuestros clientes cuentan como principal problema la falta de comunicación con nosotros debido a fallas de internet, fallas de servicios de luz, problemas de horario con trabajo u otras actividades y falta de recursos o medios tecnológicos para el manejo de estos.

### **7.2.3. Entorno**

Los principales problemas de nuestro entorno son la facilidad de conseguir un trabajo sostenible de manera sencilla sin ningún riesgo y que no represente un peligro para el trabajador y la familia en los tiempos que vivimos hoy en día.

## **7.3. Problema al cual enfocarnos**

Por medio de esta tabla analizamos los problemas que presenta los clientes, la comunidad y el entorno de la empresa en la que se calificó el de mayor necesidad a trabajar de nuestra empresa y de esta manera determinar el problema que más conviene trabajar a CAV (Centro de Asesorías Virtuales).

**Tabla 1**

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Comunidad	Clientes	Entorno
<i>Conocimiento o Experiencia</i>	4	2	3
<i>Asesoramiento de un Experto</i>	4	2	3
<i>Alcance</i>	2	2	3
<i>Tiempo</i>	4	3	3
<i>Costos</i>	3	2	3
<i>Impacto</i>	5	5	4
<i>¿Cuánto llama la atención?</i>	4	3	3
<b>TOTAL</b>	23	20	22

**7.4. Árbol de problemas**





## 7.5 CAV y las ODS

CAV Contribuye a los objetivos de la ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) en la búsqueda de Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida de todos, por medio de nuestras asesorías en las que buscamos que más personas tengan acceso a la tecnología y las herramientas que brindan ellas, el buscar una equidad en las personas y que no se discriminen aquellas que no tengan conocimiento, contribuimos a la enseñanza y el valor educativo que tiene importancia en la sociedad actual y en la futura.

## 8. Descripción de la idea de negocio

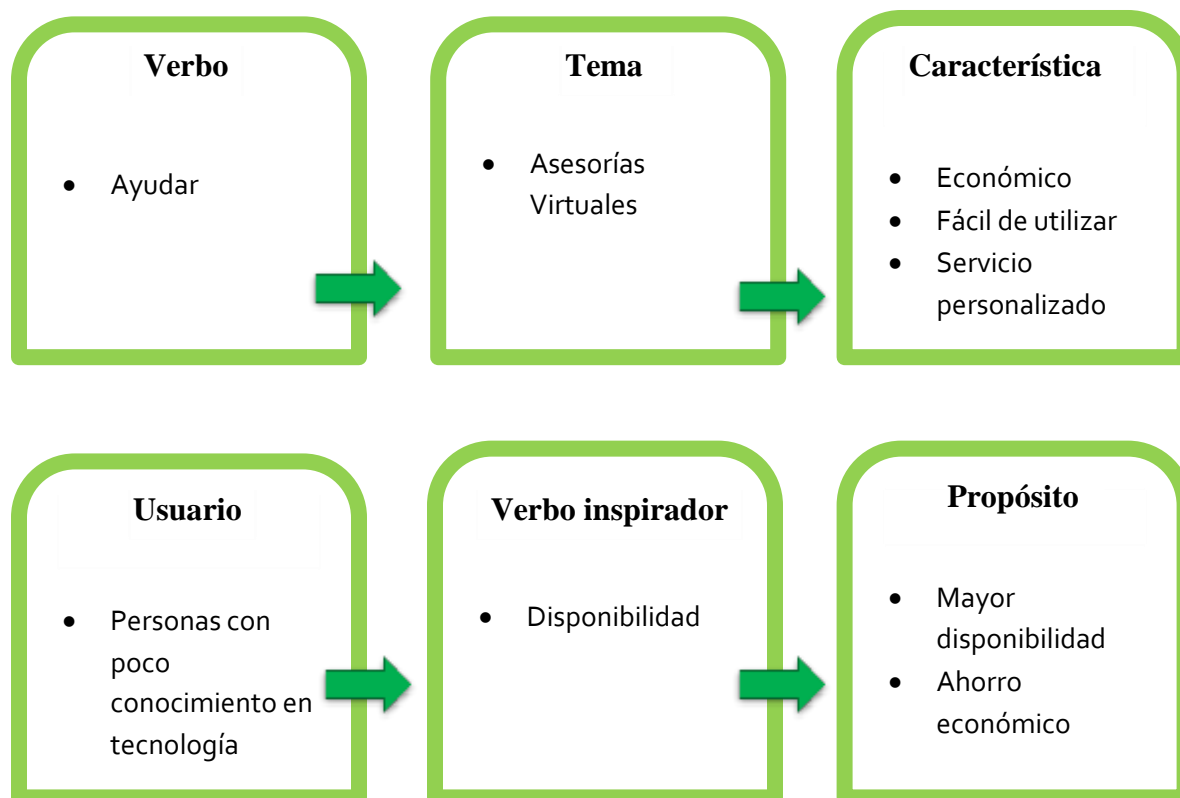
### 8.1. Estructura de idea de negocio

#### ***Tabla2***

<i>¿Cuál es el producto o servicio?</i>	Asesorías Virtuales
<i>¿Quién es el cliente potencial?</i>	Personas con poco conocimiento en tecnología
<i>¿Cuál es la necesidad?</i>	Evitar salir de sus casas, para evitar el contagio de la pandemia y facilitar los servicios
<i>¿Cómo?</i>	Prestando ayuda de tutorías al momento de utilizar plataformas virtuales o aplicaciones
<i>¿Por qué o preferirán?</i>	Por el costo y fácil uso

## 8.2. Descripción de idea de negocio estructurada

Tabla 3



## 8.3. Innovación

Nuestra idea de negocio trata de lograr una culturización sobre el manejo productivo de la tecnología, ya que como sabemos gran parte de la población utiliza la tecnología solo como medio de comunicación, el objetivo de nuestra idea de negocio es enseñar un manejo más óptimo y cultural, aparte que se pueda utilizar para objetivos tanto personales como sociales, es decir si se necesita información para progresar en cualquier proyecto individual o grupal, por ende la problemática es lograr este objetivo, como una solución inicial según lo investigado podemos aplicar la estrategia de innovación en modelo de negocio, la cual consiste en mejorar a medida



que el proyecto surge, también decidimos tomar esta estrategia porque según la investigación que realizamos no hay otra empresa que preste los mismos servicios que nosotros.

## **9. Investigación del mercado y prototipo**

### **9.1. Fuerza de la Industria**

#### ***9.1.1 Contextualización de la empresa***

Somos CAV (Centro de asesorías virtuales) Brindamos nuestros servicios de asesorías completas basadas en las necesidades del cliente según sus especificaciones, ofrecemos una lista de ofertas y soluciones por medio de herramientas virtuales que permiten a nuestros clientes adquirir conocimientos y guías de desarrollo como un bien duradero que dará beneficios a largo plazo. Contamos con un moderado grupo de especialistas de asesorías dependiendo la necesidad del cliente se le asignara el correspondiente asesor y dispondrá de los servicios virtuales que contamos y de igual manera los recursos que podamos darle ya sea cuestionarios, guías y demás herramientas tanto físicas como virtuales que ayudaran a la orientación y el satisfactorio progreso de nuestros clientes que adquieran nuestra suscripción.

#### ***9.1.2. Análisis de demanda***

Nuestros servicios parten de necesidades de bienes sociales de los cuales tenemos como principales influencias internas del propio gobierno el ministerio de las TIC que ofrece capacitación y de igual manera da cursos de enseñanza o convocatorias para la población y de influencias externas tenemos multinacionales globales como CISCO que aparte de dar productos en telecomunicaciones, también ofrece cursos de capacitación a personas y apoyos a empresas en desarrollo siendo un gran influyente.



Somos actuadores en diversos campos tanto de vida cotidiana simples para mejorar la calidad de vida como también ayudamos y ofrecemos herramientas y soluciones económicas para empresas o trabajadores y en estos campos las herramientas tecnológicas tienen un gran impacto en la actualidad, siendo el principal motor de cambio y progreso lo que determina el éxito tanto en un trabajador común como una microempresa y este bien es muy necesario en la sociedad y por tal motivo cuenta con alta demanda.

Los usuarios a los que nos encontramos son personas que no han contado con la formación o experiencia en el uso de la tecnología, son personas que no han encontrado algún curso o enseñanza de tal forma que pueda enfocar estos conocimientos para usarlos en sus vidas diarias, optimizar tiempos, mejorar la calidad de vida, lograr ofertas, generar oportunidades y demás beneficios que con una correcta orientación se puede obtener.

Nuestros usuarios tienen una característica principal en su comportamiento y es que son curiosos, no se quieren quedar atrás con el mundo contemporáneo y buscan adquirir más conocimientos y lograr un beneficio y ventaja, lograr cambiar la forma tradicional por una contemporánea al mundo tecnológico que vivimos y de esta manera lograr ventajas de ello, la curiosidad y ganas de aprender y generar un cambio es lo que nos motiva a nosotros.

El mercado de bienes y servicios es muy grande, tenemos una cantidad grande de posibles clientes que requieren de servicios como los que ofrecemos, aunque haya empresas y organizaciones que también busca lo mismo que nosotros, es un reto el lograr llegar estas personas y lograr motivarlas a unirse a nuestro proyecto.

Es una alta demanda de personas que requieren un servicio de orientación adaptada a sus necesidades y la cuota de mercado a la cual nosotros estamos enfocados son a las personas de



zonas urbanas ya que contamos con elementos cercanos de fácil acceso a excepción de los rurales y son la población donde más demanda tenemos.

## **9.2. Análisis de la oferta**

Tenemos organizaciones y empresas que al igual que nosotros ofrece asesorías y atención según sus campos tanto económicos como laborales que buscan lo mismo que nosotros y es generar una atención satisfactoria a los clientes según sus necesidades, estos son nuestra principal competencia.

Nuestros competidores son empresas principalmente virtuales y otras de forma presencial, hay pocas empresas de forma presencial que abarquen el territorio nacional, pero por sector local en tan solo la capital hay una gran cantidad de empresas y escuelas que ofrecen tanto asesorías como cursos, de igual manera las virtuales logran expandir sus fronteras y abarcan el país incluso otros países.

Cuentan con plataformas con recursos interactivos de igual manera ofrecen cursos personalizados a sus clientes que dependiendo la ubicación pueden realizarlos presencial o virtualmente, además de tener un equipo de trabajo con personas capacitadas para dar asesorías, también cuentan con servicios de logística para futuras empresas.

Estas empresas llegan a ciertas partes del mercado de los cuales están incluidos los emprendedores o que quieren montar un negocio, los que aspiran empleo y herramientas laborales, personas naturales que buscan un sustento económico extra al de su trabajo y muchos otros sectores del mercado de bienes y servicios.





Los principales puntos fuertes de la competencia son sus innovadoras herramientas de aprendizaje, los variados recursos que cuentan y su buen equipo de trabajo, pero de igual manera se enfocan en solo un sector económico y su punto débil es que hay otros sectores de los cuales no cubren sus servicios, a su vez poblaciones especiales no pueden contar con sus servicios ya que no cuenta con una especialización para esto.

Los aprendizajes que obtenemos de nuestra competencia son las infografías y medios visuales llamativos que logra captar la atención al cliente, sus medios de difusión son redes sociales y la compartición de sus servicios con usuarios llamando más clientes, también una estrategia de la cual podemos enfocarnos son sus precios de suscripción en el cual ofrece un descuento si asiste a charlas, conferencias y otras actividades que ayuda a la formación del usuario y a la expansión de la empresa.

Nuestra empresa busca atender ciertos sectores que no se le dan importancia y atender de la misma manera como puede obtener los servicios un joven empresario, también puede tener el mismo servicio y atención una persona natural, buscamos llegar a cualquier población que cuenten con los recursos necesarios y no solo enfocarnos en la economía de nuestros cliente, buscamos un bienestar en la vida diaria de ellos y que sepan optimizar su tiempo, mejorar su calidad de vida, hacer un servicio enfocado más a la prosperidad del cliente no siempre en la economía de él y es lo que nos diferencia de la competencia.

El plan que seguimos contiene una gran cantidad de herramientas que puede disponer nuestros usuarios, contamos con asesorías, servicios personalizados, cursos, recursos audio visuales de apoyo, conferencias y charlas orientadoras, servicio de aprendizaje tanto presencial como remoto, dar herramientas y soluciones según la necesidad del cliente, actividades lucrativas



que ayudan al desarrollo de nuestros usuarios, estos y otras estrategias son con las que contamos para lograr el cambio y la diferencia en nuestra competencia.

### **9.3 Competencia**

Nosotros nos enfocaremos en un primer momento en la competencia de asesorías virtuales en línea, ofrecer nuestro servicio de suscripción virtualmente y de esta manera ofrecer todas nuestra herramientas y recursos a nuestros clientes.

CAV está a la vanguardia de la tecnología, buscaremos mejorar nuestros servicios con las ultimas herramientas tecnológicas que se desarrollen, no buscamos quedarnos quietos en la era tecnológica que cada día está avanzando y generando nuevos cambios, estaremos preparados para utilizar lo nuevo que salga a favor de nuestra empresa y generar un servicio más profesional a nuestros clientes.

- En CAV nos diferenciamos por el método de enseñanza personalizado para cada persona u necesidad, además de nuestros precios
- Para ayudar a nuestros clientes en la solución de sus problemas, propusimos métodos esenciales y diversos que favorecen el aprendizaje individual de cada uno.
- Ofrecemos servicios de mantenimiento u revisión de dispositivos, utilización de aplicaciones o páginas web y medios de comunicación.

En nuestro trabajo de investigación logramos identificar nuestra competencia, empresas que cumplen la función de asesorías virtuales con características similares con nosotros en

Colombia incluso en otros países ya internacionalizados que son nuestra competencia de los cuales ofrecen:

**Tabla 4**

<b>Nombre del Competidor</b>	<b>Producto</b>	<b>Precio</b>	<b>Servicio (Ventaja Competitiva)</b>	<b>Ubicación</b>
<i>CRONOMAQUIA</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar y administrar tu vida de forma integral</li> <li>• construir estrategia personal</li> <li>• diseñar sistema de organización personal</li> <li>• planificar actividades de día a día</li> <li>• Construir tu proyecto de vida</li> </ul>	\$0.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseña tu estrategia personal</li> <li>• Identifica en que puedes mejorar</li> <li>• Mentoring 1x1</li> <li>• Mapa de servicios</li> <li>• Medios de utilización</li> </ul>	Perú
<i>A&amp;C NEGOCIOS</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración del tiempo</li> <li>• Efectividad personal</li> <li>• Habilidades gerenciales</li> <li>• Negociación con conocimiento</li> </ul>	\$109,514.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesorías en neuro ventas</li> <li>• SG-SST, SMarketing</li> <li>• sistemas de planeación de calidad</li> <li>• servicio al cliente</li> </ul>	Ibagué- Colombia
<i>SURICATA LABS</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ideas de negocios digitales</li> <li>• Programas para crecer y modelar negocios</li> <li>• Programas para MiPymes</li> <li>• Innovación publica</li> <li>• competencia para jóvenes</li> </ul>	\$100,000.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operador fase de descubrimiento de negocios digitales</li> <li>• Proveedor de servicios de consultoría y acompañamiento</li> <li>• Acompañamiento y asesoría al programa de</li> </ul>	Bucaramanga - Colombia

#### **9.4 Análisis de la comercialización**

Nuestros competidores ofrecen como productos cursos de enseñanza en determinados temas, además de suscripciones por tiempos de 1 mes o 1 año en el que se ofrece servicios especializados y también conferencias o talleres de forma gratuita que puede solicitar un usuario solo registrándose en el sitio web de la organización empresa que da el servicio.

El cliente que pague un curso de enseñanzas contara con una serie de conferencias en las que podrá asistir y participar, además de una orientación y respuesta a sus inquietudes, los que adquieran la suscripción anual o mensual tendrán todos los servicios que cuente la compañía como pueden ser cursos, atención al cliente, recursos, talleres, conferencias y demás herramientas que puede usar el usuario y por último de los servicios un curso ya diseñado con un plan de seguimiento que se puede obtener gratuitamente y realizar de manera virtual solo con registrarse.

Los precios pueden variar dependiendo si es un curso en específico o una suscripción, las suscripciones presentan similitud en las empresas al ser superior de cien mil pesos el valor total por un periodo de tiempo en el que obtendrá varios beneficios enfocados a varios temas, los cursos o recursos más limitados enfocados solo a un tema son gratuitos, puede generarse costos adicionales en servicios especializados de cliente-asesor o cursos y diplomados que pueda obtener el cliente.

## 9.5. Análisis de los proveedores

Los proveedores que CAV requieren en un comienzo al ser un empresa que presta servicio de formación requerimos de un excelente equipo de trabajo que sea especializado en los campos que requerimos, asesores de los cuales los capacitaremos para cualquier campo, como empresa de forma remota cualquier empleador con un computador y acceso a internet puede hacer teletrabajo, de manera presencial se dispondrá de una instalación con una red de comunicación y equipos electrónicos que serán usado en los espacios de trabajo.

CAV realizará alianzas estratégicas con páginas en las cuales se va a trabajar, como lo es Wix ,WordPress y organizaciones de prestación de servicios con seguridad como lo es la nube y drive, a su vez alianzas estratégicas con Baloto, Bancolombia y Paga todo , para el manejo del medio de pago de la prestación solicitada

Aparte de los elementos físicos de trabajo nuestros servicios especializados cuentan con herramientas de varias organizaciones privadas o públicas de las cuales se puede tener una alianza o beneficio a nuestros usuarios, un reconocimiento de estos y lograr ofrecer una mejor experiencia a los usuarios poniendo como ejemplo un certificado de la Min Tic de asesorías digitales

Los precios en los elementos físicos en la instalación de un espacio de trabajo sin tener en cuenta el edificio donde se realizará, son estimaciones de aproximadamente \$2,000,000.00 de pesos en cableado estructurado y más de &44,000,000.00 de pesos en adecuación de espacios de trabajos por medio de empresas de contratación con experiencia y calidad de servicio.



Las alianzas, reconocimientos y certificados con entidades nacionales o gubernamentales no requieren de un costo.

En el ámbito legal nuestra empresa será formalizada con tramites con la DIAN y la cámara de comercio de Bogotá que será el lugar donde nuestra empresa tendrá su sede principal y donde empezaremos a dar nuestros servicios para ser una empresa seria que ofrece soluciones de manera legitima.

## **9.6 Segmentación del mercado**

### ***9.6.1. Bondades de nuestro servicio***

- Ayuda al desarrollo de conocimientos
- Enseña nuevas herramientas
- Facilita procesos cotidianos
- Genera soluciones a problemas frecuentes
- Incluye a poblaciones vulnerables
- Genera nuevas formas de enseñanza
- Fortalece los vínculos sociales
- Ofrece oportunidades de empleo
- Estudia y gestiona sus servicios
- Ofrece servicios adicionales sin costo
- Profundiza la necesidad del cliente
- Mejora sus procesos de gestión
- Está a la vanguardia de la tecnología
- Ofrece nuevos productos conforme avanza
- Es confiable y legitima

**9.6.2. Nuestro cliente ideal**

**Tabla 5**



Javier siente frustración ya que cuenta con una tienda pequeña como negocio y logro contratar un personal, pero no ha tenido oportunidades ni correcta orientación de que hacer en sus tiempos libres de trabajo y se le dificulta la utilización de herramientas informáticas que no ha usado nunca y le interesa saber más y aprovechar las herramientas.

Sueña con expandir su negocio de verduras y lograr tenerlas en otros barrios y para ello quiere usar el medio de herramientas informáticas a la vanguardia de la tecnología para emprender.

Javier  
58 años  
Colombiano  
De Bogotá

Actualmente es el administrador de un pequeño negocio del cual solía atender el y logro tener una economía estable para contratar personal, desea aprovechar al máximo el tiempo libre que dispone ahora para tener oportunidades.

Javier afirma que las barreras que bloquean su sueño de emprender una empresa de arte son sus bloqueos mentales y falta de inspiración que le causa el estrés laboral.

“Funde mi negocio con mucho esfuerzo y sé que puedo expandir más el servicio que presto en los tiempos que ahora vivimos”

Sus hijos fueron los principales motivadores a su emprendimiento por medio de la tecnología de la cual puede sacar beneficios



**¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?** Nuestros clientes ideales son mentes creativas que buscan un nuevo cambio y estilo de vida aprovechando los beneficios que se ofrecen hoy en día, cualquier persona como un trabajador o una ama de casa puede tener tiempo libre para adquirir conocimiento i informático.

**¿Qué valores destacan a su cliente ideal?**

- Son creativos y motivados
- Buscan familiarizarse con la vanguardia de la información
- Quieren un cambio de su estilo de administración de vidas
- Cuentan con un espacio y tiempo del cual quieren aprovechar
- Son curioso y le gustan conocer mas como funciona el mundo

**¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?** Nuestro cliente se encuentra con una sociedad que la tecnología predomina, los mercados en línea son un gran influente y las jóvenes empresas están aprovechando eso que al igual las formas mas tradicionales pueden adaptarse a este mundo de posibilidades, solo se necesita motivación y ganas se iniciar el proceso.

**¿Las necesidades más urgentes que presenta nuestro cliente ideal?** Sus necesidades más urgentes es conocer que herramientas y usos puede usarles a las redes sociales, a las aplicaciones ideales en su emprendimiento y diversas opciones que ofrece el mundo informático.





## **9.7. Prototipo**

### ***9.7.1. Bondades de CAV***

Somos una empresa que ayudamos en la enseñanza de nuevos conocimientos sobre herramientas innovadoras que existen y pueden ser aprovechadas en nuestros clientes que buscan incursar más en la vanguardia de la tecnología y desea un crecimiento económico tanto como empresa o una optimización del uso del tiempo.

Nuestros servicios no tienen barrera geográfica, nosotros estudiamos y gestionamos su mejor servicio para brindarle asesoría virtual de forma remota y de igual manera de forma presencial para los que lo soliciten, con que nos de 1 hora de su tiempo libre ya está entrando en el proceso de la cultura digital que creamos.

Nuestros clientes a los cuales ofrecemos nuestro servicio, son personas creativas y motivadoras que llevan un estilo de vida tradicional y cotidiano pero que son curiosas y eso es lo que alimenta nuestro proyecto, la curiosidad de buscar y utilizar nuevas cosas, generar nuevos cambios y adaptarse a cómo funciona el mundo, estos son nuestros clientes y nosotros somos los que le daremos la orientación y nuestros servicios de asesoría para que logren su cambio de vida.

La tecnología predomina, los mercados en línea son un gran influente y las jóvenes empresas están aprovechando eso y eso no es un impedimento a que una trabajador que quiera montar su negocio, un vendedor que quiera expandirse, una ama de casa que busque una empresa en línea entre muchas otras personas que tienen claro que no es una barrera ni un limitante el que no aprovechen los beneficios la informática, no es imposible y se puede lograr de manera más



sencilla de lo que aparenta, solo se necesita motivación, ganas de hacer y sobre todo curiosidad, nuestro principal motor que es la base de nuestra empresa.

### ***9.7.2. Nuestro Producto***

Nuestro producto tiene a otros actores del mercado del cual ofrecen de manera similar al de nuestro servicio características como:

- Empresas de emprendimiento
- Empresas de estudios, títulos y certificados

La población total de personas o negocios que son nuestros principales compradores de nuestro servicio son:

- Personas Adultas cabezas de hogar
- Trabajadores
- Pensionados
- De Tercera Edad

De los negocios que cumplen la necesidad del servicio similar que contamos nosotros, son negocios como:

- Empresas de emprendimiento
- Escuelas de estudio



Las personas que presentan gran potencial para adquirir nuestros servicios son:

- Personas curiosas a la tecnología
- Personas que buscan beneficios con la informática
- Personas que buscan conocimiento y actualizarse

Nuestro servicio está diseñado para suplir las necesidades de:

- Microempresarios
- Cabezas de Hogar
- Negocios Pequeños
- Amas de Casa

## **10. Propuesta de Valor**

Para CAV las emociones de los clientes son primordiales, ya que estas influyen en la utilización o el éxito de la empresa debido a esto nos enfocaremos en sus (alegrías) que van ligadas a la experiencia y cumplimiento total de las necesidades que presentan ; sus (frustraciones) que se reflejan en el mal cumplimiento del servicio u concurrencia de información personal a otras empresas , así mismo como el incumpliendo del servicio prestado o la alta elevación de precios dados . Para mejorar estos aspectos usaremos aliviadores que cumplen con los requisitos adquiridos por cada uno de los clientes que solicitan cualquier tipo de servicio, ya sea general o personalizado.

## 10.1. Perfil del cliente

Trabajos del cliente: Los trabajos del cliente describen aquello que las personas intentan resolver en sus vidas laborales y/o personales.

- Funcionales
- Sociales
- Emocionales

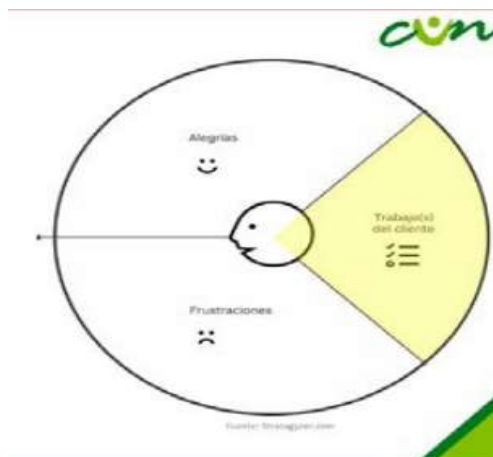


Figura 2 Perfil del Cliente

### 10.1.1. ¿Qué tareas intentan realizar mis clientes en su vida laboral y personal?

Intentan realizar diferentes tareas, pero de manera rápida y eficiente, en este caso obtener un servicio específico y personalizado.

### 10.1.2. ¿Qué problemas creo que tienen mis clientes de los que tal vez ni siquiera estén al tanto?

Los clientes ignoran el tiempo y dinero que pueden ahorrar, debido a su poco conocimiento al momento de utilizar una comunicación por red y a su vez solicitar sus necesidades por medio de este.

### 10.1.3. ¿Qué necesidades emocionales están tratando de satisfacer tus clientes?

Hacer que el cliente se sienta aliviado, confiado y seguro con el servicio y la empresa.

### 10.1.4. ¿Cómo se quiere sentir tu cliente?

Comprendido y conforme con el servicio solicitado.

## 10.2. Frustraciones del cliente:

Las frustraciones describen los obstáculos, barreras, malos resultados y/o riesgos que se presentan en los trabajos del cliente cuando este intenta realizarlos.

- Efectos secundarios
- Obstáculos
- Riesgos/ Resultados no deseados

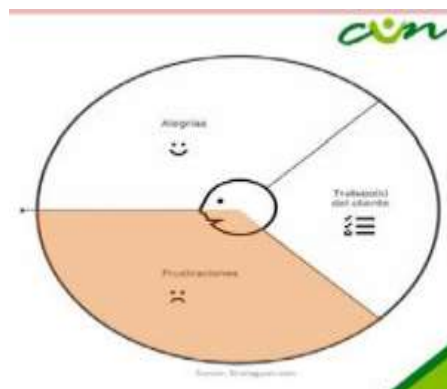


Figura 3 Frustraciones del Cliente

### 10.2.1. ¿Cómo definen mis clientes demasiado costosos? ¿Mucho tiempo, demasiado dinero o requiere esfuerzos sostenido?

Para el cliente, algo que es demasiado costoso, es aquello que esta fuera de su alcance o que este valorizado más de lo habitual, así mismo como que se requiere un esfuerzo mayor para conseguir lo que se busca.

### 10.2.2. *¿Qué hace que mis clientes se sientan mal?*

No conseguir lo que se busca, es decir, calidad, precio y disponibilidad

### 10.2.3. *¿Cuáles son las principales dificultades y desafíos que tienen mis clientes?*

Conseguir una empresa confiable que cumpla con cada una de las expectativas que el cliente busca.

### 10.2.4. *¿Qué les preocupa a mis clientes?*

La seguridad que brinda la empresa.

## 10.3. Alegrías del cliente:

Las alegrías del cliente describen los resultados y beneficios que espera conseguir, así como sus expectativas de calidad de un producto o servicio.

- Necesarias
- Esperadas
- Deseadas

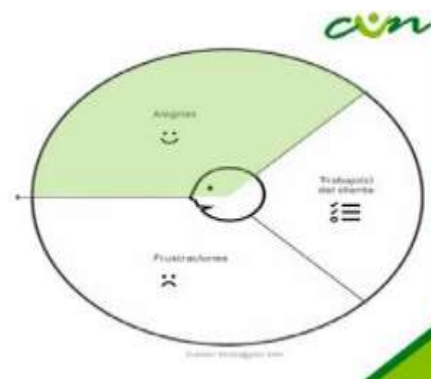


Figura 4 Alegrías del Cliente

### 10.3.1. *¿Qué ahorro haría felices a mis clientes? ¿Tiempo, dinero y esfuerzo?*

Tiempo, dinero y esfuerzo, son conocidos como los ahorros más importantes y que caracterizan la necesidad del cliente, cuando se consiguen los tres se sobreentiende el buen desempeño de la empresa

### 10.3.2. ¿Qué niveles de calidad esperan, y que desearían más o menos?

Se espera un nivel de calidad alto, aunque muchas veces este es regulado por el costo, así que las personas desean tener una excelente calidad, pero con un bajo costo.

### 10.3.3. ¿Qué les facilitaría la vida a mis clientes?

Hacer diferentes actividades en un mismo tiempo, como estar arreglando su casa y a su vez, encargando las compras por medio de su teléfono

### 10.3.4. ¿Cómo miden mis clientes el éxito y el fracaso?

- El éxito, cuando el servicio cumple cada una de sus expectativas
- El fracaso, cuando el servicio no lo satisface totalmente

## 10.4. Mapa de valor

Aliviadores de Frustraciones: Los aliviadores de frustraciones describen características específicas de los productos o servicios y como estos evitan o reducen las frustraciones del cliente.

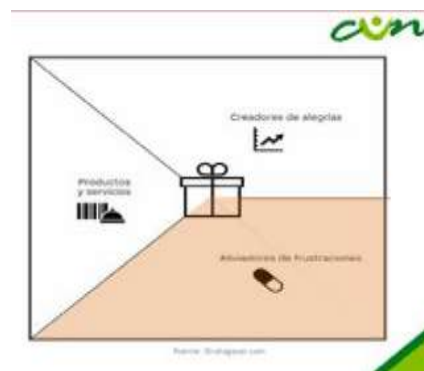


Figura 5 Mapa de Valor

### 10.4.1. ¿Genera ahorros de dinero, tiempo, esfuerzo?

Si, cada uno de ellos, de manera que sea favorable para el cliente y la empresa.



***10.4.2. ¿Hacer que mis usuarios se sientan mejor?***

Seguros, confiados y comprendidos

***10.4.3. ¿Arreglar soluciones de bajo rendimiento?***

Da solución a cualquier problema o necesidad, ya sea básica o potencial.

***10.4.4. ¿Pone fin a las dificultades y retos con los que se encuentran mis usuarios?***

Es la principal motivación de la empresa, alejar y cancelar cualquier tipo de dificultad que proponga el cliente.

***10.4.5. ¿Elimina un riesgo que les asusta?***

Se lleva a cabo un análisis completa de esta para que no se presente ningún tipo de riesgo para el cliente.

***10.4.6. ¿Limita o erradica errores habituales que cometen?***

Gracias a inspección de seguridad de nuestros servicios, se evita tener un error que sea constante en la empresa.

***10.4.7. ¿Elimina barreras que hacen que los usuarios adopten el producto/servicio?***

Es manejado en un área libre, como lo es las redes sociales, el cual elimina cualquier tipo de barrera al momento de solicitar el servicio.



## 10.5. Creadores de alegrías:

Los creadores de alegrías describen características específicas de los productos o servicios y como estos crean alegrías y satisfacen las expectativas del cliente, piensa en el segmento de cliente, busca generadores de alegrías que superen sus expectativas.

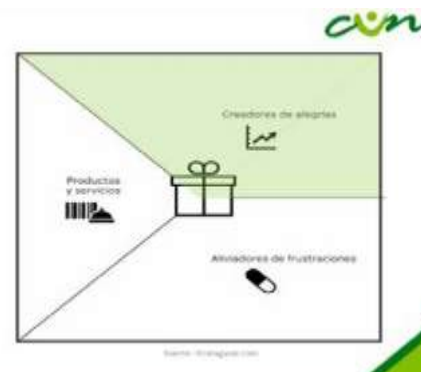


Figura 6 Creadores de Alegría

### 10.5.1. *¿Crear ahorros que satisfagan a tus usuarios?*

Es una necesidad que el usuario siempre busca y la empresa quiere brindar.

### 10.5.2. *¿Producir resultados que tus usuarios esperan o que superan sus expectativas?*

En cada producto se brinda el mejor servicio para ser suficiente y que el cliente este feliz.

### 10.5.3. *¿Facilitar el trabajo o la vida de tus usuarios?*

Garantizar la facilidad al momento de pedir un servicio o producto.

### 10.5.4. *¿Hace algo específico que tus usuarios están buscando?*

En las diferentes redes se encuentra los servicios que presta la empresa, de otro modo si no se encuentra lo que el cliente busca se presta una asesoría personalizada para su necesidad.

### 10.5.5. *¿Cumple un deseo que tus usuarios sueñan?*

Es lo que se busca al momento de manejar bajos costos y evitar esfuerzo o tiempo.

### 10.5.6. *¿Producir resultados positivos que coincidan con el éxito de tus usuarios?*

Hacer un balance en cada una de las actividades que se hagan para mejor y ser cada vez más acertado con las necesidades del cliente.

### 10.6. **Productos y servicios:**

Es este espacio se describen de forma sintética los productos o servicios que se quieren ofrecer como parte de la propuesta de valor.

- Tangible
- Intangible
- Digitales

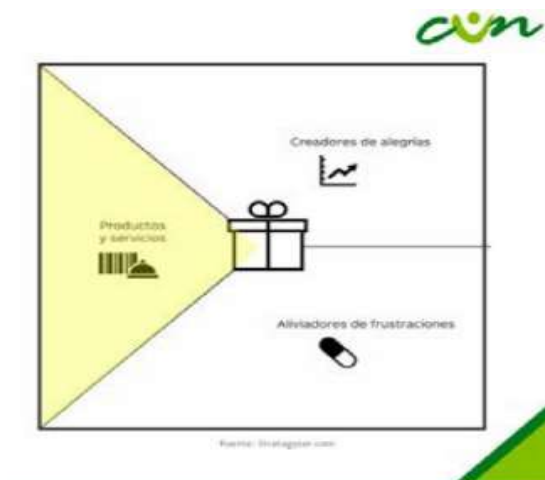


Figura 7 Productos y Servicios

### 10.6.1. *¿Qué capacidades, recursos y habilidades tienes o puedes conseguir para el desarrollo de tus nuevos productos y servicios?*

Experiencia en el área de informática y telecomunicaciones, medios tecnológicos, conocimientos básicos en el área de TIC (tecnología de la información y comunicación)

## 11. Diseño del producto

### 11.1. Ficha técnica

**Tabla 6**

Ficha Técnica	
<i>Nombre</i>	Centro de asesorías virtuales
<i>Composición</i>	Dispositivos electrónicos
<i>Normas de Calidad</i>	Brindar información de calidad y explicada de manera detallada
<i>Presentación</i>	Paquetes de asesorías
<i>Canal informativo</i>	Correo electrónico, Facebook, Instagram y teléfono celular
<i>Material</i>	Publicidad por medio de redes sociales
<i>Conservación</i>	No aplica
<i>Vida útil</i>	Indefinido
<i>Porción</i>	El servicio prestado a disposición del cliente, es decir que es personalizado para cada persona

### 11.2. Ciclo de vida

#### 11.2.1. Definición estratégica

- I. Artículo 209 de la constitución política, indica que está al servicio de los intereses generales y que está basada en llevar un proceso de manejo de la igualdad en cuanto al servicio.
- II. Ley 1474 de 2011, nos indica que por ella se dictan normas para fortalecer los mecanismos de prevención, corrupción y efectividad.

- III. Documento de ética pública y privacidad, este documento es como una constancia de que el cliente este de acuerdo con las políticas de la empresa prestadora del servicio.
- IV. Decreto 4108 de 2011, por este decreto se completa lo que es registro de la compañía, aclaración de objetivos y cumplimiento de requisitos para la producción de la empresa.

### **11.3. Diseño de concepto**

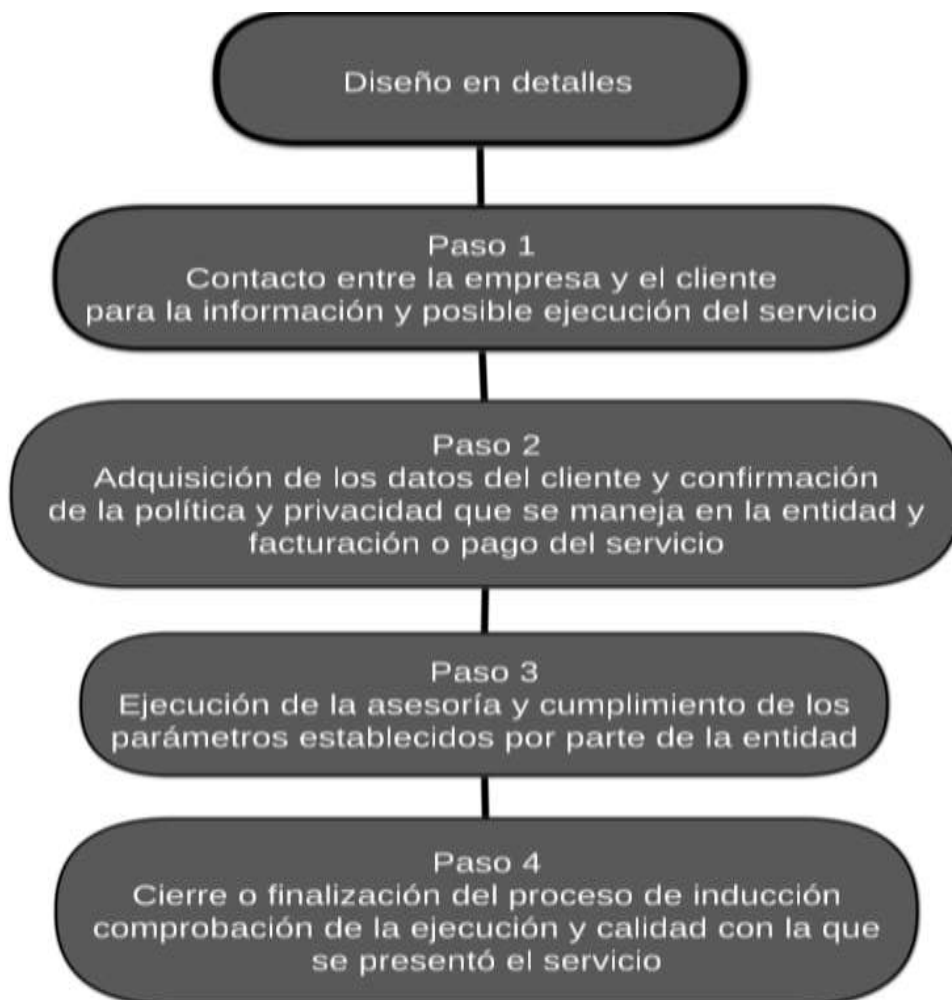
#### ***11.3.1. Listado de materiales***

- Folletos o Brochures para la publicidad de la empresa.
- Uniformes que certifiquen la legitimidad de la empresa y su servicio.

#### ***11.2.2. Listado de maquinaria***

- Que el cliente tenga a disposición el equipo tecnológico que quiere aprender a manejar.
- Un equipo tecnológico exclusivo para la creación de publicidades virtuales.
- Equipos particulares como teléfonos celulares para tener comunicación directa con los asesores.

### 11.3. Diseño en detalles



*Figura 8 Diseño en Detalles*

Respecto a este punto nuestra idea de negocio no maneja un producto si no un servicio virtual, por ende, no se puede describir el proceso de distribución.

Sin embargo, se hizo un breve cuadro que describe el proceso de comunicación para la ejecución del servicio.

## 11.4. Comunicación del Servicio

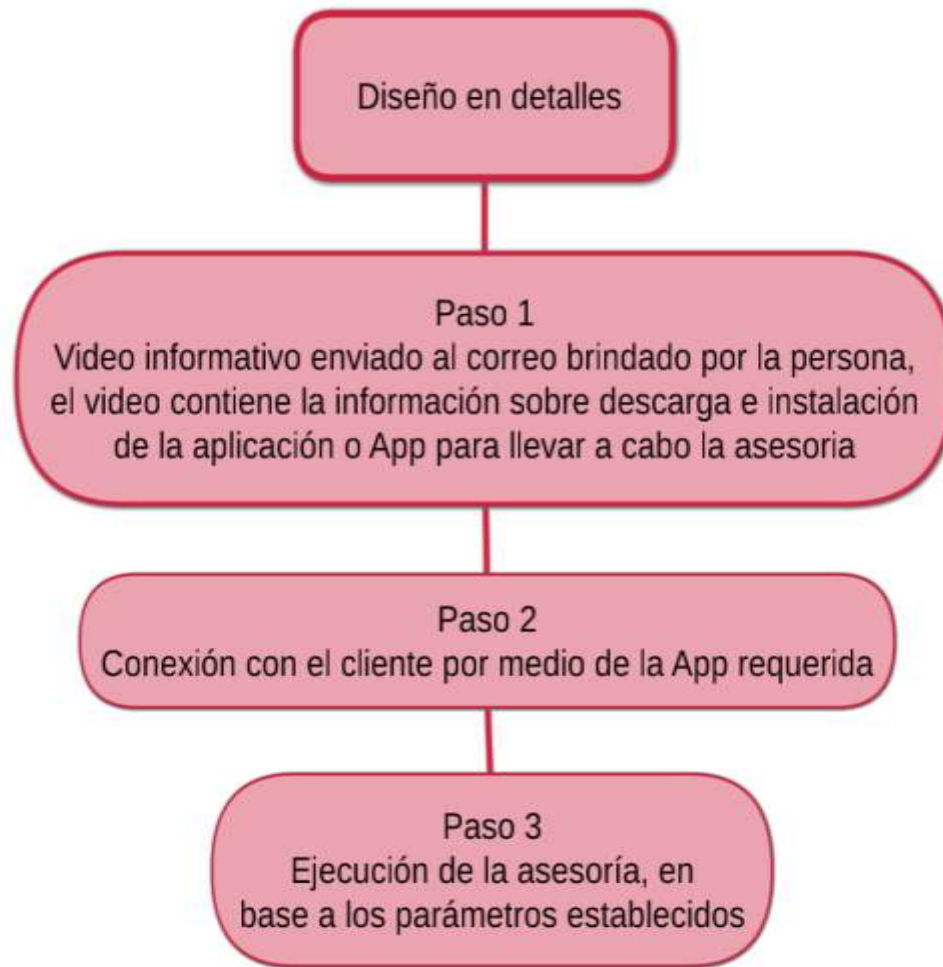


Figura 9 Comunicación del Servicio

## **11.5. Costos de producción y venta**

### ***11.5.1. Costos de producción***

- Fabricación de folletos (1.000 \$)
- Fabricación de uniformes (45.000 \$)
- Precios de venta por la asesoría

### ***11.5.1. Costos de Venta***

- Asesorías de uso de dispositivos (Duración 30 minutos) coste 10.000 \$
- Asesorías de uso de aplicaciones (Duración 30 minutos) coste 5.000 \$
- Asesorías de uso de páginas WEB o blogs (Duración 30 minutos) coste 5.000 \$

## **11.6. Validación y verificación**

1. Validación por parte de la entidad que la aplicación es adecuada para llevar a cabo la asesoría.
2. Validación por parte de la entidad que el asesor esta en condiciones de llevar a cabo la asesoría.
3. Verificación por parte de la entidad de que el cliente vaya a recibir la información adecuada y correcta en su asesoría.
4. Validación de la comodidad horaria para la ejecución de la asesoría.
5. Verificación del correcto procedimiento en la asesoría
6. Validación por parte del cliente, que cuenta con las herramientas para cumplir satisfactoriamente la asesoría.

7. Revisión de progreso del cliente frente a el tema que maneja el asesor en el encuentro sincrónico.
8. Quiz o corto examen con preguntas sobre el tema para validar que el cliente recibió con éxito la información brindada.
9. Verificación de la satisfacción del cliente con todos los aspectos que se manejan en la asesoría.
10. Verificaciones de la identidad del asesor y sus datos personales

### 11.7. producción

<p style="text-align: center;"><i>Centro de asesorías virtuales</i></p> <p>A través de los siguientes canales podrás encontrar información o hablar directamente con un asesor que te indicara los pasos a seguir para que puedas adquirir tu asesoría</p> <p>Correo: <a href="mailto:ca virtuales20@gmail.com">ca virtuales20@gmail.com</a>          Instagram: <a href="#">ca virtuales20</a>          Facebook Sit: Virtuales          Telefono: 3209223686 - 3125125513 - 3188248655</p> <p style="text-align: center;"><i>Procedimiento de la asesoría</i></p>	<p>La asesoría se llevará a cabo en un horario pactado por la entidad y el cliente, luego se le enviara la información correspondiente para que el cliente adquiriera la App para realizar el encuentro, de ahí se dará inicio a la asesoría bajo los parámetros estipulados por la entidad y por ultimo se le realizara el Quiz que valorara si comprendió correctamente.</p>  <p style="text-align: center;"><i>Descripción del servicio</i></p>	<p>El servicio que estamos ofreciendo es una inducción o asesoría respecto al manejo apropiado o correcto de una aplicación, página WEB o Dispositivo tecnológico.</p>  <p>El ciclo de vida del servicio que estamos ofreciendo en este momento es indefinido ya que hasta ahora estamos en la planeación del mismo</p>
---	---	--

Figura 10 Folleto de Producción



## 11.8. Precio de venta

*Tabla 7*

Costos de producción		
(+)	Costo unitario de materiales	\$ 46.000,00
(+)	Costo unitario de mano de obra	\$ 1.200.000,00
(+)	Costo unitario de CIF (Costo unitario de fabricación)	\$ -
(=)	<b>Costo total unitario</b>	<b>\$ 1.246.000,00</b>

## 12. Prototipo

### 12.1. Características del producto o servicio

Nuestro servicio que le ofrecemos a nuestros usuarios permite que cualquier persona sin importar donde este pueda obtenerlos de manera práctica, entendible y confiable y de igual manera nuestro prototipo busca generar las mismas características que ofrecemos en nuestros servicios.

### 12.2. Características del prototipo

Nuestro prototipo es una página web estructurada en la que iniciamos desarrollando un ambiente amigable para nuestros usuarios, utilizamos en su implementación fondos y recursos agradables a la vista, de igual forma agregamos contenido corto, sencillo y muy efectivo que explica al usuario que puede encontrar en nuestro portal web, información de nuestros servicios



y de nosotros, de esta manera acercarnos más al cliente y generar la confianza que caracteriza mucho a nuestra empresa.

### **12.3. Como se va a interactuar la gente con el prototipo**

Los usuarios podrán ingresar en cualquier dispositivo y lugar a nuestro portal web mientras tengan conexión a internet, nuestra página web será compartida por medio de nuestras redes sociales y de esta manera permitir que nuevos usuarios conozcan más de nosotros, la gente de igual manera puede contactarnos y saber más de nosotros por nuestra página y de esta manera acercarnos más a nuestros clientes.

Debido a que nuestra plataforma está hecha de forma didáctica y entendible, deducimos que los clientes tendrán simpática con esta y podrán resolver dudas que se tienen antes de solucionar un servicio.

### **12.4. Evidencia del prototipo**

El modelo del prototipo que implementaremos es el siguiente:

<https://meet.google.com/linkredirect?authuser=0&dest=https%3A%2F%2Fsharypadilla.wixsite.com%2Fmisitio>



Figura 11 Portada del Sitio Web



Figura 12 Servicios de la Pagina Web

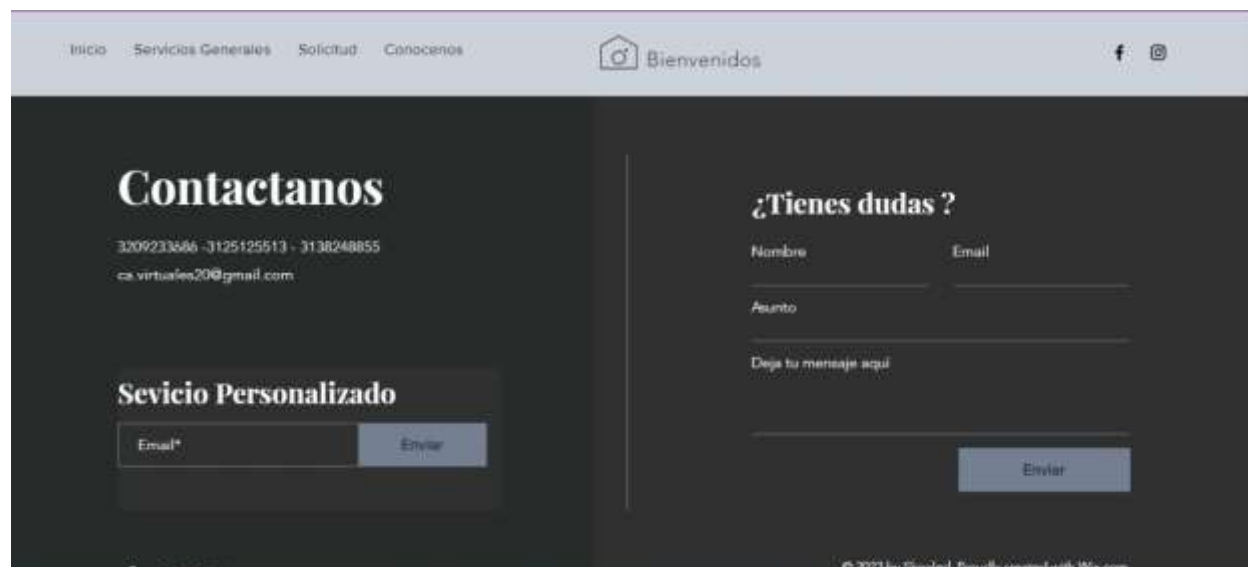


Figura 13 Contacto Pagina Web

### 13. Modelo Running Lean

<p><b>Problema</b></p> <p>El principal problema es la dificultad que tiene ciertos sectores de la sociedad que no cuenta con conocimientos necesarios para manejar y aprovechar los beneficios de cuenta la tecnología como herramienta de gestión e interacción de medios.</p>	<p><b>Solución</b></p> <p>Nuestro servicio cuenta con 3 características principales que son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Enseña nuevas herramientas</li> <li>•Genera soluciones a problemas frecuentes</li> <li>•Genera nuevas formas de enseñanza</li> </ul> <p><b>Métricas Clave</b></p> <p>La recurrencia en la página web Las suscripciones Los precios escogidos con preferencia El método de aprendizaje de la asesoría Encuestas de calidad de servicio Campañas de marketing digital del negocio Incentivos a los clientes frecuentes</p>	<p><b>Propuesta de Valor única</b></p> <p>En CAV nos diferenciamos por el método de enseñanza personalizado para cada persona u necesidad, además de nuestros precios</p> <p>Para ayudar a nuestros clientes en la solución de sus problemas, propusimos métodos esenciales y diversos que favorecen el aprendizaje individual de cada uno.</p> <p>Ofrecemos servicios de mantenimiento u revisión de dispositivos, utilización de aplicaciones o páginas web y medios de comunicación.</p>	<p><b>Ventaja injusta</b></p> <p>CAV está a la vanguardia de la tecnología con herramientas tecnológicas que se desarrollen.</p> <p><b>Canales</b></p> <p>Los canales son digitales, debido a esto la utilización de redes sociales será el método de distribución en la muestra de nuestro servicio, así mismo contamos con un canal propio, es decir una página web personalizada e independiente de CAV</p>	<p><b>Segmento de clientes</b></p> <p>Los consumidores digitales objetivo son:</p> <p>Solicitantes de información con un 33% ya que esta categorizado como un cliente potencial que no sabe de redes, pero busca información sobre ella</p> <p>Cautelosos con un 36% debido a que la plataforma digital manejada esta detallada específicamente, de tal forma que se encontrará la información que busca este tipo de clientes</p>
<p><b>Estructura de costos</b></p> <p>Costo Variable</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Fabricación de folletos (1.000 \$)</li> <li>•Fabricación de uniformes (45.000 \$)</li> <li>•Salario del personal (variable)</li> </ul>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Asesorías de uso de dispositivos (Duración 30 minutos) coste 10.000 \$</li> <li>•Asesorías de uso de aplicaciones (Duración 30 minutos) coste 5.000 \$</li> <li>•Asesorías de uso de páginas WEB o blogs (Duración 30 minutos) coste 5.000 \$</li> </ul>		

## **14. Validación Ideas de negocio**

### **14.1. Objetivo de la investigación**

El objetivo de nuestra idea de negocio o investigación es conseguir asesorar a la gente en cuanto al manejo de la tecnología, para que puedan utilizar este medio en un ambiente positivo, además incentivarlos a que hagan uso de estos medios progresiva y satisfactoriamente ya sea en sus vidas laborales, académicas y personales.

### **14.2 Determinar el tipo de investigación.**

El tipo de investigación que utilizaremos será cuantitativo, puesto que al ser una empresa que maneja asesorías directamente con personas, necesitamos saber sus opiniones, sugerencias o críticas para progresar como empresa y cada vez prestar un mejor servicio a nuestros clientes.

### **14.3 Formulario de la encuesta.**

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf4G81gknxVzHl\\_e0KKGLI0fv0JvgLYfdG\\_utFR08YusLZaA/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf4G81gknxVzHl_e0KKGLI0fv0JvgLYfdG_utFR08YusLZaA/viewform?usp=sf_link)En este link podremos encontrar la encuesta que se le realizo a nuestra población para tener conocimiento sobre sus gustos, opiniones o sugerencias.

### **14.4. Tamaño de la muestra.**

Para generar la muestra de la población que utilizaremos, nos basamos en la situación actual de la tecnología, es decir a día de hoy sabemos que las personas con mayor rango de desconocimiento en el campo de la tecnología es la población de una avanzada edad, en base a lo anterior decidimos tomar la muestra con gente mayor de 50 años y una localidad específica como es Engativá ya que presenta una mayor cantidad de adultos mayores.

En conclusión, el tamaño de nuestra muestra es de 38.358 habitantes de Engativá mayores de 50 años.

#### **14.5. ¿Qué es lo primero que tenemos que validar para poner en marcha nuestra idea de negocio?**

Lo primero que debemos validar para iniciar con nuestra idea de negocio es la problemática sobre la que trabajamos es algo que tiene relevancia en la sociedad, puesto que el pensamiento de las personas cambiaría drásticamente si utilizan la tecnología para fines positivos.

#### **14.6. ¿Quizás puede ser el problema o la necesidad de nuestros potenciales clientes?**

Tomando como ejemplo nuestra idea de negocio si sería asertivo afirmar que el problema es lo primero a validar, puesto que nuestra idea de negocio nace o surge de una problemática.

### **15. Test del prototipo**

CAV por medio de instrumentos de recolección de datos buscamos desarrollar el prototipo de nuestro servicio, enfocado a nuestros clientes, buscando una investigación de mercados de carácter social y de esta manera determinar que necesidades presenta nuestros clientes, para nosotros el bienestar de nuestros usuarios es lo más primordial en el servicio que ofrecemos, de esta manera es como nuestra empresa generamos un progreso atendiendo las necesidades de nuestros clientes.



Con este estudio buscamos 3 objetivos importantes para la elaboración de nuestro servicio prototipo que son:

1. Conocer las necesidades del cliente, saber lo que nuestros usuarios más necesitan y requieren, profundizar y ponernos en los zapatos de nuestro cliente y de esta manera determinar el tipo de servicio del cual más debemos enfocarnos.
2. Saber las preferencias del cliente, lograr generar un medio en el que nuestros usuarios se sientan cómodos al recibir nuestros servicios, generar un espacio seguro y amigable para que nuestros clientes confié en nosotros y nosotros en ellos.
3. Remodelar nuestros servicios, atenciones al cliente y demás aspectos por medio de las opiniones de nuestros usuarios, conocer que expectativas y posibles mejoras tenemos nosotros según el punto de vista de nuestros clientes y de esta manera adaptarnos de la mejor manera por nuestros usuarios.

Con base en estos objetivos, nosotros hemos decidido desarrollar un medio de recolección de información cuantitativa por medio de una encuesta en la que estadísticamente analizaremos que servicios son los que más necesitan nuestros cliente, en que medio o forma son los que se sienten más cómodos al recibir nuestros servicios y por ultimo dar la posibilidad de que nuestro cliente nos califique, nos diga en que debemos mejorar y que opiniones nos pueda ofrecer para la mejora de nuestro servicio.

Encuesta de desarrollo de asesorías especializadas:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf4G81g-knxVzHI\\_e0KKGLI0fv0JvgLYfdG\\_utFR08YusLZaA/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf4G81g-knxVzHI_e0KKGLI0fv0JvgLYfdG_utFR08YusLZaA/viewform?usp=sf_link)

## 15.1. Tamaño de la Muestra

Nuestro mercado al que más nos enfocamos es el de personas mayores de 50 años y según un estudio del Observatorio de Salud de Bogotá, la zona con más concentración de personas mayores de 50 años en Bogotá es la localidad de Engativá.

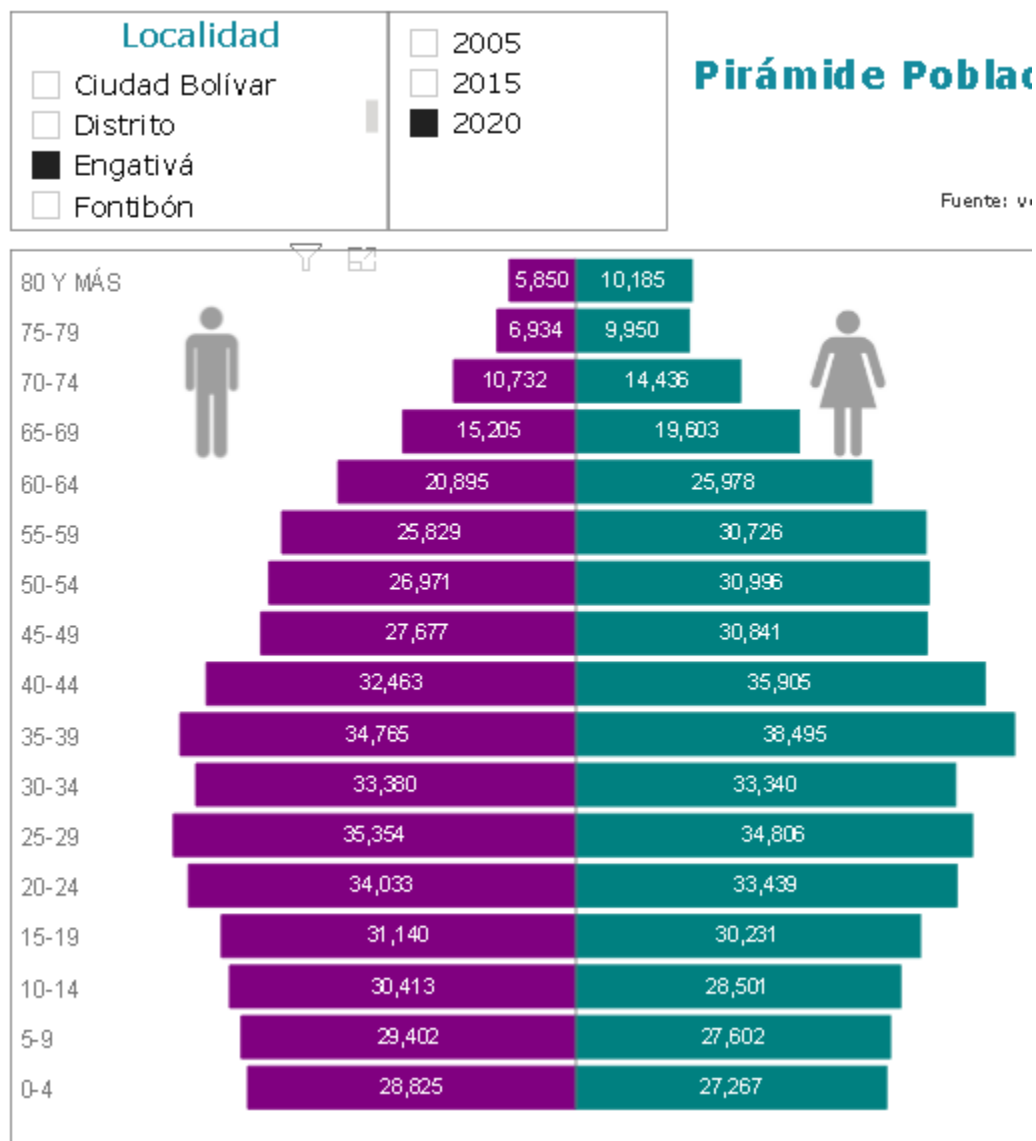


Figura 14 Pirámide Poblacional Localidad Engativá. De <http://saludata.saludcapital.gov.co>



La población aproximada de personas hombres y mujeres mayores de 50 años en la localidad de Engativá es de 254.402 habitantes, contamos con un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

Utilizamos la formula

$$n = \frac{(Z^2pqN)}{(Ne^2 + Z^2pq)}$$

---

$$(Ne^2 + Z^2pq)$$

1. Nivel de confianza (Z) = 1.96
2. Grado de error (e) = 0.05
3. Universo (N) =254,402
4. Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
5. Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = \frac{(Z^2pqN)}{(Ne^2 + Z^2pq)}$$

---

$$(Ne^2 + Z^2pq)$$

$$n = \frac{((19.6)^2 (0.5) (0.5) (254,402))}{((254,402) (0.05)^2 + (19.6)^2 (0.5) (0.5))}$$

$$n = \frac{((384.16) (0.25) (254,402))}{((254,402) (0.0025) + (384.16) (0.25))}$$

$$n = 24,432,768.08 / 636.005 + 0.96$$

$$n = 24,432,768.08 / 636.965$$

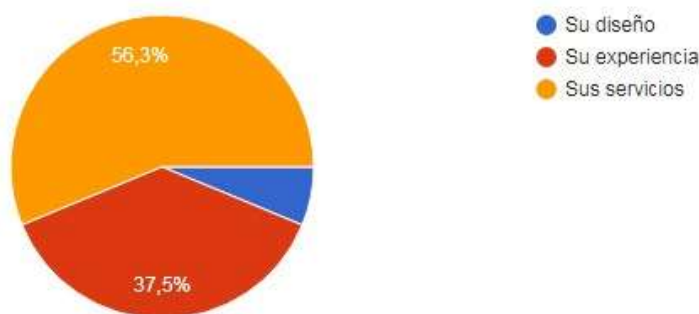
$$n = 38,358$$

Como resultado tenemos que nuestro Tamaño de muestra en la población mayor de 50 años en la localidad de Engativá es de 38,358 habitantes.

## 15.2. Resultados Encuesta

¿qué es lo que mira primero en una empresa de asesorías antes de tomar sus servicios?

16 respuestas



*Figura 15 Grafico de Pregunta sobre empresas de asesorías*

Determinamos que la mayor parte de los usuarios primero miran los servicios que ofrecen las empresas de asesorías y una cierta parte la experiencia que tengan ellos.

¿En qué medio le gustaría recibir el servicio de asesoría especializada?

16 respuestas

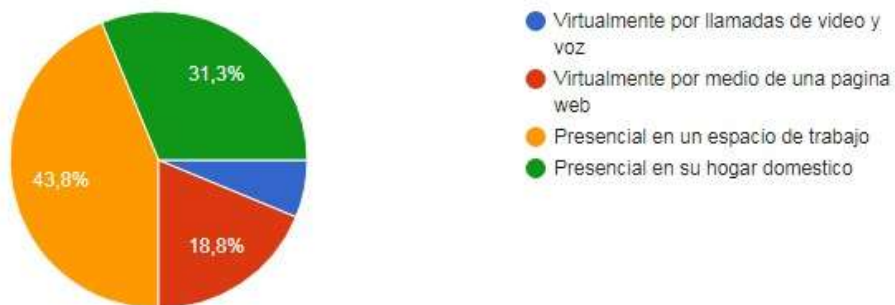


Figura 16 Grafico pregunta sobre asesoría especial

En esta pregunta los encuestados 2 grandes mayorías prefieren recibir una atención de asesorías en un espacio de trabajo o en su hogar doméstico.

¿En qué necesidad o aspecto usted como usuario llegaría a adquirir una asesoría especializada?

16 respuestas

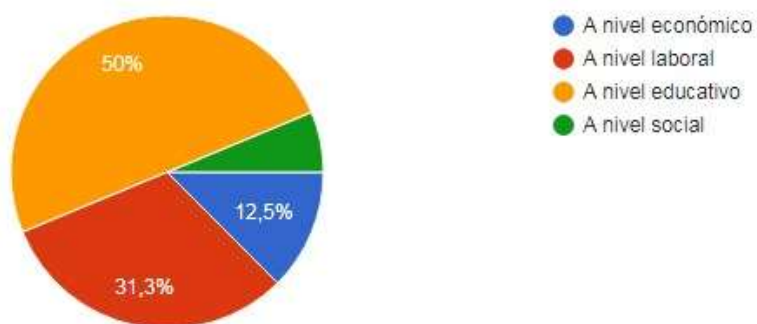


Figura 17 Grafico pregunta de adquirir un servicio especial

La mayoría de nuestros encuestados está de acuerdo en que adquirirían un servicio de asesorías de nivel educativo y una parte lo haría por formación laboral.

Para usted, ¿ que elementos y características le gustaría que tuviera una empresa de asesorías?

16 respuestas

Buena atención
Debe contar con personal capacitado y que tenga experiencia
Que las asesorías fueran lúdicas
Una buena atención y un buen orden.
Variedad de servicios
Que tenga una buena atención que cumpla todas mis necesidades
Todo lo que tenga que ver con el servicio que irá a prestar la asesoría
Servicio económico
Atención rápida y eficaz

*Figura 18 Grafico de pregunta abierta a los encuestados*

En nuestra pregunta abierta, los usuarios nos dieron a conocer que aspectos o características buscan en una empresa de asesorías, estos datos son tomados y analizados para acercarnos más a lo que buscan nuestros clientes.



## 16. Lecciones Aprendidas

La lección que me dio este curso es que para un emprendimiento es necesario tener en cuenta cada detalle del negocio, desde mercado, clientes, costos, tarifas y problemas. Otro importante tip o lección que me brindo es que debemos implementar distintas estrategias de mejoramiento para que así la idea de negocio sea un éxito.

Aprendí a la idealización de un proyecto o empresa siguiendo lineamientos, enfocados en el mercado global y el marketing manejado desde el tipo de vista del usuario y de la empresa o el prestador del servicio.

La lección que me dio esta investigación es que es de vital importancia guiar y expandir nuestras mentes al momento de crear un negocio, conocer que oportunidades tengo con mi producto y que puedo hacer para mejorarlo, es de vital importancia saber cómo estructurar nuestro negocio y en que enfocarlo para lograr sacar el mejor provecho de este.



## 12. Referencias

Ministerio de Ambiente. (2020). Herramientas Trabajo en Casa. <https://trabajoencasa-covid19-mads.hub.arcgis.com>

Ámbito Jurídico. (02 /Abril/ 2020). Solidaridad y pandemia. Las pymes y la cuarentena. <https://www.ambitojuridico.com/noticias/analisis/laboral-y-seguridad-social/solidaridad-y-pandemia-las-pymes-y-la-cuarentena>

Ámbito Jurídico. (09 /Septiembre/ 2020). Extra: Inexequible decreto legislativo que habilitaba la inspección tributaria virtual. <https://www.ambitojuridico.com/noticias/tributario/constitucional-y-derechos-humanos/extra-inexequible-decreto-legislativo-que>

Ministerio de las TIC. (2020). Hogares Conectados. <https://www.mintic.gov.co/micrositios/hogaresconectados/744/w3-propertyvalue-187810.html>

Prosperidad Social. (2020). Ingreso Solidario. <https://ingresosolidario.prosperidadsocial.gov.co>

Superintendencia Financiera de Colombia. (08/Octubre/2020). CARTA CIRCULAR 67 DE 2020. [https://www.superfinanciera.gov.co/descargas/institucional/pubFile1048542/cc67\\_20.doc](https://www.superfinanciera.gov.co/descargas/institucional/pubFile1048542/cc67_20.doc)



FILCO. (2020) Tasa de Desempleo Colombia.

[http://filco.mintrabajo.gov.co/FILCO/faces/indicadores.jsf?nombre=Tasa+de+desempleo  
&ind=90](http://filco.mintrabajo.gov.co/FILCO/faces/indicadores.jsf?nombre=Tasa+de+desempleo&ind=90)

TED. (19/Febrero/2019). The Way We Work.

<https://www.youtube.com/watch?v=x6fIseKzzH0&feature=youtu.be>

Jaramillo Cardona, J. A. (2020). Diseño de mejora de los canales de soporte en la empresa digital Communications Technologies Colombia LTDA basado en la aplicación de la metodología ITIL v4 y la norma ISO 20000 en la ciudad de Bogotá [Trabajo de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional UCC.

<https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/20194>

Edward Apaza Zavala. (28/Junio/2015). CONSTRUYE TU PROYECTO DE VIDA CON EL MODELO DE GESTIÓN PERSONAL INTEGRAL.

<https://www.cronomaquia.com/construye-tu-proyecto-de-vida-gpi/>

Service Company. ¿Por qué somos la solución que necesitas?

<https://servicecompany.com.co/consultoria-seguridad-salud-trabajo-sgsst-colombia/>

AyC Negocios. (2014). Servicios a las Empresas y sus Colaboradores.

<https://www.aycnegocios.com/home/nuestros-servicios/>

Suricata Labs. (2020). Fortalecemos Ecosistemas de Emprendimiento.

<https://suricatalabs.com/servicios/>



Horacio Martinez. (01/Noviembre/2016). ESTUDIO DE MERCADO Y ANÁLISIS DE LA

DEMANDA. <http://cedconsultoria.net/2016/11/01/estudio-mercado-y-analisis-demanda/#:~:text=El%20principal%20propósito%20que%20se,la%20satisfacción%20de%20dicha%20demanda>

Redacción Byte TI. (21/Septiembre/2017). <https://revistabyte.es/actualidad-it/multinacionales-emprendimiento/>

OBSERVATORIO DE SALUD DE BOGOTÁ. (2020). Pirámide poblacional de Bogotá D.C.

<http://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/demografia/piramidepoblacional/>