



**LUCALI A. T. E**

**CREACION DE EMPRESAS 1, MODELO DE INNOVACION**

**CAROL LICETH BUSTOS FLORIAN**

**LIZETH CAMILA PAEZ SANCHEZ**

**LUIS MAURICIO VARGAS**

**DOCENTE:**

**MARITZA ARIAS HERNANDEZ**

**Código 54418**

**Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**BOGOTÁ D.C.**

**2020**

## TABLA DE CONTENIDO

### INTRODUCCIÓN

1. VALOR COMPARTIDO
2. ANALIS DE PESTEL
  - 2.1. IDENTIFICACIÓN
    - 2.1.1. PROBLEMA
    - 2.1.2. NECESIDAD
    - 2.1.3. RETO U OPORTUNIDAD
3. ARBOL DE PROBLEMAS
4. ARBOL DE OBJETIVOS
5. AUTO EVALUACIÓN IDEA DE NEGOCIO
6. ESTRUCTURA DE LA IDEA
7. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA
8. ANALISIS DE LA DEMANDA Y LA OFERTA
9. ANALISIS DE COMERCIALIZACION Y PROVEEDORES
10. DISEÑO DE DETALLE
  - 10.1. DEFINICION ESTRATEGICA
  - 10.2. DISEÑO DE CONCEPTO
  - 10.3. DISEÑO EN DETALLE
11. VALIDACIÓN Y VERIFICACIÓN
12. PRODUCCION
13. FICHA TECNICA
14. PROTOTIPO
  - 14.1. CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO
  - 14.2. CARACTERISTICAS DEL PROTOTIPO
  - 14.3. INTERACCIÓN DEL CLIENTE CON EL PROTOTIPO
  - 14.4. EVIDENCIA DEL PROTOTIPO

## 15. VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

15.1. OBJETIVO

15.2. NECESIDAD

15.3. EVALUACIÓN PRIMER RESULTADO

15.4. OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

15.5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

15.6. OBJETIVOS

15.6.1. OBJETIVO GENERAL

15.6.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

15.7. DESCRIPCIÓN TIPO DE INVESTIGACIÓN

15.8. ENCUESTA

15.8. TABULACION Y ANALIS DE LA INFORMACIÓN

15.9. CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

Somos **LUCALI A.T.E.**, una fundación sin ánimo de lucro, con el fin de disminuir los problemas de estrés y ansiedad que contrajo la pandemia, debido al encierro, desempleo y otros factores.

El estrés es habitual en nuestra vida. Lo que distingue y caracteriza la vida y al ser vivo es la facultad de adaptación al cambio. Cualquier cambio al que debamos adaptarnos representa estrés, ya se trate de acontecimientos negativos (despido laboral, enfermedad, ruptura amorosa, muerte de un ser querido, etc), o positivos y deseables (casarse, iniciar una nueva convivencia, nuevas responsabilidades en el trabajo ligadas a un ascenso, etc).

El estrés es un mecanismo normal adaptivo. No obstante, cuando estamos sometidos a condiciones estresantes de elevada intensidad y duración, es muy probable que se convierta en disfuncional, interfiriendo en el desempeño, y transformándose, además, en un problema de salud como:

- 1.Alteración psicofisiológicas
- 2.Sueño
- 3.Alimentación
- 4.Sexualidad
- 5.Emociones
- 6.Ansiedad
- 7.Depresión
- 8.Neurovegetativas
- 9.Taquicardia
- 10.Dolencias musculares
- 11.Molestias digestivas
- 12.Rendimiento intelectual

13. Concentración

14. Memoria

15. Debilitamiento del sistema inmunológico

Etc

"Muchas veces la ansiedad y el estrés se usan como sinónimo. En ambos se produce por una reacción caracterizada por alta activación fisiológicas. El estrés es un proceso más amplio de adaptación al medio, La ansiedad es una reacción emocional de alerta ante una amenaza. Digamos que dentro de los procesos de cambio que implica el estrés, la ansiedad es la reacción emocional más frecuente. La ansiedad elevada genera estrés. A su vez, el estrés es una de las fuentes más comunes de la ansiedad." (Clínica de la Ansiedad, Psicólogos en Barcelona Madrid)

Expuesto la problemática, decidimos realizar una página de web que contenga pasatiempos, actividades lúdicas, temas de cómo manejar el estrés, la ansiedad y otros temas de interés como cuidados personales.

Existen distracciones que contribuyen positivamente a aliviar los síntomas de la ansiedad y que cualquiera puede intentar poner en práctica cuando se sienta ansioso o angustiado. Recordemos que los pasatiempos son actividades que enfocan nuestra atención en algo distinto al trabajo o las responsabilidades y parten de un interés personal. Además, no implican ningún nivel de estrés, por ser realizados de manera voluntaria y no estar sometidos a ningún tipo de evaluación, como ocurre con los estudios o actividades académicas.

Las diversiones no solo nos ayudan a sentirnos complacidos y estimulados, sino que también nos permiten conocer personas con gustos similares. Este tipo de socialización junto con la satisfacción que produce realizar una actividad placentera contribuyen con la sanidad mental.

La sostenibilidad de nuestro proyecto es satisfacer las necesidades psicológicas producidas por temas relacionados con la pandemia, comprometiendo en una mejora de su estado

anímico, siendo canalizados dichos problemas por medio de las diversas actividades y servicios que ofrecemos.

La fundación es consciente que esta problemática puede afectar en la sociedad y como las personas que lo padecen pueden llegar a ser un conflicto, lo que se desea reducir y minimizar esos riesgos con el fin de tener una sana convivencia desde el mismo ser consigo mismo hasta con la sociedad como tal.

#### VALOR COMPARTIDO

El valor compartido se encarga de reunir el económico y social, nosotros como identidad estamos prestando un servicio de educación y enriquecimiento personal esto permite satisfacer la necesidad de el cliente debido a que se enriquecerá personalmente y los permite incursionar en el conocimiento y el emprendimiento.

Así mismo también estaríamos ayudando a el medio ambiente porque las personas serían más conscientes del daño que se produce constantemente y aplicarían las estrategias que les enseñamos.

## ANÁLISIS DE PESTEL

<p><b>P</b> – político</p> <p>Identificar las estrategias que desarrollan en los otros países y ayudar a que el gobierno colombiano intente identificar las estrategias que se interpretan en otros países</p>	<p><b>E</b> – económicos</p> <p>Somos una empresa innovadora eso nos ayuda a generar nuevos ingresos y solventar la necesidad de los nuevos empleados y así podríamos ayudar a disminuir un poco la pobreza</p>	<p><b>S</b> - sociocultural</p> <p>Ayudamos a identificar la importancia del medio ambiente y como cuidar de él desde diferentes alternativas dinámicas.</p>
<p><b>T</b> – tecnológicos</p> <p>Nuestra empresa es una estrategia tecnológica que ayuda a las personas a comprender elementos fundamentales para poder entender un poco más el mundo tecnológico.</p>	<p><b>E</b> – ecológicos</p> <p>No generamos contaminación somos una plataforma digital y enseñaríamos a reutilizar a las empresas presenciales.</p>	<p><b>L</b> – legal</p> <p>Desarrollar las licencias para que la plataforma no tenga ningún problema legal o de autor, pagar la salud y la seguridad social a los empleados.</p>

## **IDENIFICACIÓN:**

### **Problema**

En tiempos de pandemia, se utiliza más la tecnología y muchas veces los usuarios no tienen los conocimientos básicos

La naturaleza últimamente está muy desgastada y contaminada, muchas veces por desinformación de los usuarios.

### **Necesidad**

La tecnología es esencial en estos tiempos y es necesario que las personas obtengan un conocimiento previo.

Si no cuidamos el medio ambiente, pronto nos veremos muy perjudicados.

### **Reto u oportunidad**

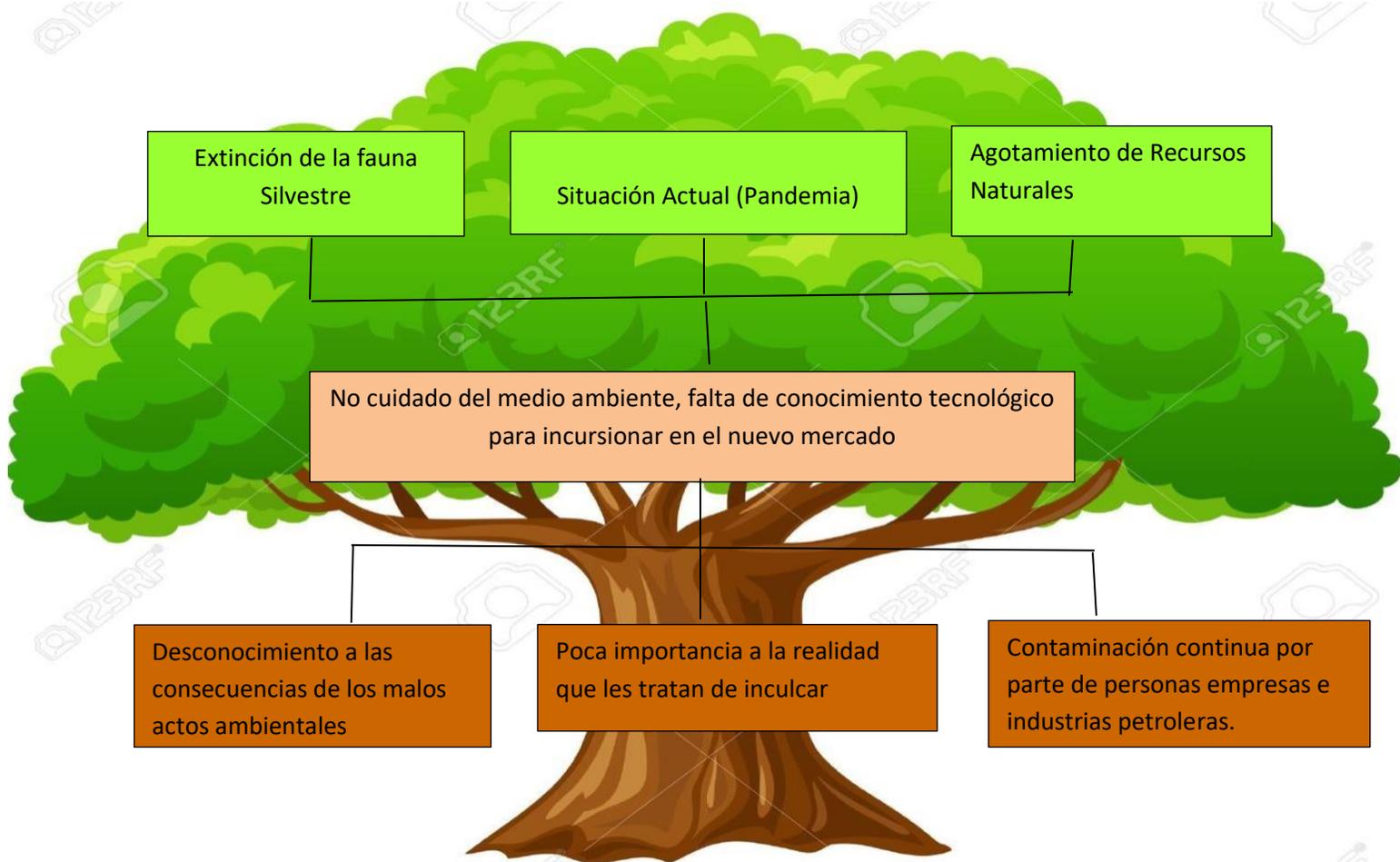
Tenemos la oportunidad desde una forma más innovadora de llegar a público que desea aprender y valorar nuestro alrededor.

### **¿Qué afecta a la comunidad entorno al que pertenece?**

Afecta ya que las personas no tienen conocimiento privilegio o esencial de la tecnología y en tiempo de pandemia esto se a convertido en una primera necesidad.

	Problema 1	Problema 2	Problema 3
Criterio	En tiempos de pandemia, se utiliza más la tecnología y muchas veces los usuarios no tienen los conocimientos básicos.	Tenemos la oportunidad desde una forma más innovadora de llegar a público que desea aprender y valorar nuestro alrededor.	La tecnología es esencial en estos tiempos y es necesario que las personas obtengan un conocimiento previo.
Conocimiento o experiencia	4	4	2
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	5	1	4
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información / datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	3	1	3
Tiempo (posible solución)	5	3	2
Costos (posible solución)	5	4	4
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?	5	5	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
Total	32	23	25

## ARBOL DE PROBLEMAS



- investigación acerca del problema elegido, puede utilizar adicionalmente entrevistas, encuestas, focus group otros.

Encuesta

1. ¿desperdicia recursos naturales en su casa? Si la respuesta es sí indique cual  
Si  
No
2. ¿si le dieran la oportunidad de ingresar a una plataforma gratuita de conocimiento de tecnología y medio ambiental, se inscribiría?  
Si  
No

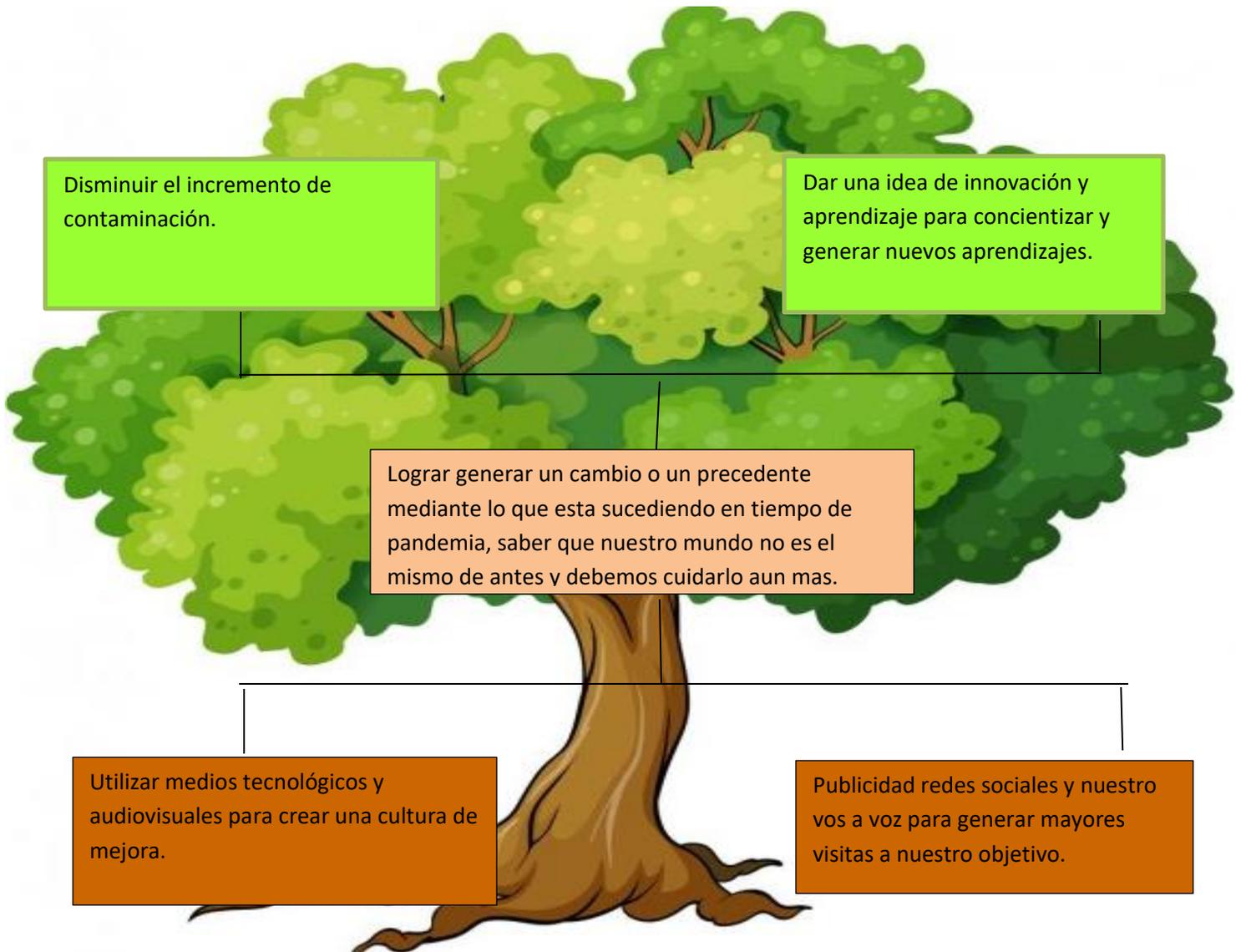
3. ¿Qué plataformas de internet utiliza frecuentemente?
4. ¿tiene conocimiento en la plataforma Word?  
Si  
No
5. ¿tiene conocimiento en la plataforma Excel?  
Si  
No
6. ¿En que plataforma realiza sus compras en línea?  
.
7. ¿realizo anteriormente algún curso o lectura sobre el medio ambiente?  
Si  
No
8. ¿realiza reciclaje en su casa?  
Si  
No
9. ¿en su universidad o trabajo, cuidan el medio ambiente?  
Si  
No
10. ¿conoce alguna persona que quiera aprender sobre estas dos estrategias? Si tiene alguna persona interesada déjenos sus datos o compártale el formulario.  
pregunta problema, tome el problema central y plantéelo a manera de pregunta.

- **pregunta problema, tome el problema central y plantéelo a manera de pregunta.**

¿Por qué las personas no cuidan el medio ambiente?

¿Qué hace que las personas no se incursionen en la tecnología?

## ARBOL DE OBJETIVOS



## LOS SEIS SOMBREROS

<div style="text-align: center;">  <span style="font-weight: bold; font-size: 1.2em;">BLANCO</span> </div> <p>Idea Neutral Generar un cambio o un precedente mediante lo que esta sucediendo en tiempo de pandemia.</p>	<div style="text-align: center;">  <span style="font-weight: bold; font-size: 1.2em; background-color: green; color: white; padding: 2px;">VERDE</span> </div> <p>Haremos posible nuestra idea con innovación tecnológica. con recursos publicitarios por medio de redes sociales. Ayudas audiovisuales. hasta lograr generar un voz a voz que concientice a la gente de ayudar a nuestro planeta.</p>	<div style="text-align: center;">  <span style="font-weight: bold; font-size: 1.2em; background-color: red; color: white; padding: 2px;">ROJO</span> </div> <p>lograremos que la gente ame aun mas el planeta. Que de ellos mismo surjan grandes ideas para renacer y cuidar nuestras zonas verdes. Llegaremos a obtener ayudas verdaderas del gobierno para llegar con nuestro objetivo por todo el mundo.</p>
<div style="text-align: center;">  <span style="font-weight: bold; font-size: 1.2em; background-color: black; color: white; padding: 2px;">NEGRO</span> </div> <p>La gente ya no cree en el tema de cuidar el planeta, será tiempo perdido. La población seguirá botando basura indiscriminadamente. Las compañías en redes sociales serán nulas para el publico, ellos solo ven memes.</p>	<div style="text-align: center;">  <span style="font-weight: bold; font-size: 1.2em; background-color: yellow; padding: 2px;">Amarillo</span> </div> <p>Podremos lograrlo! brindaremos nuestro granito de arena para ayudar a nuestro planeta. Existirá gente que SI este de acuerdo con nuestro objetivo y será de gran ayuda para culminarlo y hacernos escuchar.</p>	<div style="text-align: center;">  <span style="font-weight: bold; font-size: 1.2em; background-color: blue; color: white; padding: 2px;">AZUL</span> </div> <p>Todo lo llevaremos a cabo con mucho esfuerzo y de manera ordena. planteando los roles de cada uno es este objetivo. Dando un ejemplo inicial cada uno de nosotros. Nos abasteceremos de toda información útil y veras que podamos propagar para el cuidado del medio ambiente.</p>

- Realice una autoevaluación de la idea de negocio con el siguiente cuadro:

INTERES/ DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION			
	(F)			(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer			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 puedo tener el negocio funcionando			4	
<b>N TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN</b>			8	10

Veamos los puntajes obtenidos, siguiendo las siguientes instrucciones complete la tabla que sigue a continuación:

**- Paso 1:**

Coloque en la columna "A" el número total de afirmaciones que UD. haya contado.

**- Paso 2:**

Multiplique el resultado de la columna "A" por el valor de la columna "B" y el resultado anótelos en la columna "C".

**- Paso 3:**

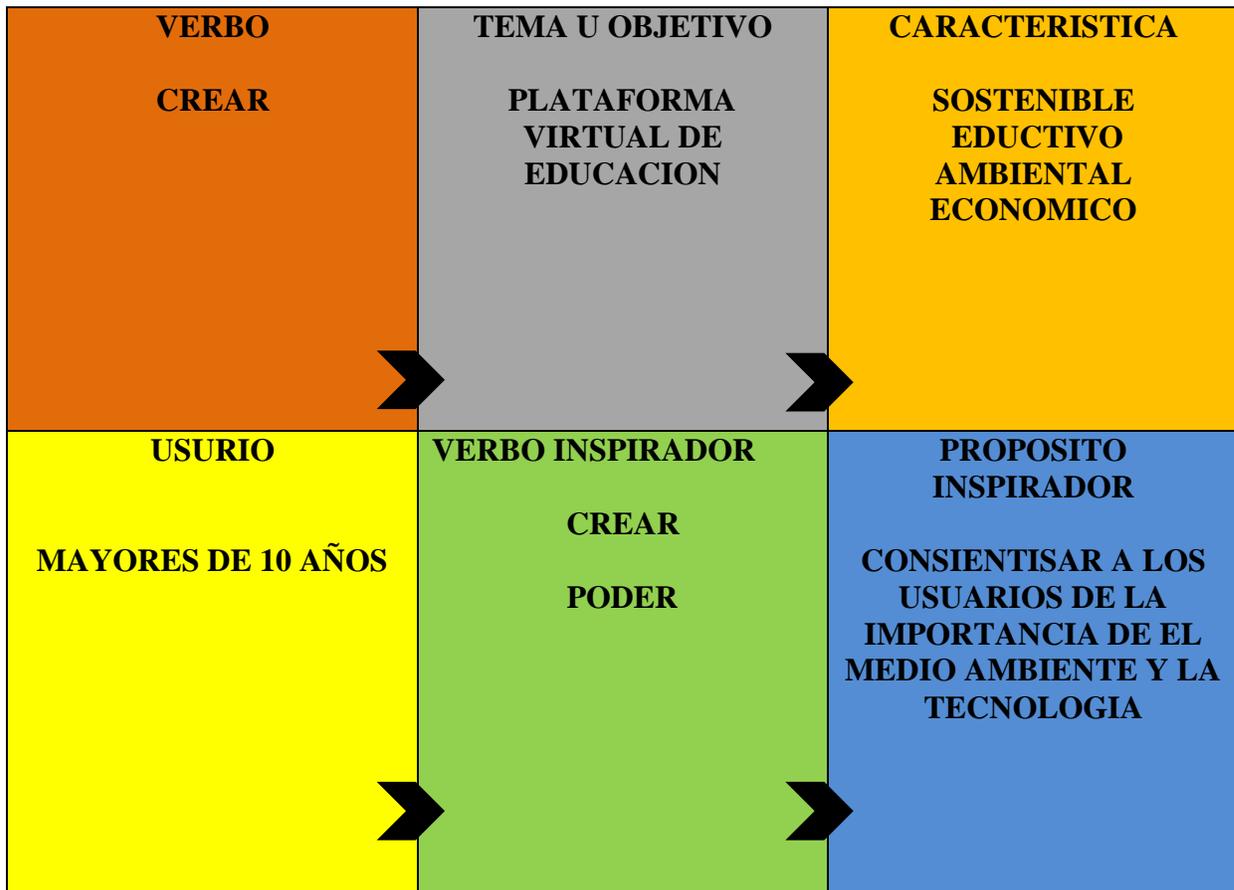
Sume verticalmente los puntajes obtenidos en la columna "C" y coloque el resultado en el recuadro correspondiente al PUNTAJE TOTAL.

	A		B		C
Total de afirmaciones valoras en 1		X	1	=	
Total de afirmaciones valoras en 2		X	2	=	
Total de afirmaciones valoras en 3		X	3	=	
Total de afirmaciones valoras en 4	2	X	4	=	8
Total de afirmaciones valoras en 5	2	X	5	=	10
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					18

## ESTRUCTURA DE LA IDEA

¿Cuál es el producto o servicio?	Plataforma virtual
¿Quién es el cliente potencial?	Jóvenes o personas mayores
¿Cuál es la necesidad?	Cuidado de medio ambiente y aprendizaje de la tecnología
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Las personas tendrán disponibilidad de la plataforma las 24 horas donde podrán desarrollar los respectivos cursos
¿Por qué lo preferirían?	Porque es una plataforma fácil de utilizar, dinámica y pueden acceder en el horario que ellos prefieran

## IDEA DE NEGOCIO



## INNOVACION

Las fundaciones de cualquier organización que afirman no tener ánimo de lucro y que pertenecen a la esfera privada. Son conocidas como tercer sector, en nuestro país se articula básicamente alrededor de dos figuras jurídicas: las Asociaciones y Fundaciones. Las primeras están centradas en el componente personal, en los socios y en su actividad. Las segundas son realmente un patrimonio adscrito a un fin.

El fin es poder combinar ambas figuras en una ONG (Organización No Gubernamental) dónde se puede llegar a construir verdaderos Holdings.

Por lo que se ve hoy en el país no somos los único que cree que las Fundaciones en alianza con las ONG son una buena alternativa para desarrollar un negocio. En el mismo periódico coinciden [Luis Pineda de Ausbanc](#) (ojo a su frase definitoria de "desde niño nunca me he bajado de un Mercedes") y [Eduardo Castellón de Intervida](#), ambos en el ojo del huracán. Son dos casos sonados, pero hay muchos más: [la SGAE o su emporio empresarial](#), [las distintas organizaciones de consumidores \(por llamarlas de algún modo\)](#), el caso [Anesvad](#), la mismísima [ONCE](#), etc...

**Algunas de las razones por las que algunos prefieren desarrollar su vena empresarial bajo el paraguas de las Fundaciones y ONG:** Algunas de estas organizaciones, especialmente las de asociación, **son de más fácil y flexible constitución y vida que sus equivalentes mercantiles**. Gozan de la misma personalidad jurídica, evitando así la responsabilidad personal de sus socios, pero su **opacidad puede ser superior**.

Los **controles (auditorias) son muchos menores**, salvo quizás para el caso de Fundaciones (pero a la vista está que no suficientes). Por ejemplo, han surgido algunas iniciativas como la [Fundación Lealtad](#), aunque desconozcamos el alcance total de su éxito.

- Tiene un **régimen fiscal más beneficioso** que el de las sociedades mercantiles.
- Les permiten captar **fondos de simpatizantes**, vía donaciones o similares. Fondos que muchas veces no están sujetos a un control fiscal tan fuerte.

- Acceden a **fondos públicos vía subvenciones y adjudicaciones de contratos para organizaciones del tercer sector**. La definición de Organización No Gubernamental con el hecho de que muchas de ellas vivan esencialmente del presupuesto público. Tanto, que en ocasiones, se convierten en apéndices de los partidos, en voceros suyos, como los sindicatos en su peor momento.
- El hecho de constituirse en una ONG no impide el que la cúpula dirigente constituya y desarrolle una **extensión de sociedades mercantiles que facturen a la ONG**, y que este controlada, bien por ella, o casi mejor, por ellos.
- Excelente **imagen pública** (al menos hasta ahora), fruto de la cual pueden acceder con mayor facilidad a los **medios de comunicación** y conseguir campañas de publicidad a bajo, e incluso nulo, costo. En ocasiones, las empresas crean ONGs que les sirven de pantalla a tales efectos. (Véase el caso Afinsa/Fórum y el manejo que tenían de la patronal del sector.)
- Las que se dedican a cooperación internacional tienen una maravillosa **patente de corso para justificar fuertes movimientos de dinero en el exterior**. Y cuando el dinero da tantas vueltas, siempre se pueden ir recogiendo las migajas en cuentas en el extranjero. Además, tienen **acceso directo a las autoridades públicas** de muchos países del tercer mundo, aspecto fundamental para desarrollar negocios paralelos.

La estrategia que surge es pertenecer a la **Asociación de Fundaciones Empresariales de Colombia**. La Asociación de Fundaciones Empresariales de Colombia nació de la **alianza de nueve fundaciones empresariales** con el objetivo de liderar conjuntamente la interlocución y divulgación del esfuerzo y compromiso de los empresarios de Colombia, en su trabajo **por alcanzar las metas de transformación social sostenible del país**. Hoy en día cuenta con 54 fundaciones adheridas y múltiples proyectos en marcha.

El objetivo es poder asociarse con una empresa que la adhiera a la compañía. Colombia ha sido testigos del creciente interés del empresario por crear o adherirse a fundaciones que permitan agregar valor social y económico a sus actividades. La proyección a largo plazo es convertir la fundación en multiempresarial, compone de un trabajo colectivo donde

múltiples empresas se unen por causas muy puntuales como la educación, la competitividad regional, el apoyo y fortalecimiento de organizaciones de la sociedad civil o la construcción de paz.

La AFE suele repetir que **las fundaciones empresariales no son las llamadas a legitimar el negocio. Su función debe ser la de servir a una comunidad, una región y un país con una connotación de largo plazo y en corresponsabilidad con el Estado.**

“Las fundaciones pertenecientes a la AFE se distinguen por su conocimiento y gestión, **todo enmarcado en unos principios éticos y de transparencia que son y deben ser los rectores de la actividad empresarial**, observándose con mayor rigurosidad al trabajar con recursos que tienen una vocación pública”. (Revista Compromiso Empresarial)

**La innovación social como es elemento indispensable, para afrontar los retos, para sentirnos incómodos**, que se plantean a los actuales gestores empresariales. Estrategias sencillas para dar solución a problemas reales, al tiempo que se convierten en motores de cambio. Es indudable que la innovación social es una herramienta natural, para unir rentabilidad social y financiera. Nos esforzamos en favorecer el aprendizaje individual y colectivo, impulsando que se resuelvan problemas sociales reales y creando valor para las empresas.

Otra línea de negocio que es proteger activos a través de una Fundación de interés privado o por medio de los Holding.

Esta figura jurídica **tiene como finalidad el disponer y administrar los bienes que han sido otorgados a la fundación cumpliendo la voluntad y deseo de su fundador**, el cual puede actuar en nombre propio como fundador o a través de un tercero. El patrimonio que forma parte de una fundación de interés privado constituye un patrimonio separado y completamente independiente del fundador, y **por este motivo estos activos son inembargables por causas imputadas al fundador.**

La Fundación brinda así un vehículo ideal de protección y organización de activos tanto de índole personal como comercial.

Desde un punto de vista práctico, la fundación permite otorgar un patrimonio a este ente jurídico el cual será administrado a través del Consejo Fundacional que velará porque se cumplan los deseos de su fundador.

Será en el acta fundacional, documento que se inscribe en el Registro Público, donde se establezca el patrimonio mínimo que se otorgará a la fundación, los miembros del Consejo Fundacional, el nombre del fundador y el de la Fundación. De esta forma se realiza y establece la estructura que va a gestionar y disponer de los bienes donados a la Fundación. Los miembros del Consejo Fundacional pueden ser tres personas naturales o una persona jurídica, como mínimo. Los beneficiarios y su protector pueden ser establecidos en el Acta Fundacional, que para mayor publicidad y seguridad se inscriben en el Registro Público de Panamá. Estos también se pueden nombrar en el **Reglamento, que es un documento privado, con el objeto de brindar mayor privacidad de los bienes y los beneficiarios.**

**Las fundaciones sirven de “Sociedad Holding”**, ya que este tipo de entidades jurídicas pueden actuar como tenedoras de acciones de una sociedad y recibir dividendos y rentas de otros activos. Su diferencia con las sociedades al uso es la imposibilidad de poder llevar una actividad comercial con ánimo de lucro de forma habitual, únicamente de forma esporádica y debidamente justificada.

“Su objetivo es la de administrar el patrimonio de la fundación, en principio puede constituir una desventaja en este sentido frente a las sociedades, pero lo que es cierto es que actúan como complemento ideal para la protección de activos con esta figura de “Sociedad Holding”.

Uno de los usos más extendidos e interesantes de las fundaciones es la de **organizar y distribuir el patrimonio que se dota para herencia**. Con este vehículo se evita abrir un proceso de sucesión, como ocurre en los testamentos, para que los herederos reciban su herencia. El proceso de sucesión suele llevar más tiempo, intervención de abogados, posibles reclamaciones de acreedores de la persona fallecida, puede ser de dominio público a diferencia de la privacidad que brindan las fundaciones, etc...” (PCR Central Fiduciaria) Gracias a la fundación, los herederos o beneficiarios pueden recibir la totalidad o parte del patrimonio al cumplirse determinada edad o condición establecida por su fundador.

Las rentas que generen los activos de la Fundación pueden ser entregadas al fundador durante su vida, y en el momento en que fallece, se deberán entregar a los beneficiarios en su totalidad o parcialmente. Proporcionando así un sin límite de posibilidades que constituye un magnífico instrumento para estructurar patrimonio y su reparto.

## **CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Nombre de la empresa: **LUCALI A.T.E**

Actividad económica: Una fundación que esta orientados a satisfacer las necesidades de orientación, apoyo, acompañamiento y capacitación a través del conocimiento y análisis de situaciones de las vivencias de las personas.

Tamaño: Colaborar a todo tipo de personas con el fin de disminuir los problemas de estrés y ansiedad que contrajo la pandemia, debido al encierro, desempleo y otros factores.

Lugar de ubicación: Sede virtual

## **ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA**

Por su objeto social, la Fundación **LUCALI A.T.E** está enmarcada en el sector de la salud al formular un modelo de atención con la implementación operacional de una sede virtual para la atención de personas con ansiedad con un nivel primario de atención. Su propósito es crear un programa de atención de salud centrado en las necesidades de la comunidad de bajos recursos, que integre y coordine los diferentes niveles de atención (nutrición hasta lo psicológico), con énfasis en el nivel primario y en la participación juvenil y comunitaria.

Con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas y disminuir sus conductas de riesgo con la ansiedad para atender las necesidades de la población colombiana, existen entidades públicas y privadas que ofrecen una gama de servicios, a través de programas gubernamentales sociales que buscan cautivarlo como cliente o simplemente satisfacer sus necesidades básicas inmediatas de salud y seguridad para su desarrollo personal.

En el mercado de servicios sociales con enfoque empresarial se debe clarificar que las empresas privadas pueden considerarse “Competencia” en la oferta de servicios se desvirtúan como tal porque la fundación parte del servicio integral sin ánimo de lucro, pero sin ánimo de pérdida.

Para puntualizar los aspectos relevantes de la investigación para la información de competencia desde la perspectiva de la investigación, la competencia solo se tendrá de referencia para validar servicios que ofrecen y costos para beneficio de la empresa contra la oferta de la fundación que tiene ánimo social. No existe en consecuencia competencia directa con la que la Fundación se pueda comparar pues las entidades que prestan estos servicios por

un lado es el SISBEN a través de la secretaria de salud y la Alcaldía que se trata de un servicio gratuito, y por otro lado los consultorios privados e IPS de alto costo con los cuales tampoco nos podemos comparar debido a que ellos prestan servicios de:

- Consulta de psicología
- Consulta de nutrición
- Asesoría en salud mental
- Asesoría en nutrición

Patrocinamos los incentivos comunes con el fin de que todos se ayuden, ya que es necesario que todos cumplan con un mínimo para conseguirlos.

Parte del hacerlos partícipes de la empresa, es el hecho de que recojan algún beneficio, procurando que el beneficio sólo pueda obtenerse en caso de que todos cumplan con un mínimo, así todos se tienen que comprometer a la vez que se ayudarán unos a otros a lograr sus mínimos. Aplica estas estrategias, y consigue con ayuda de tu equipo que se cumplan los objetivos que has marcado para el éxito del negocio.

La fundación está exenta de impuestos, lo que le permite que todos los servicios que facture sean más económicos y que no se les haga retenciones de ninguna clase de impuestos. También le permite que todos los beneficios como resultado de su ejercicio sean reinvertidos en su totalidad en sus programas y proyectos sin tener que deducir el impuesto de renta. Cuentan con un equipo de voluntarios que apoyan todos los proyectos y actividades que desarrolla la fundación y que aportan su conocimiento, su tiempo y sus recursos.

NOMBRE DEL COMPETIDOR	PRODCUTO	PRECIO	SERVICIO (VENTAJA COMPETITIVA)	UBICACION
Sisbén	Servicio gratuito de salud	Gratis	No tiene competencia debido a que se trata de un servicio gratuito a la población.	A nivel nacional
IPS	Consultorios privados	El precio varia dependiendo de la IPS.	No tiene punto de comparación debido a que ellos prestan: Consulta de psicología Consulta de nutrición Asesoría en salud mental Asesoría en nutrición	A nivel nacional

## **ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DE LOS PROVEEDORES**

Crear una fundación se ha convertido en una de las acciones preferidas por las compañías para devolver a la sociedad civil un poco de lo que les ofrece en manera de retribución, al tiempo que ayuda a disminuir en algo el importe del impuesto sobre la renta.

Prueba del auge que han tenido este tipo de organizaciones es que 40% de las que se han creado en el país iniciaron después del año 2000, mientras el origen de las mismas es 69% empresarial, 16% familiar y 15% independientes, de acuerdo con los datos del reciente informe ‘Las Fundaciones en Colombia: características, tendencias y Desafíos’, de la Asociación de Fundaciones Familiares y Empresariales de Colombia (AFE).

Las fundaciones están incluidas en el grupo conocido como “entidades sin ánimo de lucro” (Esal) que, de acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), “son personas jurídicas que se constituyen por la voluntad de asociación o creación de otras personas (naturales o jurídicas) para realizar actividades en beneficio de los asociados, de terceras personas o de la comunidad en general y no persiguen el reparto de utilidades entre sus miembros”.

## **LOS TIPOS DE FUNDACIÓN**

Hay diferentes tipos de fundación según la naturaleza de la entidad. Por ejemplo, una fundación familiar es una entidad privada independiente, establecida por una familia con fondos que provienen de ella. Los familiares hacen contribuciones al patrimonio y también pueden ser miembros de su máximo órgano de gobierno.

Otro tipo son las fundaciones independientes, las cuales funcionan como una entidad jurídica sin fines de lucro que no tiene socios ni accionistas y cuenta con su propio consejo de administración. Tiene su propia fuente de ingresos establecida, a veces, pero no de manera exclusiva, a través de un fondo de dotación, del cual al menos 50 % proviene de una fuente privada, según explica la Asociación de Fundaciones Familiares y Empresariales de Colombia (AFE).

Las fundaciones de tipo empresarial son aquellas privadas que derivan sus bienes y fondos de una empresa o grupo empresarial y aunque tiene afiliación con la empresa, es independiente de ella.

Por último, una fundación comunitaria cuenta con su propio consejo de administración y tiene la misión de trabajar para el bien de los ciudadanos en un área geográfica determinada. Sus fondos provienen de múltiples donantes y también ofrecen aportaciones filantrópicas a otras entidades sin fines de lucro.

## **LOS BENEFICIOS TRIBUTARIOS**

En cuanto a beneficios tributarios, al donar, las empresas adquieren un descuento del impuesto sobre la renta del 25% del valor donado, de acuerdo al artículo a la Ley 1819 de 2016.

Según el artículo 125 sobre deducción por donaciones, las asociaciones podrán recibir una deducción no superior a 30% de la renta líquida del contribuyente, determinada antes de restar el valor de la donación.

Sin embargo, Neira resalta que “más allá de los beneficios económicos que puedan obtener las empresas, hay un sentido de responsabilidad social que hace que ese apoyo que están dando a una fundación para que pueda desarrollar su objetivo y logre generar cambios”.

Nuestro primer proveedor como alianza son las ONG, cuando se articula o se desea articular hay que definir cuál es mi oferta de valor. Se llega ofreciendo algo en la mesa, no se llega pidiendo. No se busca dinero por que sí, eso no funciona. Lo principal es poder conocer y participar de los eventos, foros, leer que está pasando en la ONG estando empapado del tema. Se debe entender el lenguaje y las presiones a las que están sometidas las ONG, se debe entender esas presiones y también entender que un gran problema del cortocircuito en la relación Fundación-ONG, está en el lenguaje. ¿Cómo hablar de mi proyecto en un marco de responsabilidad social empresarial, o en un marco de inversión social privada o en un marco de negocio inclusivo? Al tener una mirada y más estratégica, se logrará tener una perspectiva a largo plazo y no cortoplacista. El objetivo es ser socios, acompañar al proceso, ya cuando se esté más involucrado, sumarse con otros y recibir fondos para algo más grande.

Sumando esfuerzos y ganar eficiencia de forma sostenida a largo plazo, es el paso a seguir con ya estando dentro la ONG, pero encaminado ahora las empresas, de la mano viene la innovación social y capacidad emprendedora. Las organizaciones (Empresa y ONG) se unen para desarrollar conjuntamente nuevos productos, servicios o proyectos que aporten valor social y contribuyan a mejorar un problema de la sociedad. Algunas ONG muestran preocupación frente a este tipo de colaboraciones ante la posibilidad de que, bajo el lema innovación social, las empresas se aprovechan de sus recursos para fines meramente comerciales. Por ello este tipo de colaboraciones suelen ser más exitosas cuando la relación empresa-ONG ya está consolidada.

Al permitir una mínima rentabilidad, asegura su sostenibilidad más a largo plazo y no está tan condicionada a la aportación de recursos por parte de ambas instituciones para su financiación.

**Los presupuestos de estas dos alianzas depende del proyecto en que se embarca y los requisitos que pueda tener la ONG para hacer aportes y sostenibilidad en los proyectos.**

## 15 BONDADES

1. Dar el verdadero valor a las cosas o las acciones
2. Ayudar a una causa y difundir buena información
3. Resaltar las buenas acciones de otros
4. Ayudar el medio ambiente
5. Hacer trabajos voluntarios
6. Proactiva
7. Alegre
8. Perseverante en casos de ayuda y difusión
9. Tener capacidad de dialogo
10. Emprendimiento
11. Nobleza ante la gente
12. Firmeza ante la injusticia
13. Recrear y expandir información para ayuda del ambiente
14. Motivar a la participación de buenas acciones
15. Empezar sin un fin lucrativo

## BUYER PERSONA I

<p><b>FOTO DE CLIENTE</b></p> 	<p><b>MIEDOS FRUSTACIONES Y ANSIEDAD</b></p> <p>Llegar a su vejez sin haber promovido una buena labor.</p> <p>Su frustración es ver tanta información falsa en a web debido a personas que no dejen llevar una buena causa sin sacar lucro de ella.</p>	<p><b>DESEA NECESITA ANHELA Y SUEÑA</b></p> <p>Desea utilizar sus años de vejes continuos para promover una buena causa y ayudar el planeta para vivir mejor sus últimos días.</p>
<p><b>DEMOGRAFICOS Y GEOGRAFICOS</b></p> <p><u>Nombre:</u> William Moreno</p> <p><u>Edad:</u> 52</p> <p><u>Ciudad:</u> Medellin</p> <p><u>Contextura:</u> Posee barba y bigote de estatura mediana.</p>	<p><b>¿IMPORTANCIA PARA ELLOS?</b></p> <p>El servicio que le prestaremos será de vital importación para el ya que le informaremos como reutilizar y generar nuevos recueros con cosas a las que quizás el ya no recurría, además le ayudaremos a ver la transformación y ayuda del medio ambiente.</p>	<p><b>¿COMO ALCANZAS ESTAS METAS HOY?</b></p> <p>El alcanzara esa meta con mayor atención a la información que difunde y generando apoyo a la causa en la que cree.</p> <p><b>¿HAY ALGUNA BARRERA EN TU CAMINO?</b></p> <p>Su mayor barrera es el poco conocimiento de manejo de computadoras y la forma de investigar en internet.</p>
<p><b>FRASES QUE MEJOR DESCRIBEN SUS EXPERIENCIAS</b></p>	<p>Fiel trabajador con grandes reconocimientos en su área laboral, elogiado por sus amistades y familiares por las capacidades y actitudes de repica ante alguna ayuda.</p>	
<p><b>¿EXISTEN OTROS FACTORES QUE DEBERIAMOS TENER EN CUENTA?</b></p>	<p>El medio por el cual William obtiene información es el factor mas importante ya que por este medio dinámicamente nos podríamos hacer conocer.</p>	

## BUYER PERSONA II

<p><b>FOTO DE CLIENTE</b></p> 	<p><b>MIEDOS FRUSTACIONES Y ANSIEDAD</b></p> <p>Su mayor temor es una competencia desleal en cualquiera de los ámbitos que desean desarrollar como persona integral.</p>	<p><b>DESEA NECESITA ANHELA Y SUEÑA</b></p> <p>Mario sueña con finalizar su carrera y poder emprender su propia empresa Luisa anhela emplearse en grandes empresas donde pueda demostrar sus habilidades y conocimientos adquiridos Pedro</p>
<p><b>DEMOGRAFICOS Y GEOGRAFICOS</b></p> <p><u>Nombre:</u> Ellos son Mario, Luisa y Pedro</p> <p><u>Edad:</u> Tiene 25, 23 y 27 años</p> <p><u>Ciudad:</u> Todos son de Medellín</p> <p>Comparten una estatura mediana estándar entre 1,55 y 1,66 Metros de altura.</p>	<p><b>¿IMPORTANCIA PARA ELLOS?</b></p> <p>El servicio que le prestaremos será de vital importancia ya que podrán estar informados en las innovaciones ambientales y así podrán segmentar sus prioridades y caminos los cuales guiar sus metas.</p>	<p><b>¿COMO ALCANZAS ESTAS METAS HOY?</b></p> <p>Alcanzaran sus metas mediante esfuerzos, recorte de tiempo libre para adquirir conocimientos mas halla de los básicos enseñados</p> <p><b>¿HAY ALGUNA BARRERA EN TU CAMINO?</b></p> <p>Despertar o encontrar competencia desleal o influencias hacia caminos indebidos que conlleven a una mala decisión.</p>
<p><b>FRASES QUE MEJOR DESCRIBEN SUS EXPERIENCIAS</b></p>	<p>Personajes proactivos, con grandes sueños por cumplir, generando mentalidad de cambio y ayuda.</p>	
<p><b>¿EXISTEN OTROS FACTORES QUE DEBERIAMOS TENER EN CUENTA?</b></p>	<p>Un factor muy importante que debemos tener en cuenta es el gusto de cada uno de ellos ya que por estos medios podríamos llegar mas fácil para llamar su atención y poder darnos a conocer y brindar nuestro servicio</p>	

## CLIENTE IDEAL

La gran mayoría de población en donde pueda encontrar nuestro cliente ideal es en las fundaciones ya que ellos son grandes emprendedores que se esfuerzan para promover y logran una buena causa,

Los valores que más destacamos para nuestro cliente ideal son la Solidaridad con el medio ambiente o recurso que lo necesite, emprendimiento de continuar ayudando pese a cualquier obstáculo, Esfuerzo dedicación y amor por las actividades realizadas, bondad, respeto y entorno de paz en cada situación.

En el entorno de nuestros dos clientes descritos encontramos muy comúnmente un entorno laboral con una rutina establecida pero en tiempos libres muy interesados en conocer o aprender de nuevos sucesos

Nuestros clientes presentan una gran necesidad y es la de saber el verdadero origen y el multi uso de las cosas que compran o desechan fácilmente ya que todo en este mundo es reutilizable.

Gracias a la vida y a miles de personas que emplean sus esfuerzos en generar un cambio, existen este tipo de fundaciones donde nos enseñan sobre la reutilización de los productos y los grandes beneficios que le brindamos al mundo con estos pequeños cambios desde nuestras casas u/o lugares.

<https://natura.org.co>

<https://www.lafundacion.co>

<https://fundacionecohabitats.org>

En el campo de nuestro servicio la mayor población que nos beneficiaría como cliente ideal o mayor cliente serían las fundaciones de ambiente o personas que reutilizan lo que quizás muchas generan como basura, ya que ellas son las principales fuentes de innovación generando un voz a voz para lograr más atención a dicha causa.

Las personas o negocios con más alto potencial de adquirir nuestro producto son las fundaciones por su labor en diferentes campos.

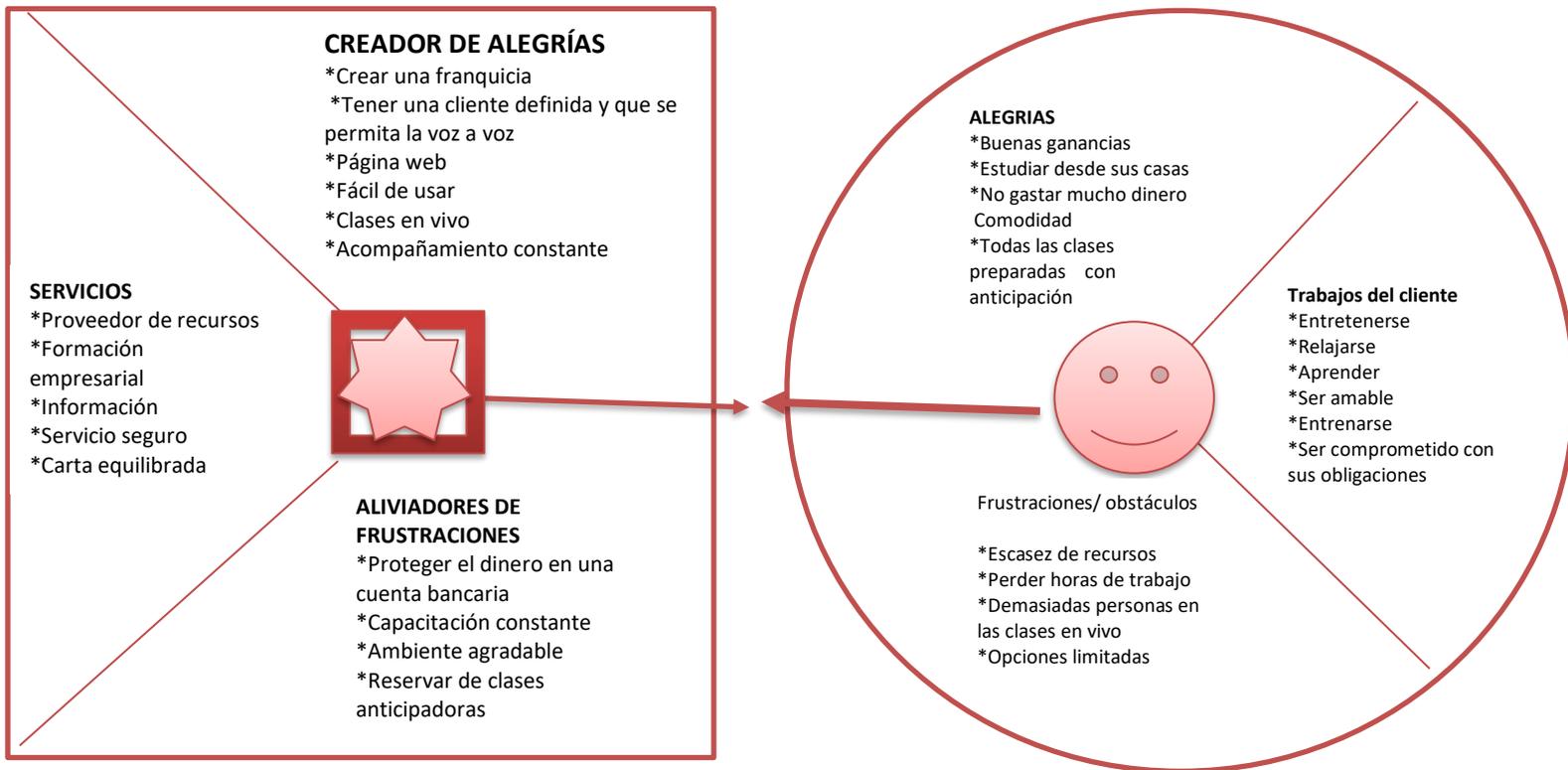
Las fundaciones son las beneficiadas ya que el servicio que brindamos es un servicio de conocimiento y sensibilización el que deseamos brindar

Para realizar nuestro servicio necesitamos de una plataforma experta donde podríamos desarrollar la página web donde realizaremos los cursos y tutoriales

## DISEÑO DE DETALLE

## VALIDACION DE EL PRODUCTO

## PRODUCCION



# DISEÑA TU PRODUCTO

## 1. DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

La propuesta de indicadores que se presenta, está dirigida esencialmente a la mejora de los servicios y programas de las Fundaciones y ONG de acción social, aunque una buena parte de los indicadores también pueden ser de utilidad para servicios sociales de titularidad pública o de empresas privadas, o para otros sectores de intervención: cooperación internacional, sector socio sanitario, etc.

## CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA

a) Esta iniciativa pretende dar respuesta a las necesidades y expectativas de los principales grupos de interés en relación a la gestión de indicadores en la acción social:

- Pretende colaborar a hacer más visible el valor aportado a las personas atendidas en el ámbito de la acción social, desde una óptica de derechos y de máxima participación y protagonismo de las y los usuarios.
- Busca responder a las necesidades de gestión específicas de las organizaciones, redes y plataformas sociales, y por eso se organizan Seminarios y consultas para consensuar listados de indicadores que ayuden mediante comparaciones a identificar áreas de mejora.
- Quiere facilitar herramientas para que la Administración y la sociedad en general perciban una rendición de cuentas más clara y transparente por parte de las Fundaciones y ONG.

b) El enfoque general se centra en el uso de los indicadores para poder compararse y mejorar, a diferencia de otras propuestas más centradas en el cumplimiento de estándares para fijar unos mínimos de funcionamiento. El punto de partida es la constatación de que en los últimos años numerosas Fundaciones y ONG tienen implantados y certificados sistemas de gestión que necesitan de la comparación de indicadores para poder seguir avanzando en sus mejoras.

c) Los contenidos propuestos tratan de conjugar y adaptar los principales modelos teóricos procedentes del ámbito empresarial (Cuadro de Mando, Modelo EFQM, Normas ISO...) con las principales aportaciones y aprendizajes generados por el Tercer Sector, tanto en Colombia (Plataforma de ONG de Acción Social, Coordinadora de ONG para el Desarrollo, ICONG, Taula del Tercer Sector, Observatorio del Tercer Sector de Bizkaia...) como a nivel internacional (Carta de Responsabilidades de las ONG internacionales, Marco de indicadores y estándares de Civicus, Alianza Mundial para la Participación Ciudadana...)

d) Es una propuesta que, sobre todo, quiere ser útil a las organizaciones. Por eso no basta sólo con publicar esta Guía, ya que el éxito de este proyecto radica en la posibilidad de que numerosas organizaciones decidan compartir algunos de sus indicadores para poder compararse y mejorar. Por eso se quiere poner el acento en la confianza y la facilidad a la hora de introducir los datos en el aplicativo Web de este proyecto.

En una primera etapa, se pretenden priorizar indicadores de más fácil comparación, relacionados con áreas de gerencia, economía, recursos humanos, etc. Dejando para una segunda etapa las comparaciones de indicadores más complejos como los relacionados con los resultados de los servicios que requerirían estandarizar la obtención de datos y homogeneizar las medidas a comparar.

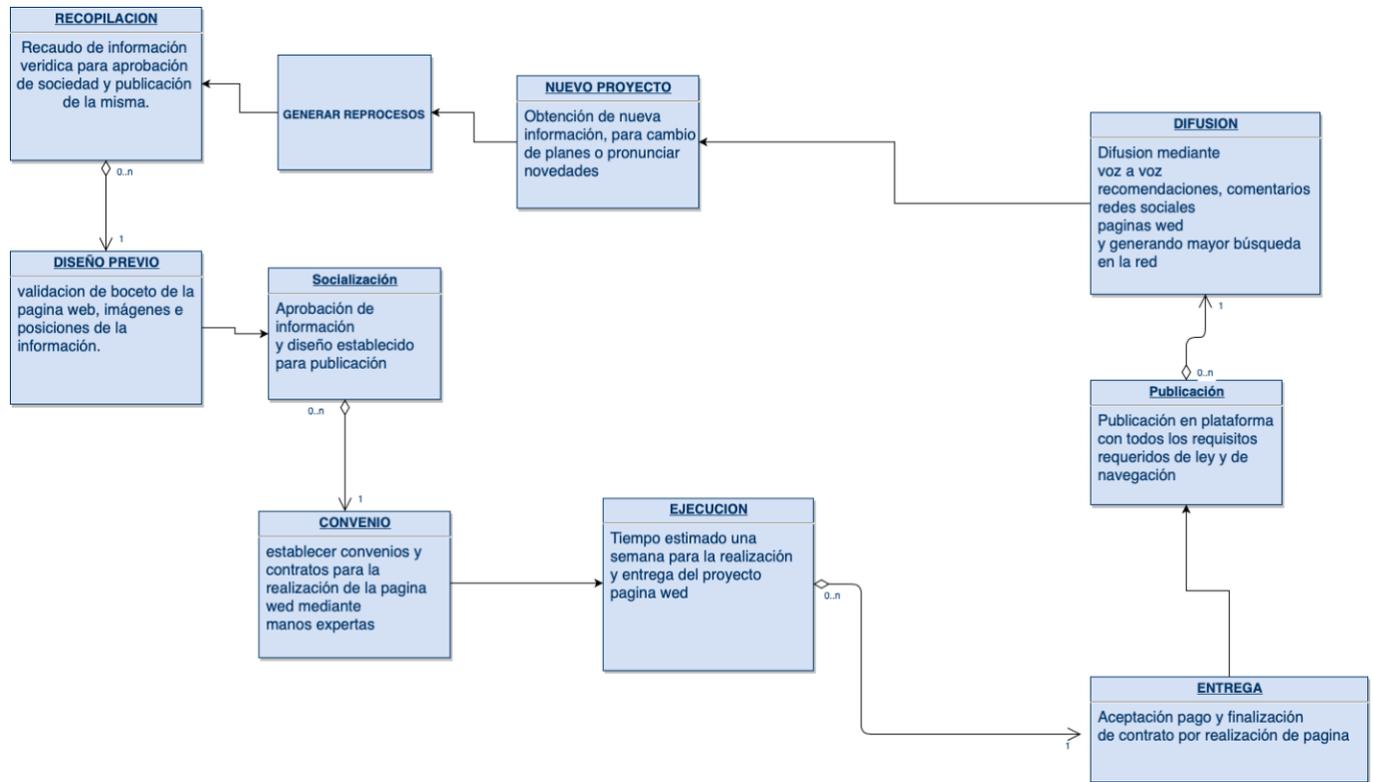
e) Finalmente, es una propuesta que quiere colaborar al crecimiento del Tercer Sector, buscando alianzas con las redes y plataformas más significativas y tratando de aportar Informes anuales que ayuden a explicar la evolución de los principales indicadores de las organizaciones del Tercer Sector en Colombia.

## **2 .DISEÑO DE CONCEPTO**

Materiales o maquinaria para poner en produccion nuestro servicio

- Equipos tecnologicos (laptos, celulares inteligentes, computadores, tables)
- Linea de internet con un buen ancho de banda
- Especialista en paginas wed
- Fuente de informacion clara y veridica

### 3. DISEÑO EN DETALLE



# CADENA DE DISTRIBUCION



TWITTER

FACEBOOK



INSTAGRAM



GOOGLE



PINTEREST



LUCALI A.T.E

Al ser nuestra empresa una fundación la diferencia radica en que es una Entidad Sin Ánimo de Lucro (Esal), por lo que máximo el 20% del dinero que ingresa a la entidad puede ser destinado a los gastos administrativos y el otro 80% debe ser invertido en el objeto social de la fundación y en el precio de venta no está determinado debido a que por ser una fundación nuestro propósito es llegar a todo tipo de persona sin importar su estrato social y nos lucrarnos de las donaciones que quieran aportar nuestros clientes.

## VALIDACION Y VERIFICACION

### **agrupación de indicadores**

La propuesta de agrupación de indicadores pretende recoger datos relevantes de los principales grupos de interés: destinatarios, financiadores, personal y también de las áreas clave de una organización: estrategia, área económica y sistema de gestión.

El sistema de agrupación propuesto, identifica también para cada categoría de indicadores unos factores clave que se considera pueden incidir en el éxito o fracaso de una organización.

En nuestra propuesta hemos seleccionado factores clave específicos del Tercer Sector y que están alineados con las principales iniciativas internacionales, como la impulsada a raíz de la Carta de Responsabilidades de ONG propiciada por Civicus, Alianza mundial para la participación ciudadana y en la que están presentes la mayoría de ONG internacionales. Estos son algunos de los factores clave identificados como específicos del Tercer Sector:

- Cumplimiento de la misión
- Impacto a corto y largo plazo
- Buen gobierno
- Base social
- Coherencia presupuestaria
- Coherencia entre misión y actividades
- Transparencia y rendición de cuentas, así mismo una buena parte de los factores clave propuestos son comunes a la bibliografía habitual del modelo de cuadro de mando de Kaplan y Norton y a los ejemplos de Memorias EFQM de organizaciones del ámbito social y educativo.

Finalmente, la propuesta de agrupación de indicadores y de factores clave que se formula en esta Guía es la que figura en el cuadro siguiente:

Agrupación de indicadores	Factores clave
<b>Indicadores clave no económicos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cumplimiento de la misión o de la visión</li> <li>2. Impacto a corto y largo plazo</li> <li>3. Efectividad de los programas o servicios</li> <li>4. Sostenibilidad de la organización</li> <li>5. Imagen social</li> <li>6. Buen gobierno</li> </ol>
<b>Indicadores clave económicos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diversificación de ingresos, independencia</li> <li>2. Tipología de gastos</li> <li>3. Resultados económicos</li> <li>4. Inversiones</li> <li>5. Coherencia presupuestaria</li> </ol>
<b>Indicadores de gestión</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Procesos</li> <li>2. Coherencia entre la misión y las actividades</li> <li>3. Alianzas y otras partes interesadas</li> <li>4. Comunicación</li> <li>5. Transparencia y rendición de cuentas</li> <li>6. Tecnología</li> <li>7. Innovación</li> <li>8. Información y conocimiento</li> <li>9. Gestión ambiental</li> <li>10. Cumplimiento de requisitos y estándares</li> </ol>
<b>Indicadores de destinatarios</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nuevos destinatarios</li> <li>2. Atributos del servicio</li> <li>3. Relaciones con los destinatarios</li> <li>4. Calidad de vida</li> <li>5. Satisfacción</li> <li>6. Participación</li> </ol>
<b>Indicadores de financiadores</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nuevos financiadores</li> <li>2. Atributos del servicio</li> <li>3. Relaciones con los financiadores</li> <li>4. Fidelización</li> <li>5. Satisfacción</li> <li>6. Subsanación de errores</li> </ol>
<b>Indicadores del equipo de personas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Motivación, implicación y participación</li> <li>2. Satisfacción</li> <li>3. Rotación</li> <li>4. Formación</li> <li>5. Logros y competencias</li> <li>6. Salarios por categorías</li> <li>7. Productividad</li> </ol>

En estos dos links se puede encontrar de manera detallada la inspección y vigilancia de las entidades sin ánimo de lucro.

[https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/doctrina\\_distrital\\_tema.jsp?cd=0&idtema=9](https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/doctrina_distrital_tema.jsp?cd=0&idtema=9)

### Consulta de la Norma: - Secretaría General

Los Consejos Tutelares para la Infancia fueron creados como organizaciones de carácter cívico y comunitario, con el fin de promover la defensa de los derechos de la niñez, mediante la participación, concertación, control social y vigilancia, a través de acciones solidarias de la familia, la sociedad y las autoridades e instituciones locales.

[www.alcaldiabogota.gov.co](http://www.alcaldiabogota.gov.co)

[https://www.secretariajuridica.gov.co/sites/default/files/intranet\\_formatos/2310470-PO-08%20Inspecci%C3%B3n%20Vigilancia%20y%20Control%20Entidades%20Sin%20%C3%81nimo%20de%20Lucro%20%20V3\\_copia\\_controlada.pdf](https://www.secretariajuridica.gov.co/sites/default/files/intranet_formatos/2310470-PO-08%20Inspecci%C3%B3n%20Vigilancia%20y%20Control%20Entidades%20Sin%20%C3%81nimo%20de%20Lucro%20%20V3_copia_controlada.pdf)

### SECRETARIA JURÍDICA DISTRITAL

proceso: secretaria jurídica distrital caracterización de proceso inspección vigilancia y control entidades sin Ánimo de Lucro código 2310470-po 08 versión 03 2310100-ft-001.

[www.secretariajuridica.gov.co](http://www.secretariajuridica.gov.co)

PRODUCCION

LUCA A.T.E

TECNOLOGIA  
CUIDADO  
AMBIENTAL



APRENDE DE UNA FORMA  
AGIL Y DIVERTIDA

En fuestra  
plataforma  
encontraras cursos  
de como utilizar  
herramientas como  
word, excel y como  
cuidar  
corectamente el  
medio ambiente.





LUCALI  
A.T.E



LA TECNOLOGIA  
ES ALGO  
NESEARIO EL  
NUESTRO  
PRESENTE

APRENDE A UTILIZAR  
DE LA FORMA CORECTA  
LAS PLATAFORMAS DE  
HOY EN DIA



AHORA  
DESARROLLARAS  
MUCHAS  
ACTIVIDADES DESDE  
LA COMODIDA DE  
TU CASA

CUIDADO LA NATURALEZA

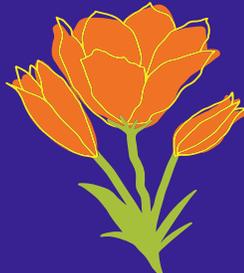
NUEVAS  
OPORTUNIDADES  
PARA NUESTRO  
FUTURO

CUIDEMOS LA  
NATURALEZA Y  
ENSEÑEMOS A  
OTROS A  
CUIDARLA

LA TECNOLOGIA ES  
VVITAL PARA  
NUESTRO FUTURO

”

NO PERMITAMOS  
QUE LA TECNOLOGIA  
NOS SEPRE DE LA  
NATURALEZA, POR EL  
CONTRARIO GRACAS  
A LA TECNOLOGIA  
NOS ACERCAMOS  
MAS A ELLA.



## FICHA TECNICA

### SELECCION ABREVIADA DEL SERVICIO LUCALI A.T.E

A) Denominación del servicio Presentación del servicio de cómo desarrollar estrategias desde internet, cursos en línea y aprender a cuidar de la naturaleza y otros servicios afines

### B) DENOMINACION DE TECNICA DEL SERVICIO

Servicio integral de cómo utilizar correctamente el internet y porque es importante cuidar la naturaleza.

### C) UNIDAD DE MEDIDA PERSONAL

las personas que administrarían la empresa en este caso los 3 socios y empleados 5 profesores para así desarrollar correctamente cada actividad propuesta, anteriormente.

### EQUIPOS

Estaría compuesta por ocho computadores que corresponderían a cada una de las personas que componen la empresa hasta el momento

D) DESCRIPCION GENERAL Prestación de servicios para desarrollar competencias básicas de cómo utilizar plataformas como Word Excel entre otras, por otro lado cursos sobre el cuidado del medio ambiente y jornadas de concientización de las estrategias que debemos utilizar para que mejore el medio ambiente.

ESPECIFICACIONES Cantidad de computadores ocho

- Tecnología internet en disposición todo el tiempo
- Tutorías constantes, clases en línea
- Disponibilidad de tiempo según el estudiante y el profesor acuerden

### Ciclo de vida del producto

Nuestro servicio se encuentra en la etapa de La introducción ya que esta pronto a ser lanzado al mercado, aún estamos dando a conocer nuestro servicio al público desde estrategias publicitarias, promociones, etc.

Es el primer acercamiento de nuestro servicio al consumidor en el que se puede contemplar tanto los estudios de mercados previos y el desarrollo del propio servicio y por ende se hace la inversión a las compañías de comunicación y marketing promocional

Por ultimo investigaremos como es la respuesta del mercado frente a nuestro servicio y así mismo seguir generando estrategias.

## PROTOTIPO

### **Características del producto o servicio**

Nuestro mayor proposito para el prototipo es tener innovacion, que en nuestra pagina se vizualice informacion clara veras pero a la vez que sea un pagina lamativa tanto para grandes como para los mas pequeños de la familia.

deseamos que tenga colores de la naturaleza que se sientan identificados con cuidar y fortalecer el medio ambiente, nuestro prototipo sera llamativo he interactivo para asi tambien saber las inquietudes de los demas o propuestas de ejercer mejoras ambientales.

### **Caracteristicas del prototipo**

el mayor recurso que requerimos para la implementacion de nuestro pototipo es una base de investigacion para aprobar y analiar toda informacion que deseemos publicar o brindar como servicio continuando con programa donde podamos realizar nuestra pagina que permita ser vizualizada a nuestro publico sin conflicto alguno; contamos ademas con nuestro equipo de trabajo que cada dia desea innovar y trabaja para brindar mayor ayuda conocimiento y amabilidad.

### **Como va interactuar el cliente con el prototipo**

El lanzamiento inicial sera mediante el voz a voz por parte de cada uno de los integrantes del grupo, luego invadiremos las redes con anoncion o propagacion de publocaciones haciendo referencia a la buena labor que comenzamos a ejercer. Y por ultimo brindaremos un muy buen servicio y atencion para que nuestro clientes se fidelicen y sigan continuando el camino junto con nosotros.

### **Evidencia del prototipo**

Link Prototipo LUCALI A.T.E

<https://lizethpaez.wixsite.com/lucali>

### LIENZO LEAN CANVAS

<b>PROBLEMA</b> Combatir y reducir la tasa de desempleo generada en la por la pandemia, junto con sus problemas psicológicos como el estrés, ansiedad, etc.	<b>SOLUCIÓN</b> Combatir y reducir la tasa de desempleo generada en la por la pandemia, junto con sus problemas psicológicos como el estrés, ansiedad, etc.	<b>PROPOSICIÓN ÚNICA DE VALOR</b> Capacitar a la personas para que sus habilidades, talentos, puedan ponerlos a producir de manera autónoma, que puedan crear negocios o microempresas con el fin de velar por el sustento propio y el de los demás a futuro.	<b>VENTAJA ESPECIAL</b> Alianza con especialista en el tema de mercadeo, creación de empresas y finanzas, por medio de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG). Un equipo que en verdad nos aporta un crecimiento y un horizonte claro, objetivo.	<b>SEGMENTO DE CLIENTES</b> Desempleados en Bogotá D. C. por la empresas asociadas.
	<b>MÉTRICAS CLAVES</b> Nuestros objetivo es poder tener 50 personas al mes, que desearan emprender y recibir la capacitación, ya que siempre existirá desiertores, pero queremos que nuestra tasa de deserción sea la más baja del 20%.		<b>CANALES</b> Empresas aliadas o que se tenga vinculo con el fin de saber cuales son los desempleados de estás empresas y poder seleccionar los perfiles de cada persona. ONG	
<b>ESTRUCTURA DE COSTES</b> Los salarios serán emitidos por la ONG donde nosotros estamos aliados, los salarios del recurso humano será voluntario y todo ente o persona que desee aportar o apoyar ya que es costo beneficio las propuestas que ofrecemos a los colaboradores.		<b>FLUJO DE INGRESOS</b> Las empresas, las Universidades, y todo colaborador master tendrán beneficios en el apoyo del proyecto. Los recursos serán humanos, logísticos y financieros. Todo depende de cada organización desea apoyar de acuerdo al portafolio que tenemos. Pasado dos años de a los emprendedores, darán un aporte del 10% a la fundación de acuerdo a sus aportes o ganancias mensuales, trimestrales o anuales.		

Link Lienzo Lean Canvas: [google drive](#)

## VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

### Objetivo

Determinar cuál es la importancia del producto y si nuestro público está realmente interesado en adquirirlo., analizar la competencia y el comportamiento de la competencia.

### Necesidad

El cliente necesita aprender a realizar actividades tecnológicas ya que la mayoría de las cosas se realizan de forma tecnológica y se genera una necesidad.

### Evaluar el primer resultado

Después de que los primeros clientes ya te hayan pagado, comienza a haber una expectativa de servicio. Debemos pedirles su opinión, observa la demanda que comienza a haber en el negocio.

### Definición del objetivo de investigación

La fundación LUCALI A.T.E. sin ánimo de lucro con el fin de disminuir lo problemas de estrés y ansiedad de contrajo la pandemia, debido al encierro, desempleo y otros factores, dando oportunidades a las personas de bajo recursos económicos.

Teniendo en cuenta lo anterior nace el deseo de brindarles una alternativa a las personas que se encuentren en está situación. A partir de esto se busca ofrecer medios que refleje en acciones que fortalezca e incentiven la creación de ideas para sobre llevar y sobrevivir en las diferentes situaciones como el desempleo.

La problemática entre la fundación y las personas consiste en que la gente no presente una situación económica estable, que les permita proyectarse en el futuro con una mejor calidad de vida, de igual forma no cuentan con los conocimientos y habilidades adecuados para desenvolverse de manera asertiva frente a los retos como que se presentan en la pandemia.

Actualmente dentro de la fundación no se cuenta con actividades orientadas a inculcar el espíritu emprendedor a las personas, con el fin de garantizar que tengan un sostenimiento para sus necesidades básicas.

### **Formulación del problema**

¿Cómo estructurar una guía para un modelo de emprendimiento, con el fin de incentivar a la creación de pequeño negocios sostenibles?

### **Objetivo General**

Diseñar un modelo de emprendimiento con el fin de se incentive la creación de negocios o hasta microempresas dentro del entorno de desempleo.

### **Objetivo Específico**

- Desarrollar un diagnóstico acerca del emprendimiento, enfocado a la temática y aspectos adecuados para las personas.
- Analizar las variables encontradas, para la construcción de parámetros que retroalimente el desarrollo del modelo de emprendimiento.
- Diseñar un modelo, que genere herramientas y pautas necesarias para la enseñanza de emprendimiento y pueda ser aplicado a las personas.
- Realizar una socialización del diseño del modelo final, por medio entregable que funciones como apoyo.

### **Tipo de investigación a realizar**

La estructura que toma la investigación se basará datos demográficos, en los cuales no puedan arrojar información referente a edad, formación académica, socio económica, etc. Se busca formar personas íntegras con un gran sentido de pertenencia social que piense en el bienestar propio y de todos aquellos que los rodea (a futuro generar empleo). El proyecto busca indagar acerca de los aspectos y componentes que incentiven y ayuden a comprender las etapas que componen el pensamiento emprendedor en pro de cumplir con el objetivo de la fundación.

## ENCUESTA LU.CA.LI

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Teléfono \_\_\_\_\_

1. ¿Esta de acuerdo que existan campañas sobre el medio ambiente?
  - a) De acuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) No sabe
  
2. ¿Considera que puede aprender sobre tecnología de forma virtual?
  - a) Si
  - b) No
  - c) Tal Vez
  
3. ¿Estarías de acuerdo con brindar alguno de tus recursos económicos para el mejoramiento ambiental?
  - a) SI                      Porque: \_\_\_\_\_
  - b) No                      Porque: \_\_\_\_\_
  
4. ¿Cuenta con un computador o celular que te permita acceso a internet?
  - a) Si
  - b) No
  
5. ¿Por qué ha decidido comprar nuestro producto y/o ayudar a nuestra causa?
  - a) Precio del servicio
  - b) Recomendado por un amigo
  - c) Cupón promocional
  - d) Comentarios positivos en redes
  
6. ¿Estás satisfecho con este servicio?
  - a) Si
  - b) No

7. ¿Cómo se enteró de nuestro servicio?
- a) Instagram
  - b) Facebook
  - c) Twitter
  - d) Google
  - e) Voz a voz
8. ¿A quién nos recomendaría?
- a) Amigos
  - b) Familia
  - c) Conocidos
  - d) No la recomendaría
9. ¿Cómo prefiere ponerse en contacto con nosotros
- a) Celular
  - b) Facebook
  - c) Gmail
  - d) Plataforma del programa
10. ¿Le parece interesante nuestros servicios ?
- a) Si
  - b) No

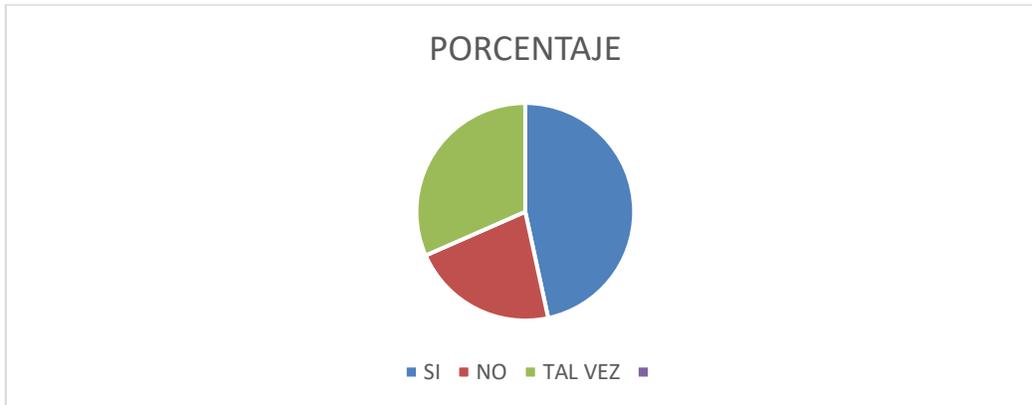
GRACIAS POR TU ATENCION

## TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

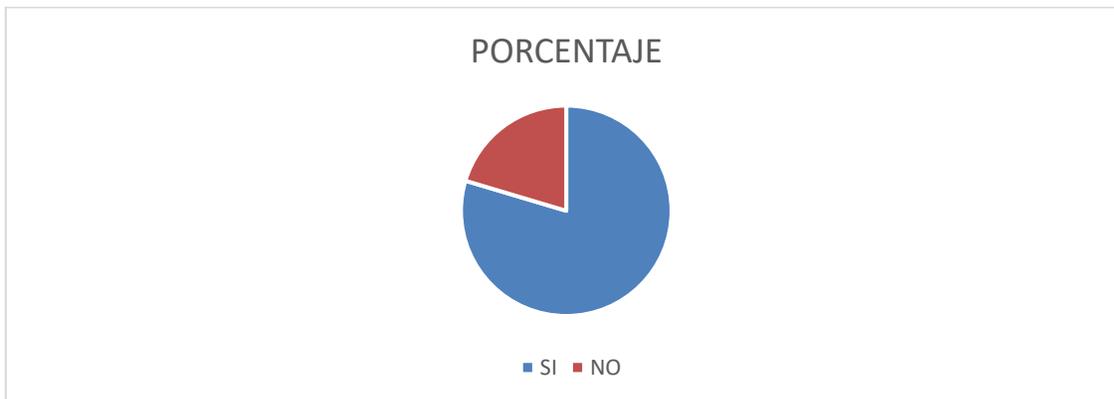
¿Esta de acuerdo que existan campañas sobre el medio ambiente?



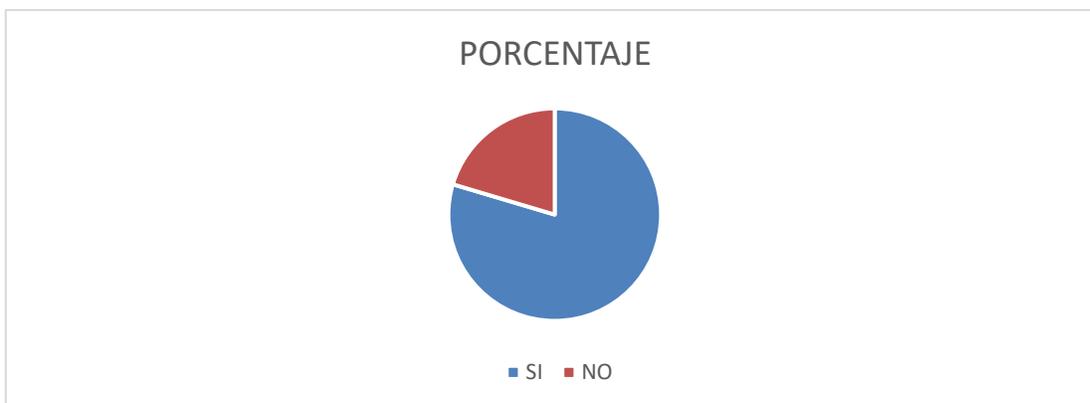
¿considera que puede aprender sobre tecnología de forma virtual?



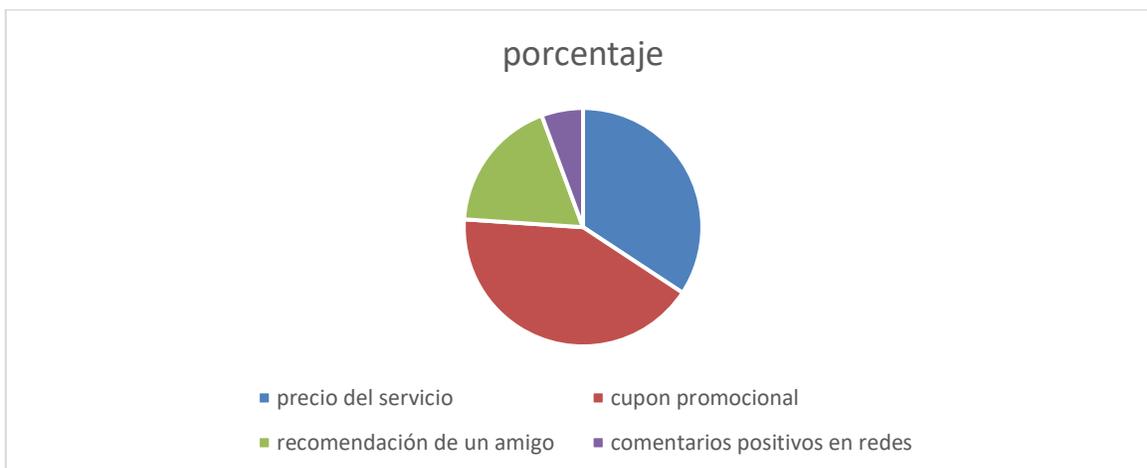
¿ Estarías de acuerdo con brindar alguno de tus recursos económicos para el mejoramiento ambiental?



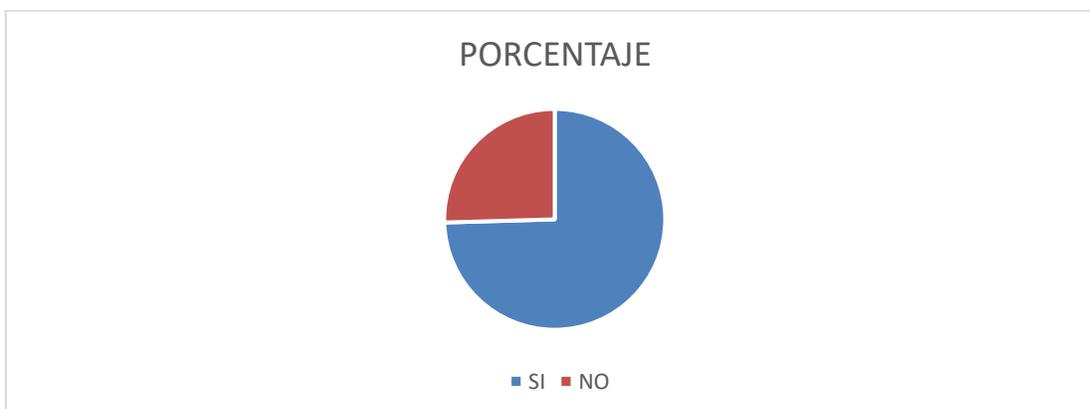
¿Cuenta con un computador o celular que te permita acceso a internet?



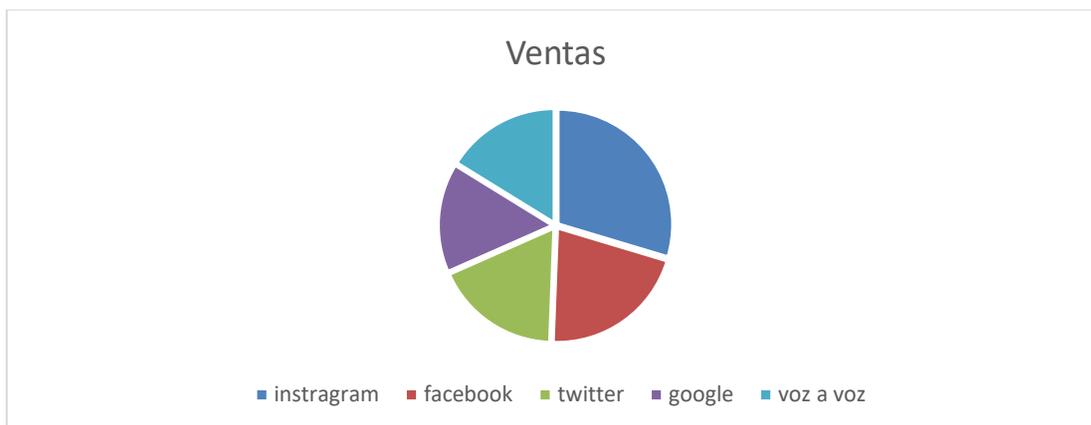
¿Por qué ha decidido comprar nuestro producto y/o ayudar a nuestra causa?



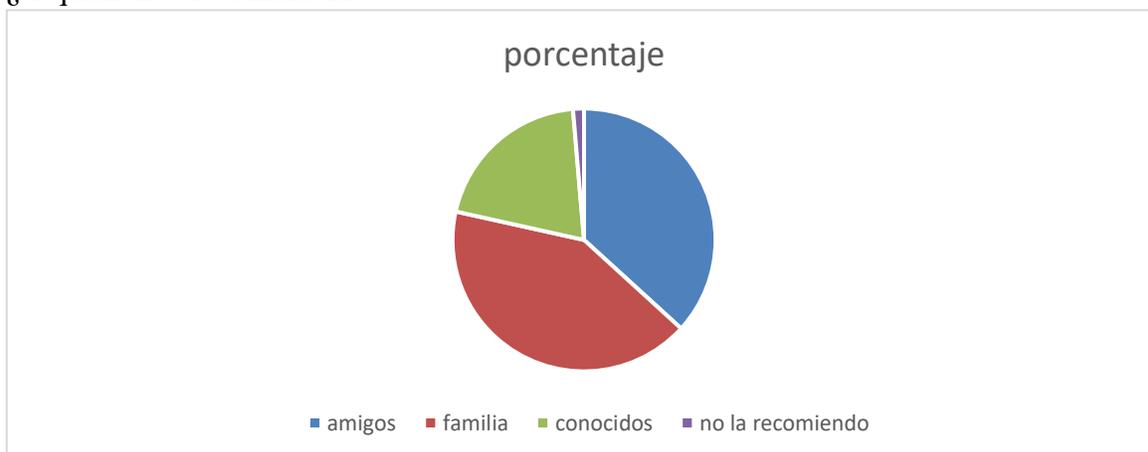
¿Estás satisfecho con este servicio?



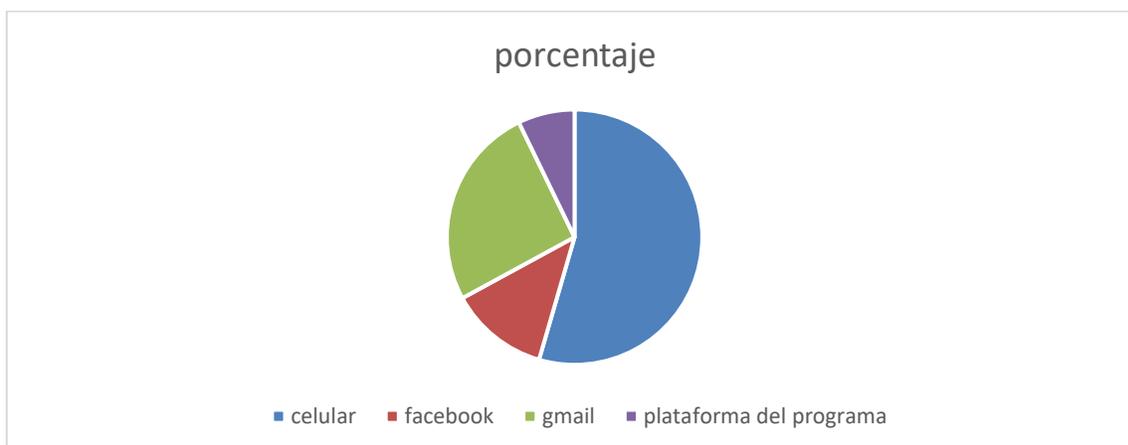
¿Cómo se enteró de nuestro servicio?



¿A quién nos recomendaría?



¿Cómo prefiere ponerse en contacto con nosotros?



¿Le parece interesante nuestros servicios ?



## CONCLUSIONES

La actuación se da en dos áreas. Una es la empresarial, en la que debemos tener presencia en varios sectores, firmas rentables, pero se pretende que su forma de ser apunte al bien común. El objetivo es tener empresas sólidas y sostenibles que le sirvan a la sociedad y que sean una oportunidad de inclusión, más que el crecimiento o maximizar el retorno.

La segunda área son programas de desarrollo integral, con el que se acompaña a comunidades en territorios complejos para que puedan asumir su propio destino y gestionar su desarrollo, y nos retiramos cuando van alcanzando niveles de vida adecuados. La meta a largo plazo es obtener los nuevos programas en las distintas regiones.

## BIBLIOGRAFÍAS

- [www.secretariajuridica.gov.co](http://www.secretariajuridica.gov.co)
- [https://www.secretariajuridica.gov.co/sites/default/files/intranet\\_formatos/2310470-PO-08%20Inspecci%C3%B3n%20Vigilancia%20y%20Control%20Entidades%20Sin%20%C3%81nimo%20de%20Lucro%20%20V3\\_copia\\_controlada.pdf](https://www.secretariajuridica.gov.co/sites/default/files/intranet_formatos/2310470-PO-08%20Inspecci%C3%B3n%20Vigilancia%20y%20Control%20Entidades%20Sin%20%C3%81nimo%20de%20Lucro%20%20V3_copia_controlada.pdf)
- [www.alcaldiabogota.gov.co](http://www.alcaldiabogota.gov.co)
- [https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/doctrina\\_distrital\\_tema.jsp?cd=0&idtema=9](https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/doctrina_distrital_tema.jsp?cd=0&idtema=9)
- <https://natura.org.co>
- <https://www.lafundacion.co>
- <https://fundacionecohabitats.org>