Una vez diligenciado completamente este documento debe entregarlo a su director de programa mediante el aula de Moodle dispuesta para tal fin y llevar físicamente, impresos y firmados los documentos correspondientes según la modalidad y condiciones específicas de su trabajo

Para la versión final de este documento, borre este cuadro

[Fecha]

 

**Anteproyecto**

Título de la propuesta

AUTORES

MODALIDAD

EMPRENDIMIENTO

PREGRADO

NOTA:

- Los textos rojos son aclaraciones e indicaciones que deben borrarse.

- Los textos azules son las indicaciones que deben reemplazarse por el contenido específico de su propuesta. Reemplace por textos en el estilo normal de la plantilla (textos negros de 11 puntos)

- No presente el documento final con los textos aclaratorios, ni en diferentes colores.

- Borre los videos insertados en el documento



**TÍTULO DEL PROYECTO**

*Debe ser suficientemente informativo pero no muy extenso y debe* contener la información esencial sobre lo que se realizará en el proyecto. Debe especificar el producto concreto y la delimitación espacial, temporal o conceptual, **cuando aplique**.

Si la extensión del título perjudica su claridad, conviene dividirlo en dos partes: título (¿Qué se pretende investigar) y subtítulo (condiciones específicas).

**AUTORES:**

**DIRECTOR:**

**UNIVERSIDAD EIA**

**PROGRAMA ACADÉMICO EN EL QUE SE ENMARCA ENVIGADO**

**FECHA**

|  |
| --- |
| Información General del Proyecto |
| **Título del proyecto** | Deberá indicar que es un modelo de negocio para una empresa de determinado sector |
| **Equipo Emprendedor** |  |
| **Sector Económico** |  |
| **Duración del proyecto (Meses)** |  |
| **Costo Total del proyecto** |  |
| **Entidad(es) que financian o apoyan** |  |
| **Persona responsable del proyecto (director del trabajo de grado)** |
| **Nombre** |  |
| **Empresa / Institución** |  |
| **Nivel de formación más alto** |  |
| **Correo electrónico** |  | **Teléfono** |  |
| **Área específica de experiencia del director** |  |
| **Experiencia en el acompañamiento de modelos de negocios y años de experiencia** |  |

|  |
| --- |
| **Evaluación del anteproyecto (para ser diligenciado por la EIA)** |
| **Fecha de evaluación (dd/mm/aaaa)** |  |
| **Resultado** |
|  | **Aprobado con modificaciones** |  | **Pendiente** |  | **Rechazado** |
| **Observaciones** |  |
| **FIRMA**  |
|  |

***Compromiso del Director de Trabajo de Grado***

Yo, Nombre del Director de Trabajo de Grado, he revisado y estoy de acuerdo con la propuesta Título de la propuesta de Trabajo de Grado que presenta el (los) estudiante (s) Nombre (s). (Adecuar las concordancias de género y de número gramatical según el caso)

Estoy dispuesto a ser el Director de este trabajo de grado en caso de que sea aprobado por el Consejo Académico.

Acepto las responsabilidades de ser Director, que son las siguientes:

a) Realizar la dirección temática y metodológica del trabajo de grado. En cada reunión con los estudiantes, diligenciar el formulario de seguimiento diseñado para tal fin y que está disponible en la página web institucional.

b) Brindar asesoría relacionada con el proyecto específico, apoyar la identificación del problema y la preparación de la propuesta, y orientar el desarrollo de la metodología adecuada para cumplir los objetivos del trabajo.

c) Controlar el desarrollo del cronograma de trabajo.

d) Informar al Director de Programa Académico sobre todos los aspectos del proyecto y su desarrollo, cuando se considere necesario.

e) Presentar al Director de Programa los informes parciales de avance del proyecto, e informarle oportunamente sobre la necesidad de prórroga, la cancelación, o la reprobación de la asignatura.

f) Verificar el cumplimiento de los objetivos aprobados y enviar al Director del Programa la evaluación del informe final del trabajo. Si fuere necesario, recomendar la reprobación del proyecto cuando los estudiantes no hayan cumplido lo propuesto.

h) Asistir a la sustentación pública y evaluarla.

i) Participar de las reuniones de seguimiento programadas por la EIA.

Firma del Director de Trabajo de Grado

Nombre

(Esta carta debe entregarse impresa, firmada, y escaneada)

***Acuerdo de propiedad intelectual de Trabajo de Grado***

Diligencie este documento si su director es un **profesor de planta de la EIA**. Si este no es el caso borre esta página y diligencie la siguiente

Este es el modelo de documento que se sugiere, pero debe ser ajustado de acuerdo con los requerimientos específicos de la empresa en cuanto al manejo de datos, debe firmarse uno por cada autor del trabajo

Envigado, fecha

En mi calidad de autor declaro que el trabajo de grado titulado: Título de la propuesta de Trabajo de Grado Emprendimiento es producto de mi actividad académica y será realizado como uno de los requisitos para obtener, en la **UNIVERSIDAD EIA**, el título de Carrera de la que se va a graduar.

Declaro que el documento es original, que dicho trabajo de grado no infringe ningún derecho de propiedad intelectual de terceros y respondo por cualquier acción de reivindicación, plagio u otra clase de reclamación que al respecto pudiera sobrevenir.

Con todo, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada con arreglo al artículo 30 de la Ley 23 de 1982; con relación a los derechos patrimoniales de la obra, si llegan a identificarse tecnologías o metodologías que sean susceptibles de alguna protección y comercialización, estas serán de propiedad exclusiva del autor del trabajo de grado.

En señal de aceptación suscribo este documento, una vez se ha aceptado el anteproyecto para su desarrollo.

AUTOR (ESTUDIANTE)

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

Documento de identidad: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Firma:

1. “Derechos morales. El autor tendrá sobre su obra un derecho perpetuo, inalienable, e irrenunciable para:

1. Reivindicar en todo tiempo la paternidad de su obra y, en especial, para que se indique su nombre o seudónimo cuando se realice cualquiera de los actos mencionados en el artículo 12 de esta Ley.
2. A oponerse a toda deformación, mutilación u otra modificación de la obra, cuando tales actos puedan causar o acusen perjuicio a su honor o a su reputación, o la obra se demerite, y a pedir reparación por esto;
3. A Conservar su obra inédita o anónima hasta su fallecimiento, o después de él cuando así lo ordenase por disposición testamentaria;
4. A modificarla, antes o después de su publicación;
5. A retirarla de la circulación o suspender cualquier forma de utilización aunque ella hubiere sido previamente autorizada.

**Parágrafo 1º.-** Los derechos anteriores no pueden ser renunciados ni cedidos. Los autores al transferir a autorizar el ejercicio de sus derechos patrimoniales no conceden sino los de goce y disposición a que se refiere el respectivo contrato, conservando los derechos consagrados en el presente artículo.” (Artículo 30 Ley 23 de 1982)

***Acuerdo de propiedad intelectual de Trabajo de Grado***

Diligencie este documento si su director es un **externo a la EIA**. Si este no es el caso borre esta página y diligencie la anterior.

Este es el modelo de documento que se sugiere, pero debe ser ajustado de acuerdo con los requerimientos específicos de la empresa en cuanto al manejo de datos, debe firmarse uno por cada autor del trabajo

Envigado, fecha

En mi calidad de autor declaro que el trabajo de grado titulado: Título de la propuesta de Trabajo de Grado Emprendimiento es producto de mi actividad académica y será realizado como uno de los requisitos para obtener, en la **UNIVERSIDAD EIA**, el título de Carrera de la que se va a graduar.

Declaro que el documento es original, que dicho trabajo de grado no infringe ningún derecho de propiedad intelectual de terceros y respondo por cualquier acción de reivindicación, plagio u otra clase de reclamación que al respecto pudiera sobrevenir.

Con todo, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada con arreglo al artículo 30 de la Ley 23 de 1982; con relación a los derechos patrimoniales de la obra si llegan a identificarse tecnologías o metodologías que sean susceptibles de alguna protección y comercialización, se establecerán entre el autor y su director acuerdos de participación y explotación comercial pertinentes, en beneficio mutuo de ambas partes sin perjuicio de una a favor de la otra.

En señal de aceptación suscribo este documento, una vez se ha aceptado el anteproyecto para su desarrollo.

AUTOR (ESTUDIANTE)

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO EXTERNO:

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

Documento de identidad:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Empresa: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Firma:

Firma:

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

Documento de identidad:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Firma:

1. “Derechos morales. El autor tendrá sobre su obra un derecho perpetuo, inalienable, e irrenunciable para:

1. Reivindicar en todo tiempo la paternidad de su obra y, en especial, para que se indique su nombre o seudónimo cuando se realice cualquiera de los actos mencionados en el artículo 12 de esta Ley.
2. A oponerse a toda deformación, mutilación u otra modificación de la obra, cuando tales actos puedan causar o acusen perjuicio a su honor o a su reputación, o la obra se demerite, y a pedir reparación por esto;
3. A Conservar su obra inédita o anónima hasta su fallecimiento, o después de él cuando así lo ordenase por disposición testamentaria;
4. A modificarla, antes o después de su publicación;
5. A retirarla de la circulación o suspender cualquier forma de utilización aunque ella hubiere sido previamente autorizada.

**Parágrafo 1º.-** Los derechos anteriores no pueden ser renunciados ni cedidos. Los autores al transferir a autorizar el ejercicio de sus derechos patrimoniales no conceden sino los de goce y disposición a que se refiere el respectivo contrato, conservando los derechos consagrados en el presente artículo.” (Artículo 30 Ley 23 de 1982)

***Compromiso de entidades externas***

Este documento solo se diligencia en caso de que el proyecto lo requiera. **Borre esta página** si no la necesita.

Anexar carta de compromiso de la(s) empresa(s) participantes o cofinanciadoras y hoja de vida de la persona encargada del proyecto en la entidad. Este es el modelo de carta que se sugiere, pero debe ser impresa en papelería oficial de la entidad que la firma.

Ciudad,

*Señores*

*UNIVERSIDAD EIA*

*Ingeniería XX*

Envigado

Apreciados señores:

La empresa XXXX, conoce la propuesta de Trabajo de Grado de los estudiantes XX y XX, que se desarrollará en nuestra organización. Como empresa nos comprometemos a apoyarlos en asesoría permanente con XX persona y se suministrará la información necesaria para el buen desarrollo del proyecto. Así mismo, se apoyará económicamente con el dinero que se estipula en el presupuesto de la propuesta.

Por otro lado, la empresa conoce que, como todo trabajo de grado, debe quedar una copia disponible del informe final para consulta pública en la biblioteca de la EIA y se realizará una sustentación en la que se presentarán los resultados obtenidos.

Cordial saludo

Firma del Representante Legal de la empresa

Nombre

(Esta carta debe ser impresa, firmada, y escaneada)

***TABLA DE CONTENIDO***

[1 Justificación 12](#_Toc455063152)

[2 Identificación de la idea negocio o de la necesidad del mercado 12](#_Toc455063153)

[3 Descripción producto o servicio 12](#_Toc455063154)

[4 Objetivos del proyecto 12](#_Toc455063155)

[4.1 Objetivo General: 12](#_Toc455063156)

[4.2 Objetivos Específicos: 12](#_Toc455063157)

[5 Metodología del proyecto 13](#_Toc455063158)

[6 Descripción del mercado objetivo 14](#_Toc455063159)

[6.1 Análisis sectorial. 14](#_Toc455063160)

[6.1.2 Mercado y clientes 14](#_Toc455063161)

[6.2 Propuesta de valor 14](#_Toc455063162)

[6.2.1 Descubrir el problema 14](#_Toc455063163)

[6.2.2 Descubrir la solución 15](#_Toc455063164)

[7 Modelo de negocios. 15](#_Toc455063165)

[8 Validar cliente 16](#_Toc455063166)

[8.1 Diseño promocional Validación del cliente objetivo 17](#_Toc455063167)

[8.3 Concepto de Producto y Servicio 17](#_Toc455063168)

[9 Equipo Empresarial 17](#_Toc455063169)

[10 Análisis de la competencia 18](#_Toc455063170)

[11 Plan operativo 18](#_Toc455063171)

[11.1 Cronograma (ver plantilla de Excel en el sitio web de Investigación) 18](#_Toc455063172)

[11.2 Responsables y responsabilidades 18](#_Toc455063173)

[11.3 Presupuesto (ver plantilla de Excel en el sitio web de Investigación) 19](#_Toc455063174)

[12 Consideraciones éticas 19](#_Toc455063175)

[13 Referencias. 19](#_Toc455063176)

Descripción del Proyecto

# Justificación

¿Por qué vale la pena hacerlo?

Deben exponerse las razones por las cuales conviene hacer el plan de negocio, desde el punto de vista personal, profesional, institucional o social. Mostrar las ventajas de hacer el proyecto y cómo éste permite hacer un aporte.

Debe incluir la justificación de la participación de otras instituciones, si las hay, y distribución de responsabilidades para el desarrollo del proyecto.

Presenta el valor agregado del proyecto y es clave para definir posteriormente las conclusiones del trabajo.

# Identificación de la idea negocio o de la necesidad del mercado

*¿Cuál es la idea de negocio, o la necesidad, oportunidad o problema detectados en el mercado?*

# Descripción producto o servicio

Especifique claramente las características básicas de su producto o servicio, indicando las características innovadoras del mismo; los problemas, necesidades u oportunidades que busca abordar.

# Objetivos del proyecto

## Objetivo General:

Es la meta que se espera cumplir con la realización del trabajo y debe dar respuesta al problema presentado anteriormente.

Por ejemplo:

* Diseñar un modelo de negocio para analizar el potencial de comercialización del bien o servicio y la factibilidad financiera de la implementación del mismo
* Desarrollar estrategias de validaciones comerciales con clientes potenciales y determinar el interés real de adquirir el bien o el servicio.
* Desarrollar métricas que permitan evidenciar el cumplimiento de las hipótesis planteadas en el modelo de negocio.

## Objetivos Específicos:

¿Qué logros intermedios se pretenden alcanzar para lograr el objetivo general?

Son las etapas o logros por medio de los cuales se llega al objetivo general.

**Cada objetivo específico remite a una fase del proyecto. Los objetivos son los compromisos y orientación operativa del emprendedor.**

Para su adecuada formulación se recomienda:

* *Definir su alcance en forma clara y objetiva.*
* *Mostrar claridad en la identificación de la meta que se espera alcanzar.*
* *Adecuar el alcance y factibilidad a la disponibilidad real de métodos, procedimientos técnicos y recursos.*
* *Presentarlos en forma sistemática, secuencial y coherente.*
* *Sustentarlos adecuadamente en el texto de la propuesta.*

**Por ejemplo:**

* *Evaluar la idea de negocio de acuerdo al contexto económico y social.*
* *Definir las hipótesis del modelo de negocio.*
* *Realizar un análisis de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva que permita analizar y tener encuentra los factores externos que influyen en el desarrollo del modelo de negocio.*
* *Definir estrategias de propiedad intelectual que garantice la adecuada ejecución del proyecto.*
* *Definir las actividades del proyecto, los objetivos y metas y las métricas de seguimiento del modelo de negocio*
* *Definir el modelo de ingresos que la que se desarrollará el modelo de negocios*.

# Metodología del proyecto

*Incluye la metodología general, la descripción del proceso de investigación, de los instrumentos de recolección de información y los métodos de análisis de la información.*

Naturaleza del proyecto: A partir de los supuestos, ideas a defender o hipótesis que nacen del problema, se debe definir: la metodología general que se llevó a cabo, en donde se presenta una descripción breve de las etapas operativas del estudio, se especifica el camino seguido para cumplir con cada uno de los objetivos específicos propuestos.

Actividades: Se debe presentar una descripción del proceso de investigación, donde se describen los pasos, métodos, técnicas, procedimientos e instrumentos que fueron utilizados para observar, medir y obtener la información necesaria para el desarrollo de las principales actividades del proyecto (diseño experimental, técnicas de laboratorio, información secundaria, determinación de las muestras, entrevistas, etc.). Debe cubrir el logro de todos los objetivos específicos.

Universo, población y muestra: Es muy importante hacer claridad sobre las variables estudiadas (investigación cuantitativa) o categorías de análisis (cualitativa) y sus características (tipo, descripción e indicador), la población objeto de estudio (personas, animales, cosas, instituciones) y si es necesario especificar el tamaño de muestra y diseño muestral a utilizar.

Se complementa con los métodos cualitativos o cuantitativos, mediante los cuales se hizo el análisis de la información recolectada, explicando su conveniencia, es decir, las técnicas para hacer el análisis de resultados y el software o hardware de apoyo requerido si aplica.

Nota: La descripción de la metodología debe ser suficientemente detallada parar poder replicarla. Es decir, si otros investigadores aplican esta misma metodología sobre los mismos objetivos, se espera que los resultados sean más o menos los mismos.

# Descripción del mercado objetivo

Especifique claramente el mercado objetivo que presenta la necesidad, oportunidad o problema que debe resolverse con un producto o servicio.

## 6.1 Análisis sectorial.

Incluir análisis sectorial o del entorno en que se desenvolverá el negocio.

## 6.1.2 Mercado y clientes

Indique a qué clientes está dirigido su producto o servicio. Haga segmentación de mercado usando los factores que considere válidos: género, edad, lugar, nivel socio económico, estilo de vida, etc.

¿Qué necesidades de los clientes está usted supliendo con el producto o servicio que está ofertando?

Especifique sus competidores y las ventajas competitivas que su empresa tendría. ¿Qué empresas ha identificado como su competencia directa e indirecta, qué productos ofrecen y cuáles son sus fortalezas y debilidades?

Indique la forma en que se espera llegar a sus clientes.

## 6.2 Propuesta de valor

*Uno de los aspectos que mayor incertidumbre genera cuando se diseña el modelo de negocio es la propuesta de valor. Para hacer esto posible, es necesario tener al cliente como principal aliado para identificar que la solución propuesta encaja perfectamente en el mercado definido.*

*Existe una herramienta diseñada por Alexander Osterwalder* (Osterwalder, Pigneur, Smith, Bernarda, & Papadakos, 2012) *para representar gráficamente la propuesta de valor.*

* *Ver material de soporte (*[*Link 1*](https://javiermegias.com/blog/2013/01/value-proposition-canvas-lienzo-proposicion-valor-modelos-de-negocio/?highlight=propuesta%20de%20valor)*)*

*Esta fase se concentra en identificar ideas u oportunidades de negocio con el fin de construir un modelo innovador, para ello se sugiere incluir:*

* *Técnicas para identificar ideas u oportunidades de negocios*
* *Definición del objetivo*
* *Investigación del mercado*
* *Definición de las primeras hipótesis de lo que se cree que puede funcionar.*

## 6.2.1 Descubrir el problema

*Esta fase se concentra en identificar el problema u oportunidad que tenga el mercado y se pretende que se empiece a identificar clientes potenciales para entender la situación real.*

*Incluir cómo impacta el problema la cadena de valor de la industria con el fin de tener una visión sistémica.*

*Posteriormente se debe hacer una clasificación de los problemas identificados que puede ser de mayor a menor: Problemas (+) extremos y problemas (-) moderados.*

*Para esto se planea una serie de entrevistas con actores previamente identificados e involucrados en la problemática.*

* *Ver material de soporte (*[*Link 1*](http://javiermegias.com/blog/2013/06/validar-modelo-negocio-entrevista-cliente-problema-solucion/)*)*

## 6.2.2 Descubrir la solución

*Esta fase se concentra en identificar la solución que se tiene planeada y exponerla claramente con el fin de obtener realimentación por parte de los usuarios y para obtener mejoras del diseño del producto o servicio a ofrecer a los clientes.*

*Para esto se plantea una serie de entrevistas con actores previamente identificados e involucrados que tienen la problemática y se procede a mostrar la solución para obtener realimentación.*

*Las dos actividades anteriores se recomienda hacerlas de manera constante y repetitiva para obtener mejores resultados. Como resultado de este ítem se puede plantear por ejemplo:*

* *# De visitas de clientes potenciales*
* *# De clientes que quieren probar la solución*
* *# De clientes que compran la solución*
* *# De clientes que se mantienen a lo largo del tiempo o regresan*
* *# Clientes que les gusta suficiente como para decírselo a sus redes de amigos*
* *# De ingresos obtenidos.*

*Para complementar el tema se recomienda el siguiente enlace* [*Link*](http://javiermegias.com/blog/2012/04/hay-luz-al-final-del-funnel-o-como-construir-un-buen-embudo/)

# Modelo de negocios.

*¿Cuál es el modelo de operación para satisfacer con el producto, las necesidades detectadas?*

*Para esta etapa se recomienda hacer sólo la parte de clientes, propuesta de valor y generación de ingresos.*

*Para definir el modelo de negocio se utilizará el lienzo o canvas para definir los aspectos más importantes del proyecto; consultar en detalle la herramienta diseñada por Osterwalder, Pigneur, Smith, Bernarda, & Papadakos, (2012) para representar gráficamente el modelo de negocios; ingrese en este campo el lienzo de su modelo de negocios:*



## 8 Validar cliente

*El objetivo de la etapa es hacer el encaje problema-solución. Durante la fase se construyen diferentes soluciones y se validan con los clientes hasta que se logre la solución óptima. En esta etapa se construye el Producto Mínimo Viable o “PMV” para validar las características que la propuesta debe integrar; en esta fase es necesario crear una ruta de visitas a clientes potenciales, pero a una escala más amplia o con un número mayor de validadores, de forma tal que permita tener estadísticas e indicadores que muestren una tendencia positiva o negativa de la solución, o que evidencie la validación de las hipótesis planteadas en el modelo de negocio. Las hipótesis están relacionadas con el segmento de cliente, la propuesta de valor y la generación de ingresos.*

*Esta fase se concentra en identificar y medir los resultados de las actividades realizadas en las etapas anteriores y para esto se utiliza una herramienta de métricas que permite conocer los resultados y poder establecer acciones de mejora.*

*Una métrica es un parámetro o medida de valoración cuantitativa, usada para medir, comparar o hacer seguimiento del comportamiento de la* startup *o la persona frente al objetivo que quiere alcanzar. Es fundamental tener un número de indicadores clave que midan el impacto del modelo de negocio en el tiempo.*

*Algunas métricas importantes en las diversas etapas son:*

* *Fase de Adquisición: definir el número de usuarios que conocen la solución de acuerdo a la campaña de promoción efectuada.*
* *Fase de Activación: definir qué porcentaje de usuarios tienen una experiencia inicial positiva con el uso del producto o servicio.*
* *Fase de Retención: definir cuántos usuarios regresan con el tiempo.*
* *Fase de Monetización: conocer qué ingresos obtiene el proyecto de los usuarios o clientes iniciales.*
* *Fase de Referencia: se mide el vos a vos, el objetivo es modelar cuántos usuarios hacen algún tipo de acción para atraer a nuevos usuarios.*

## 8.1 Diseño promocional Validación del cliente objetivo

*Una de las actividades más importantes cuando se está realizando los experimentos con los clientes es el diseño promocional con el que la persona saldrá a mostrar la solución al público objetivo, para esto se recomienda una mezcla de actividades tanto presencial como usando herramientas web para causar un impacto positivo de la innovación que se realiza.*

*Se recomiendan diferentes actividades:*

* *Elaboración de logos (ver material de soporte:* [*link*](http://www.freelogoservices.com/es/)*)*
* *Elaboración de sitios web (ver material de soporte:* [*link*](http://es.wix.com/)*)*
* *Elaboración de material promocional (ver material de soporte:* [*link*](https://www.canva.com/)*)*
* *Elaboración de encuestas (ver material de soporte:* [*link*](https://es.surveymonkey.com/)
* *Creación de mails masivos (ver material de soporte* [*link*](http://mailchimp.com/)*)*

## 8.3 Concepto de Producto y Servicio

Describa el proceso de elaboración de su producto o de prestación de su servicio. Especifique la posibilidad real de tener acceso a la tecnología, la maquinaria y equipos, a los sitios para su empresa, a las materias primas y al personal requerido.

Especifique problemas legales o ambientales del negocio si los hay y formas de solución prevista.

Debe tener claro el concepto y el portafolio del producto mínimo viable.

# Equipo Empresarial

Indique las características de las personas que necesita para su equipo empresarial (socios) y para su equipo gerencial (ejecutivos) y analice la posibilidad de contar con ellos.

Indique qué apoyos requiere esta empresa y qué posibilidades tiene de conseguir esos apoyos. ¿Cuál es el perfil de las instituciones o personas que pueden hacer parte de la red de trabajo?

*Para medir el perfil de rasgos de personalidad de los integrantes se puede esta herramienta denominada DISC, la cual es un sistema de medida de los rasgos de personalidad conductual y un poderoso predictor para el comportamiento de la gente.*

*D-I-S-C son cuatro estilos de personalidad, Dominante - Influyente - Sensato - Correcto, y todo el mundo es una mezcla de estos cuatro estilos de personalidad. Serán las dos puntuaciones más altas la que dará la información para determinar la conducta predecible de la persona. - Porque hace lo que hace, porque reacciona cómo reacciona y como usted puede comunicarse con esta persona.*

 En este enlace podrá hacer una prueba del perfil de la personalidad del socio o empleado [link](http://prfwebsite.com/Disc_innov/discBeta/discTest.html)

# Análisis de la competencia

Pensando en el problema definido o en la idea caracterizada responda:

* ¿Alguien lo ha hecho?
* ¿Cuándo y dónde?
* ¿Cómo?
* ¿Qué hizo?
* ¿Qué resultados obtuvo?

Tenga en cuenta que si no hay suficiente información encontrada, se narran los antecedentes empíricos.

Incluye también una breve compilación sobre trabajos, ideas y conclusiones obtenidas por otros profesionales que hayan incursionado en la misma área del conocimiento para solucionar problemas similares al que se tratará en el proyecto. Debe ser el resultado de un análisis de las publicaciones más relevantes, fruto de una búsqueda bibliográfica sobre el área específica. A esto se le conoce también como “estado del asunto”. Todas las referencias consultadas deben relacionarse en la bibliografía.

También se recomienda utilizar análisis de estadísticos empresariales para determinar el mercado potencial

Para esto se recomienda los siguientes links: [link](http://www.dane.gov.co/) 1, [link](http://sirem.supersociedades.gov.co/Sirem2/) 2, [link](http://www.trademap.org/Index.aspx) 3.

# Plan operativo

## Cronograma (ver plantilla de Excel en el sitio web de Investigación)

¿Cuándo lo va a hacer?

Es un cuadro que presenta en forma gráfica el tiempo de duración de cada una de las actividades que se llevarán a cabo en el proyecto y su secuencia. El tiempo debe indicarse en semanas o meses y cada una de las actividades debe mostrar las tareas fundamentales que garantizarán el cumplimiento de los objetivos, de forma consecuente con la metodología presentada en el capítulo respectivo.

## Responsables y responsabilidades

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nombre del participante** | **Institución** | **Función dentro del proyecto** | **Productos que generará** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## Presupuesto (ver plantilla de Excel en el sitio web de Investigación)

¿Con quién y con qué lo va a hacer?

Se especifican las necesidades de personal con los conocimientos y experiencias requeridas y de recursos físicos con la dedicación y costos estimados.

Se sugiere tener en cuenta equipos de cómputo, insumos, papelería, fotocopiado, transporte, servicios de laboratorio, revelado de fotografías, trazado e impresión de mapas y todos los demás que puedan requerirse para la realización del proyecto.

El costo total del proyecto podrá ser elaborado únicamente cuando se haya evaluado cada una de las actividades contempladas, definidos los recursos y establecidas las entidades que participarán en su financiación. El resultado es un cuadro que desglose cada uno de los rubros y las fuentes de financiación de cada uno, con sus respectivos totales.

# Consideraciones éticas

Reflexión responsable sobre los efectos positivos o negativos que las actividades que se van a desarrollar en el proyecto o en su posible aplicación posterior pueden generar sobre el medio natural o la salud humana en el corto, mediano o largo plazo.

Los proyectos de investigación en el campo de la salud humana o aquellos en los que haya experimentación con animales, deberán ajustarse a las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud, establecidas en la resolución 008430 de 1993 del Ministerio de Salud y considerar de manera especial los aspectos éticos involucrados.

Así mismo, según el decreto 309 de 2000, expedido por el Ministerio del Medio Ambiente, los proyectos de investigación sobre diversidad biológica que involucren actividades de colecta, captura, caza, pesca, manipulación de recurso biológico y su movilización en el territorio nacional, así como la introducción de especies exóticas, deben solicitar un permiso a las autoridades ambientales correspondientes.

Es importante resaltar que hay consideraciones éticas desde la búsqueda de la información (p. e. citación apropiada de fuentes), en el desarrollo del proyecto y en la divulgación de sus resultados.

# Referencias.

*Adjuntar la bibliografía básica consultada para la formulación del proyecto, con la cual soporta el estado del conocimiento sobre el tema. Es muy importante que sea actualizada. Se puede incluir referencia a sitios de internet.*

*Toda información que aparezca en el documento debe tener un respaldo en la bibliografía, debe ser muy claro para cualquier lector la diferencia entre la información que se refiere a otras fuentes y la información original de los autores. Para ello también puede recurrirse a notas de pie de página y citas* (Insituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2000a) *y se pueden basar en las herramientas de Word, con APA.*

*Debe incluir las referencias consultadas para la formulación del proyecto, con las cuales se soporta el estado del conocimiento sobre el tema, y que fueron* ***debidamente citadas*** *en el documento. Las citas y referencias deben presentarse siguiendo las normas APA, sexta edición por ejemplo:*

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., Bernarda, G., & Papadakos, P. (2012). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want (Strategyzer)*. Wiley.

*Puede consultar los siguientes videos para que utilice bien la sección Referencias bibliográficas:*

* + - * [*Bibliografia-Archivo*](https://youtu.be/RfknwFAUjUY)
			* [*Bibliografia-RegistroCitas*](https://youtu.be/mIBkozcR36k)
			* [*Bibliografia-Marcas*](https://youtu.be/EJTBWqz82Co)
			* [*Bibliografia-Listas*](https://youtu.be/EZ_bB58B_RU)
			* [*Mendeley*](https://youtu.be/Lsvo7pdwQRg)

**Anexos**

*Incluya materiales de apoyo para sustentar la aprobación del proyecto, como convenios, cartas de aprobación previas, compromiso de expertos, apoyos financieros externos, etc.*