

**PROTOCOLO PARA LA PRESENTACIÓN DEL ANTEPROYECTO DE GRADO
OPCIÓN CREACIÓN DE EMPRESA**

* ESTE ESPACIO LO DILIGENCIA EL COMITÉ DE TRABAJOS DE GRADO

Referencia del
proyecto* _____

Programa de maestría:	Maestría en Administración de Empresas - MBA
Información del estudiante 1	Nombre: Luisa Fernanda Castro Miranda.
	Cédula de Ciudadanía: 1.018.483.953.
	Correo institucional: lcastro83953@universidadean.edu.co
	Teléfonos de contacto: 3004572745
	Correo electrónico alternativo: lfcastro0@gmail.com
Grupo de investigación:	Luisa Fernanda Castro Miranda y colaboradores externos.
Línea de investigación:	Medio ambiente.
Nombre tentativo de la empresa:	Miranda S.A.S.
Título tentativo del proyecto:	Aprovechamiento de recursos naturales no explotados para elaboración de shampoo y control de posconsumo.

Lugar y fecha de presentación: Bogotá D.C., 27 de mayo de 2021.

SEMINARIO DE INVESTIACIÓN - MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo de la modalidad: La modalidad de trabajo de grado en creación de empresas tiene como principal objetivo validar y estructurar una iniciativa de negocio para su puesta en marcha, la cual debe estar en sintonía con el perfil de formación del programa que está cursando el candidato.

Objetivo de la Unidad de Estudio: La Unidad de estudio de seminario de investigación en la modalidad descrita tiene como objetivo realizar el proceso de validación y estructuración del modelo de negocio que dará soporte a la iniciativa empresarial del estudiante. Ello en relación a la validación de la necesidad, cliente y usuario, el entorno y los aspectos técnicos y financieros.

El proceso de validación que el estudiante realice en la unidad de estudio, le permitirá contar con los elementos esenciales y una estructura esquemática de su iniciativa empresarial, la cual será desarrollada y ampliada posteriormente en su trabajo de grado.

ALCANCE DE LA UNIDAD

La unidad de estudio tendrá una duración semestral en la cual los estudiantes recibirán acompañamiento mensual por parte del tutor asignado a su grupo con tutorías puntuales para revisar el desarrollo de los entregables y resolución de inquietudes, y sesiones magistrales (1 al mes) por parte del docente director de la unidad, quien explicará metodologías, cronograma, herramientas de validación y demás contenidos asociados a la unidad.

De acuerdo con lo anterior, la mayor parte del trabajo se realiza de manera autónoma por parte del estudiante, apoyado en los contenidos y guías estructuradas en el aula virtual.

Modalidad:

La unidad de estudio se realizará en modalidad blended en la cual se combinará el uso permanente de los materiales y guías colocadas en el Aula Virtual con clases en modalidad presencial asistida por tecnología (PAT) y tutorías acordadas con el tutor asignado a cada grupo previo envío de avances a los entregables. Al mismo tiempo la unidad se orientará a través del modelo de educación de aula invertida, en el cual los encuentros presenciales y tutorías son orientados principalmente a la resolución de inquietudes y revisión de avances de los estudiantes, mientras que los contenidos y material de apoyo se realizan a partir del aula virtual de la unidad.

Requisitos mínimos habilitantes: Los estudiantes que deseen ingresar al seminario de investigación en la modalidad de creación de empresas deben tener en cuenta los siguientes prerrequisitos:

- Perfil del emprendedor: La modalidad se encuentra estructurada para trabajar por equipos de iniciativa empresarial con un mínimo de 3 integrantes. Ello en virtud a que la unidad se encuentra articulada tanto con el programa de EAN Impacta de la Universidad como con las entidades de apoyo y financiación, organismos que promueven el desarrollo de iniciativas empresariales a partir de la consolidación de un equipo emprendedor para implementarlas.
- Idea de negocio definida: Cada equipo emprendedor de estudiantes que opten por la modalidad en creación de empresas deben contar con una idea clara de la iniciativa empresarial que desean validar durante la unidad de estudio y posteriormente desarrollar en el trabajo de grado.
- Inicia con modelo de negocio: Como se describió en el alcance, el propósito de la unidad es la validación del modelo de negocio de la iniciativa empresarial que se espera desarrollar, con lo cual los estudiantes deben tener claro que el alcance de la unidad estará orientado exclusivamente a la estructuración y validación de una nueva iniciativa empresarial que sea susceptible de convertirse en una nueva empresa, organismo o institución. Para otro tipo de iniciativas se recomienda revisar las demás modalidades de seminario de investigación y trabajo de grado.
- Validación de requisitos: Cada equipo de estudiantes deberá diligenciar la ficha de viabilidad del proyecto o brief de la iniciativa de negocio, en la cual se debe validar la modalidad escogida, con el fin de garantizar que su elección por la modalidad es la correcta.

Dinámica de la Unidad de Estudio: Los entregables de la unidad de estudio se avanzarán semana a semana con hitos y entregables específicos por bloque, ello apoyado en aula con indicaciones específicas para cada entrega.

Cada grupo de la Unidad de estudio de seminario de investigación, modalidad en creación de empresas contará con dos tipos de profesores asignados:

- Profesor líder: Cuyo rol central será coordinar las actividades de la unidad de estudio y realizar sesiones magistrales para indicaciones generales, talleres, aclaración de contenidos, entregables y guías de estudio.
- Profesor asesor: Cuyo rol central brindar el acompañamiento y asesoría específica a sus estudiantes asignados para la revisión de avances.

Componentes del seminario: El seminario de investigación en la modalidad de creación de empresas se encuentra estructurado en cuatro bloques conceptuales y metodológicos, mismos que decantan en cuatro entregables (1 entregable por corte y bloque)

1. Bloque: Análisis de usuario y necesidades. En dicho componente cada equipo de estudiantes – emprendedores formulará y validará el problema o necesidad que dio lugar a la iniciativa empresarial, así como identificará los usuarios y potenciales clientes de la solución que se pretende dar al problema. El bloque concluye con la definición de una propuesta de propuesta de valor y concepto de negocio. Contempla:
 - a. Validación de problema y usuario.
 - b. Diseño de propuesta de valor.
 - c. Validación de encaje entre problema/solución.
2. Bloque: Análisis de entorno y oportunidad de negocio. En este componente se busca que cada equipo de estudiantes valide el entorno en el cual se estructurará la iniciativa empresarial, para ello se hará uso de las herramientas del análisis PESTEL y las cinco fuerzas de Porter apropiadas a la idea de negocio que se está validando y a la región en la cual sería implementada. Contempla:
 - a. Análisis PESTEL
 - b. Cinco Fuerzas de Porter
 - c. Estrategia del Océano Azul
3. Bloque: Diseño y validación de modelo de negocio. Efectuada la validación del entorno, se procederá a diseñar el modelo de negocio utilizando la herramienta del CANVAS Sostenible diseñada por la Universidad EAN, luego de lo cual se realizará la validación del mismo a través de la metodología de Lean Start Up.
 - a. Diseño de sistema y modelo de negocio (System mapping y canvas sostenible). 1.0
 - b. Validación entre producto/mercado y de modelo de negocio. (Experimentos, MVP). Usando entrevistas a clientes, competencia y potenciales aliados (Mínimo 12), herramientas de validación y bitácoras para registrar el proceso
 - c. Plan de validación.

4. Bloque: Validación técnica y financiera. El último bloque que integra el entregable final de la unidad de estudio está enfocado a la validación técnica y financiera del modelo de negocio, para ello los estudiantes validaran su iniciativa con entrevistas a actores clave (Proveedores, empresarios del sector e inversionistas) la viabilidad técnica y financiera de su iniciativa empresarial, a lo cual le acompañaran del uso de herramientas de simulación.
 - a. Identificar capacidades internas e impactos externos (DOFA, Pes estratégico)
 - b. Análisis técnico.
 - c. Modelo y simulador financiero.
 - d. Plan de estructuración para puesta en marcha (Orientado a plan de empresa a proyectar en Trabajo de Grado).

TABLA DE CONTENIDO ENTREGABLE ANTEPROYECTO DE GRADO

Índice del Anteproyecto:

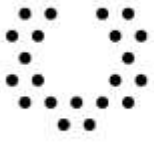
1. Antecedentes de la idea de negocio.
2. Objetivos (general y específicos).
3. Caracterización de usuario y necesidades. - Anexo herramientas e investigación.
4. Propuesta de valor. - Anexo validación match.
5. Análisis de entorno y de mercado. - Anexo herramientas aplicadas.
6. Descripción del modelo de negocio sostenible. - Incluye componentes de sostenibilidad.
7. Aprendizajes de validación e iteraciones y siguientes pasos.
8. Análisis estratégico - Modelo técnico y financiero.
9. Cronograma.
10. Referencias.

Presentación final: Pitch de negocios

1. Antecedentes de la idea de negocio (entre 800 y 1000 palabras; usando entre 8 y 12 referencias)

Como antecedente tengo el regreso a mi tierra natal en donde tres tipos de árboles eran comunes y con los que en mi niñez mi madre, tías, vecinas y abuelas se utilizaban mucho para realizar procedimientos de belleza para seres humanos y mascotas (para estos últimos también funcionaban como medicinales) y que al día de hoy han sido olvidados y como tal dejados de cultivar o plantar considerando la falta de conocimiento de la ciudadanía de los beneficios que traen y esto ha impulsado el consumo de productos extremadamente procesados que afectan la salud.

Ahora bien, a simple vista puede evidenciar que el sector de la belleza genera mucho residuo plástico. Soporte de la anterior afirmación es la noticia publicada en el 2019 por National Geographic Channel en la cual se cuestiona desde hace aproximadamente 150 años la producción de plástico que solo genera la industria cosmética.



ean[®]
universidad

Acreditada
en Alta Calidad

Res. n.º. 29499 del Mineducación.
29/12/17 vigencia 28/12/21

Lamentablemente el mercado aún sigue generando muchos envases que terminan en los océanos y en las selvas del mundo lo cual se convierte en una gran problemática considerando su tiempo de descomposición que está entre 100 y 1.000 años. Para el momento en que transcurra ese tiempo ya no habrá planeta que salvar o humanidad que resguardar pues ante los últimos estudios de la ONU la contaminación debe detenerse en este momento para generar efectos contrarios a lo que hoy sucede.

Así las cosas, lo ideal es que los productos se generen con bases orgánicas, su degradación es de aproximadamente 4 semanas y no contaminan el agua.

Han existido victorias tempranas, según lo indica la revista residuos profesional, con la eliminación del 97% de los micro plásticos de los productos de la industria cosmética, sin embargo aún queda mucho por gestionar en cuanto en cuestiones de consumo y postconsumo.

Ahora bien, conforme el estudio realizado se tiene que según la información de la revista SAFE el mercado natural en los productos cosméticos genera un mercado rentable, no obstante más que la rentabilidad se debe analizar la huella de carbono que estamos, como seres humanos, dejando en el planeta, por lo cual se hace necesario empezar a abordar con más fuerza, desde esta perspectiva del mercado, la gestión de los residuos del post consumo.

Actualmente la ubicación geográfica de Colombia lo hace un país muy privilegiado en consideración a su diversidad de flora y en general de su ecosistema, esta es una situación que es técnicamente aprovechable a la luz de del negocio que se pretende emprender. Aunado a ello se debe tener en cuenta que Colombia tiene una alta participación en el sector de la cosmética según los informes de la Cámara de Comercio de Cali, razón por la cual esto se convierte en una gran oportunidad de aprovechamiento en el mercado.

2. Objetivo general y específicos (un objetivo general y mínimo tres específicos)

Objetivo general

- Desarrollo de un producto para el consumo personal con base en plantas, frutos secos, pulpa de frutas y en general productos naturales apto para la comercialización

Objetivos específicos

- Disminuir los efectos nocivos de la contaminación química, hídrica y del suelo.
- Promover la industria natural.
- Realizar una prueba piloto de la comercialización del producto desarrollado.

3. Caracterización de usuario y necesidades: (Describa el problema o necesidad del mercado identificada, arguméntela usando cifras, casos de estudio o fuentes secundarias)

Usuarios.

Hombres y mujeres a partir de los 18 años hasta edad ilimitada.

Descripción del usuario.

Hombres y mujeres a partir de los 18 años de edad que poseen ingresos que les permite satisfacer sus necesidades básicas e incluso aquellos que tengan la posibilidad de incluir al menos este producto dentro de su canasta familiar. Opera para todos los estratos socios económicos. Nivel educativo desde el rango de bachiller hasta el más alto grado educativo, con responsabilidades que impliquen o no el uso de su imagen y que busquen o no reconocimiento.

La lealtad a la marca depende de la naturalidad del producto, su precio y efectividad, esto quiere decir que el segmento considera que es necesario obtener un producto de mayor composición

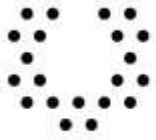


©Universidad Ean: SNIES 2812 | Vigilada Mineducación | Personería Jurídica Res. n.º. 2898 del Minjusticia - 16/05/69

El Nogal: Cl- 79 n.º. 11 - 45 | NIT: 860.026.058-1

Centro de contacto: (+57-1) 593 6464 | Bogotá D.C., Cundinamarca, Colombia, Suramérica
universidadean.edu.co





ean[®]
universidad

Acreditada
en Alta Calidad

Res. n.º. 29499 del Mineducación.
29/12/17 vigencia 28/12/21

natural a un precio asequible pero que sea realmente efectivo y que cumpla con los resultados que se promociona y se ofrece ya que tienen inconvenientes con su cabello que no han podido resolver o que si han podido resolver pero están dispuestos a probar nuevos productos.

Les genera frustración tener que pagar cosas que realmente no les va a servir. Así mismo, les genera frustración que les generen falsas expectativas respecto de los resultados que esperan tener, les genera frustración comprar un producto costoso, les genera frustración, no tener buenas alternativas en el mercado, les genera frustración a algunos el modo de dispensación del producto y la responsabilidad ambiental y la gestión de los residuos en la etapa del postconsumo.

Así las cosas, y considerando las encuestas realizadas, los posibles clientes clasificados a través de un sub segmento serían personas que tengan:

- Cabellos dañados: Cuya estructura capilar está deteriorada.
- Cabellos maltratados: Cuya estructura capilar ha sido destruida por procesos físicos y/o químicos.
- Cabellos secos: Cuya estructura capilar no es grasa naturalmente o por estar sometida a procesos químicos y/o físicos.
- Cabellos delicados: Cuya estructura capilar es quebradiza.
- Cabellos tinturados: Cuya estructura capilar ha sido destruida por procesos químicos.
- Cabellos con gran caída: Cuya estructura capilar es de fácil desprendimiento del cuero cabelludo.

4. Propuesta de Valor: Describa su propuesta de valor resaltado los diferenciadores y la ventaja competitiva de su negocio frente a la competencia o ideas similares, puede apoyarse en la explicación del lienzo de propuesta de valor

Cuida el planeta mientras te cuidas.

5. Análisis de entorno y de mercado: Utilice las herramientas de análisis PESTEL y Cinco Fuerzas de Porter para validar el entorno de su idea de negocio (entre 800 y 1000 palabras; usando entre 8 y 12 referencias).

A continuación el análisis del entorno y el mercado.

Económicos

1. Tasa de desempleo del 20%: La tasa de desempleo en Colombia se encuentra disparada y esto, de hecho, puede ser una consecuencia de la crisis social y sanitaria a la cual se está enfrentando el país desde años atrás. Considerando esta premisa esto puede ser poco beneficioso para el emprendimiento considerando que al existir una alta tasa de desempleo las personas empiezan a precarizarse y a tener necesidades insatisfechas, en este sentido se disminuye el consumo y los bienes y servicios que no están relacionados con las necesidades básicas de supervivencia se empiezan a dejar de un lado.
2. Crecimiento lento del PIB respecto de los años anteriores por efectos de la Pandemia: Bajo conceptos macroeconómicos se tiene que el PIB ha crecido de forma lenta, esto se debe a que llevamos más de 1 año en pandemia y las decisiones político económicas tomadas en el país como las relacionadas con cuarentenas sectorizadas, cuarentenas nacionales, bloqueos, manifestaciones entre otros no ha permitido que la producción del país se mantenga o que se recupere. Esto afecta al emprendimiento considerando que no podrá mantener su producción o el nivel de adquisición deseado en condiciones normales.



3. Alta inmigración: Tenemos que existe una alta inmigración de ciudadanos venezolanos lo cual beneficia al emprendimiento de cara al costo de mano de obra ya que sería más económica, no obstante lo afecta en el sentido de que la mano de obra económica tiende a generar precarización en las personas lo cual afecta el consumo de bienes y servicios.

Medioambientales

1. Baja conciencia ambiental: Actualmente en Colombia existe una baja conciencia ambiental, esto quiere decir que si bien es cierto que hasta ahora estamos como personas concientizándonos de la disminución de la huella de carbono, también es cierto que deberíamos comprometernos mayormente con ello y realmente no es así, situación que es preocupante para el start up teniendo en cuenta que a causa de ello la materia prima puede ser más costosa y porque la estrategia de disposición de residuos finales puede no ser acogida de buena manera por un amplio sector.
2. Fuerte desarrollo normativo relacionado: Tenemos que hay un fuerte desarrollo normativo que protege la flora y fauna del país, no obstante este desarrollo normativo no ha sido suficiente en términos de eficacia respecto de la colectividad lo cual nos afecta.

Político

1. Sistema político social, de derecho y democrático: Colombia es un estado social de derecho cuyo sistema político está basado en la democracia según lo establece la constitución Política de Colombia. Es así que se supone que las decisiones que se toman en las ramas de poder público están sujetas siempre a razones de legalidad y a derechos y libertades fundamentales de los ciudadanos como es el derecho de emprendimiento, libre empresa, competencia y consumo por lo cual se supone que esto es una ventaja para este startup
2. Madurez del sistema político medio-baja: si bien es cierto que legalmente el sistema político está basado el principio de legalidad y respeto por el ejercicio de derechos y libertades también es cierto que el sistema político que se ha desarrollado en Colombia no es uno maduro. Esta situación se entrevé en la falta de posicionamiento del país a nivel internacional en situaciones con IDH, como en la pérdida de institucionalidad de las entidades públicas y las ramas del poder público. Se supone que este es un tema que nos afecta como emprendimiento ya que esto da lugar a una gran inseguridad jurídica lo que no nos permite saber con certeza la estabilidad de ciertos estamentos y decisiones del gobierno.
3. Estabilidad del sistema político baja: Considerando la falta de madurez del sistema político se evidencia que su estabilidad es baja teniendo en cuenta la falta de seguridad jurídica que se predica en el punto anterior, es así que para efectos del start up se corre el riesgo de que efectivamente las condiciones que se tienen actualmente respecto de incentivos y normativa que fomenta el emprendimiento se cambie por efectos de como se dijo institucionalidad, cambio de mandato entre otras cosas y que así se desmejore la situación.

Legal

1. Sistema laboral garantista: Actualmente el sistema laboral es un sistema garantista, esto quiere decir que existe en ciertas formar un régimen laboral que protege al trabajador bastante. Esto para efectos del startup no es tan beneficioso ya que aumenta los costos.
2. Régimen tributario regresivo: Actualmente se tiene un régimen tributario regresivo, esto quiere decir que los que más tributan a la nación son la clase media. Ahora con el archivo de la reforma tributaria en la cámara de representantes se presenta un peligro inminente ya que en cualquier momento se da orden de desarchivar y continuará el debate.
3. Fuerte normatividad de emprendimiento: Actualmente existe amplia normativa que soporta el apoyo a las pymes y emprendimientos, no obstante aunque es insuficiente este apoyo se considera una ventaja respecto de otros países latinoamericanos.
4. Proteccionismo al consumidor: Según la normativa actual toda duda respecto de un ofrecimiento se resuelve a favor del consumidor, por lo cual se entrevé también un régimen proteccionista lo cual es una desventaja para el startup.
5. Dificultades para la consecución de una patente: Es un producto que se considera no puede ser patentado teniendo en cuenta que los ingredientes no son diferentes a los normalmente utilizados es decir no son nuevos ingredientes. Lo que se podría patentar es el procesamiento de dichos

ingrediente pero el producto como tal no podría ser susceptible de protección. Así las cosas se considera esto una desventaja ya que lo que se debería proteger en principio es el producto, pero el procedimiento al ser patentable otorgaría una ventaja.

Tecnológico

1. Inversión del 0,24 del PIB a I+D+i: La poca inversión del PIB en IDi afecta al emprendimiento considerando que esto se ve reflejado en políticas de emprendimiento nacionales las cuales son restrictivas ya en cuanto incentivos, esto hace que el panorama para nuevas empresas sea poco alentador. No obstante sería un beneficio para empresas ya consolidadas que pretendan desarrollar un producto similar al nuestro ya que eliminaría la competencia. Ahora bien, el poco presupuesto dedicado al IDi contribuye a que con más dificultad se realicen las labores de investigación de nuevos productos o productos mejorados como este.
2. Obsolescencia tecnológica: La tecnología en Colombia, de última generación, tarda en llegar bastante tiempo esto implica que para adoptar las mejores prácticas de producción o logística debemos tener un músculo financiero importante para lograr traer dichas tecnologías a tiempo lo cual es una desventaja porque apenas como un start up. Esta situación nos obliga a trabajar con lo que actualmente se posee.

Socio-culturales

1. Nivel educativo, técnico, tecnólogo y profesional: A nivel socio cultural es bueno que las personas estén educadas o que se estén educando ya que con ello se puede lograr un mayor entendimiento y acogida de nuestra propuesta de valor.
2. Baja evolución de la pirámide social: Actualmente se evidencia que estamos en una crisis social en donde según el DANE más de 21 millones de personas viven en pobreza y casi 8 millones de personas viven en pobreza extrema. Esta situación se ha venido complicando en el año 2021 y se prevé que se complique aún más. Esto es realmente negativo para el emprendimiento ya que al tener más de la mitad de la población en la pobreza se empieza a dejar de cubrir necesidades y en consecuencia se disminuye el consumo de bienes y servicios que pueden ser sustituidos por otros y que realmente pueden ser dispensables ya que no cubren necesidades netamente básicas.
3. Distribución desigual de los ingresos: IDH medio según reporte del 2020 de naciones unidas. Esto quiere decir que la capacidad de consumo no es tan buena lo que afecta claramente el emprendimiento.

Clientes

1. Clientes dispuestos a probar nuevos productos: Según la encuestas hay clientes que están dispuestos a probar nuevos productos. Esta es una gran oportunidad para el startup.

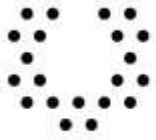
Rivalidad

1. Existe competencia indirecta en el mercado y diversificación: Se tiene un producto con elementos diferenciales, no obstante hay productos que pueden sustituir nuestro producto. En ese sentido hay una desventaja ya que el producto es reemplazable.

Proveedores

1. Gran cantidad de proveedores con precios competitivos: Existe una gran cantidad de proveedores en el mercado, lo cual se traduce en que tendríamos un alto margen de negociación lo cual es una gran ventaja para nosotros.

Competencia



1. Altos costos: Se considera que los costos de las soluciones que existen actualmente en el mercado son costosas. Esto es una ventaja para el startup ya que es un punto que se debe mejorar y que tomamos para nuestra propuesta de valor.
2. Procesos críticos: Existen procesos críticos que la competencia maneja a la perfección y que un startup puede que no. Eso es una desventaja.
3. Difícil acceso a los clientes: Acceder a los clientes puede ser difícil ya que hay marcas sumamente posicionadas, esta situación hace que con dificultad se logre captar clientes aunque estén dispuestos a probar nuevos productos. A la vez es una ventaja teniendo en cuenta que precisamente es difícil acceder a los clientes, es decir que na vez accedamos es difícil que otro pueda acceder.

Sustitutivos

1. Existencia de productos sustitutos: Existen productos sustitutos que pueden reemplazar el producto a ofrecer, por lo tanto esto sería una desventaja.

6. Diseño y descripción del modelo de negocio sostenible (completo, incluyendo todos sus componentes). Para el diseño de este componente apóyese en la herramienta Lienzo de modelo de negocio Sostenible y explique cada uno de los diferentes cuadrantes.

El modelo de negocio se basa en tres fases clave:

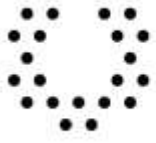
- Suministro: La fase de suministro de refiere a la consecución de la materia prima, proceso en el cual pueden intervenir los proveedores de materia prima, la comunidad en general y personas que están dedicadas al negocio del reciclaje, sin embargo también es posible que en el proceso de suministro intervengan corporaciones adicionales quienes mancomunada mente con la compañía futura se encargaran de crecer mutuamente a través de contratos de cooperación o contratos de exclusividad para hacernos directamente proveedores del producto a cambio de más materia prima o de un valor simbólico pero representativo del producto.
- Elaboración: La elaboración estará a cargo única y exclusivamente de la marca.
- Comercialización: La propuesta de comercialización está dada por los siguientes canales:
 - Venta directa al cliente final.
 - Canales digitales (Redes sociales y app).
 - Distribuidores autorizados (Canales físicos y digitales).
 - Envíos mediante mensajería certificada (procesos de envío mediante terceros).

No obstante en la comercialización se generará el manejo de la gestión del postconsumo a través de venta física por medio de contenedores reutilizables en puntos de venta físicos por peso y bajo la reutilización de recipientes para evitar la generación de más residuos contaminantes. Se puede implementar el modelo de franquicia.

7. Aprendizajes de validación e iteraciones del modelo de negocio. Presente los resultados del proceso de validación con las evidencias respectivas de la medición realizada y el análisis de los hallazgos.

Preguntas realizadas:

- b. ¿Considera usted que hay algún elemento de la propuesta de valor o del modelo de negocio que se debería mejorar?
- c. ¿Estaría usted dispuesto a comprar una solución como la propuesta?
- d. ¿Considera que el modelo de negocio contribuye en algo?
- e. ¿Por qué considera que es válida o mala la iniciativa?
- f. ¿Qué le preocupa del modelo de negocio o producto?
- g. ¿Tiene alguna sugerencia adicional?



A continuación hallazgos:

1. Técnico Astrid.

1.1. Hallazgo: Haya un incentivo significativo a las personas (terceros) que van a realizar el proceso de construcción de los sobres de empaque del producto. Análisis: Evitar la precarización del contratista.

1.2. Hallazgo: Recurrir no únicamente a las bolsas plásticas para la construcción de envases sino contemplar todo tipo de envase que pueda ser reutilizado. Análisis: Ayuda a que el modelo de negocio tenga diferentes tipos de presentaciones.

1.3. Hallazgo: La técnica de esterilización sea muy minuciosa ya que sin eso puede generar afecciones graves al cliente. Análisis: Se debe revalidar el proceso de esterilización planteada al principio del modelo de negocio.

2. Proveedor Santiago.

2.1. Hallazgo: Instruir a las personas respecto del producto y sus bondades. Análisis: Se debe realizar un proceso de capacitación a clientes.

2.2. Hallazgo: Enfocarse en las estrategias de marketing. Análisis: Se deben plantear estrategias de gran difusión para lograr el resultado económico esperado.

2.3. Hallazgo: Evitar el riesgo reputacional relacionado con robo del know how y good will. Análisis: Se debe patentar el producto.

3. Proveedor Eresvey

3.1. Hallazgo: Buena remuneración al tercero. Análisis: Evitar la remuneración del contratista.

3.2. Hallazgo: La técnica de esterilización sea muy minuciosa ya que sin eso puede generar afecciones graves al cliente. Análisis: Se debe revalidar el proceso de esterilización planteada al principio del modelo de negocio.

4. Sostenibilidad Bayron

4.1. Hallazgo: Compraventa en puntos de ventas propios ya que es un producto nuevo. Análisis: Es una buena idea que ayuda al reconocimiento de marca.

4.2. Hallazgo: No es bueno que la comunidad provea al contratista (tercero) Análisis: es válida la apreciación ya que se está entregando poder al tercero y no es bueno para la iniciativa. El poder de los suministros debe estar concentrado en la compañía que soporta esta iniciativa empresarial.

5. Empresario Orlando

5.1. Hallazgo: Vincular más productos naturales al negocio ya que es una buena iniciativa.

Análisis: La posibilidad de escalabilidad de la iniciativa es realmente amplia, pero se deben hacer más estudios para incorporar otros sectores de la economía.

8. Análisis estratégico - Modelo técnico y financiero. Justifique el análisis de validación técnica y financiera utilizando las herramientas que se diseñaron para tal efecto (Incorpore igualmente el análisis de las entrevistas realizadas a actores clave en este componente y los resultados del simulador financiero (entre 500 y 700 palabras)

8.1 Capacidades internas e impactos externos (DOFA, Pes estratégico)

Realizado el ejercicio DOFA encontramos dificultades externas bastante importantes asociadas a la agresividad de la competencia, productos sustitutos y a falta de capacidad financiera ya que no se puede dar un aporte tan grande al start up considerando factures sociales, económicos, jurídicos, personales y precisamente porque es un start up, no obstante tal situación puede ser subsanada mediante el acceso a incentivos gubernamentales y no gubernamentales y a través de capacitación.

Así mismo, se consideró pertinente desarrollar el PES estratégico. Esta herramienta me colaboró con la comprensión a fondo de las raíces del emprendimiento, las labores que se deben desarrollar

en los procesos que considero que son críticos para el surgimiento del start up, los intervinientes clave para el impulso de la compañía y así mismo me ayuda a comprender que es importante generar escalabilidad dentro del emprendimiento.

8.2 Análisis técnico.

Realizado el análisis técnico del emprendimiento se evidencia que existe una ventaja en la ubicación del proyecto porque se encuentra en un lugar central y en donde se producen la mayoría de plantas a utilizar.

Así mismo, se identifica una ventaja respecto del sector asociada a la cultura de las personas de la ciudad y de los alrededores que es tendiente al uso de productos naturales.

8.3 Modelo 2.0 y simulador financiero.

En el simulador financiero se puede evidenciar que el costo del producto puede suministrarse bajo un precio menor a lo que se encuentra en el mercado, no obstante para este emprendimiento genera un reto muy grande cerrar ventas mayores a 30 productos diarios ya que esto puede ser complicado considerando la actualidad colombiana y las condiciones del mercado.

Si se logran las ventas diarias de 30 productos obtendríamos el resultado esperado, es decir utilidad y el margen de rentabilidad del 5% que espero como emprendedora.

Dentro del simulador financiero existen rubros como de muebles y enseres o equipos tecnológicos que están adquiridos, es decir son objetos que están a disposición de la compañía teniendo en cuenta situaciones previas. Así cómo es posible que algunos de los servicios se puedan obtener de forma gratuita considerando que además de ser compartidos, estos son pagados bajo el rubro de otra actividad económica, por lo cual bajo este entendido el valor presupuestado en los respectivos ítems no es tan elevado lo cual se considera una ventaja para efectos de riesgo de pérdida.

8.4 Plan de estructuración para puesta en marcha (Orientado a plan de empresa a proyectar en Trabajo de Grado).

Se estructura el plan para la puesta en marcha a través de los objetivos planteados en el numeral 2, el cual está soportado en el cronograma que se establece en el numeral 9.

9. Cronograma

A continuación, detalle las actividades a realizar para alcanzar cada uno de los objetivos propuestos en el numeral 8.4. Debe indicar en tiempo (meses) cuánto tardaría en desarrollar cada actividad, visualizando lo que sería la realización del trabajo de grado.

Actividades a desarrollar	Semana	Tiempo del proyecto en meses (meses)											
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8...				
1 Finalización de la etapa de desarrollo de producto	4		X										
2 Definir de forma escrita el modelo operativo de gestión del post consumo de cara a la disminución de la contaminación.	4				X								

Macedo, B. (2005). El Concepto de Sostenibilidad. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en <http://goo.gl/4Ts61R>

Natgeo. (2019). La industria de la belleza genera muchos residuos plásticos. ¿Puede cambiar?. Recuperado de <https://www.nationalgeographic.es/medio-ambiente/2019/04/la-industria-de-la-belleza-genera-muchos-residuos-plasticos-puede-cambiar>

Residuos profesional. (10 de junio de 2020). *La industria cosmética ha eliminado el 97% de los microplásticos de sus productos.* <https://www.residuosprofesional.com/industria-cosmetica-microplasticos/>

SAFE. (2021). *Análisis de competitividad del sector cosméticos e Ingredientes naturales.* Recuperado de https://www.unido.org/sites/default/files/files/2019-02/An%C3%A1lisis_de_competitividad_internacional_del_sector_cosm%C3%A9ticos_e_ingredientes_naturales_0.pdf

Sugerencia (1) de director de trabajo de grado:	
Información del docente	Nombre: _____
	Correo institucional: _____
Sugerencia (2) de director de trabajo de grado:	
Información del docente	Nombre: _____
	Correo institucional: _____