



El progreso  
es de todos

Mincomercio



*Guía para potenciar tu emprendimiento*

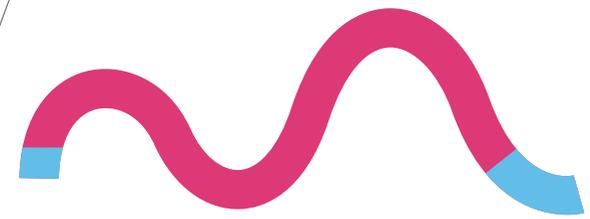
**iNNpuls**a  
Colombia



El progreso  
es de todos

Mincomercio

***inn***pulsa  
Colombia



EMPRENDETÓN

INNPULSA COLOMBIA promueve el emprendimiento, la innovación y el fortalecimiento empresarial como instrumentos para el desarrollo económico y social, la competitividad y la generación de un alto impacto en términos de crecimiento, prosperidad y empleo de calidad.

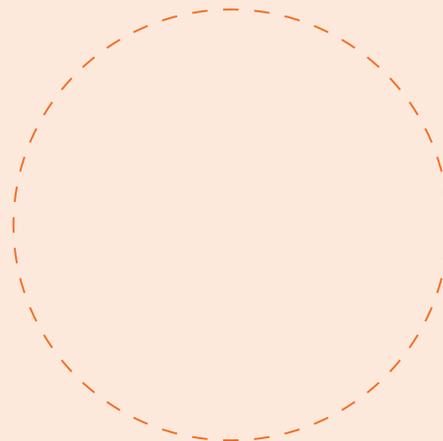
La guía de pre-aceleración naranja tiene como objetivo orientar a los emprendedores de las industrias culturales y creativas que deseen darle un impulso a sus proyectos, abordando desde la identificación de las oportunidades, hasta la re-inención del modelo de negocio.

Esta guía contiene los conceptos claves para entender los pilares de un emprendimiento del sector naranja y el proceso para la validación de las hipótesis del modelo de negocio en el mercado real.

*Yo soy* \_\_\_\_\_

*Mi emprendimiento se llama:*

*y pertenezco al equipo...*



{ Colombia, el país de la innovación. }

Bienvenido a la experiencia de hacer crecer su emprendimiento.  
Esta guía lo llevará por los primeros pasos.  
Llamemos esos primeros pasos: Pre-aceleración.

## ¿Qué información tiene esta guía?



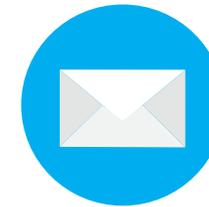
### INFORMACIÓN CLAVE

Léala con cuidado. Tiene que ver con aquellos aspectos que pueden incrementar el potencial de su emprendimiento. Han sido seleccionados para ayudarle a crecer.



### EJERCICIOS

Le ayudarán a entender y comenzar a aplicar los conceptos clave a su propia situación y necesidades.



### INFORMACIÓN OCULTA

(No le podemos contar más sobre esto... lo sentimos).

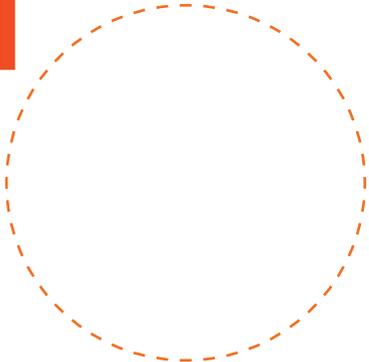
# Cosas que nos enseña este sabio...



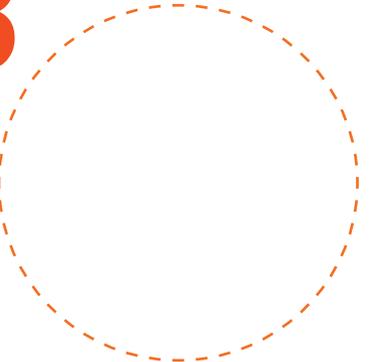
## La filosofía y el estilo de nuestro sabio....

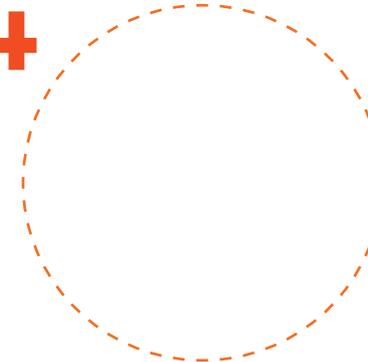
### EJERCICIO:

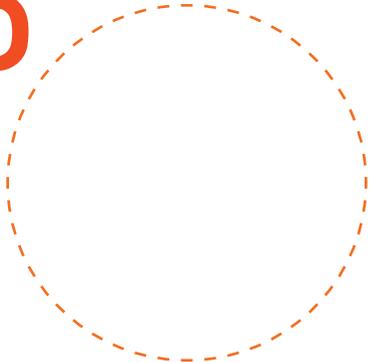
Comente con su equipo e identifique 5 cosas que enseña este sabio. 5 aprendizajes que puedan extraer de su vida, de su obra, de su tipo de inteligencia.

1 

2 

3 

4 

5 

Ya que han identificado 5 enseñanzas del sabio respectivo, llegue a un acuerdo con su equipo para completar la siguiente frase:

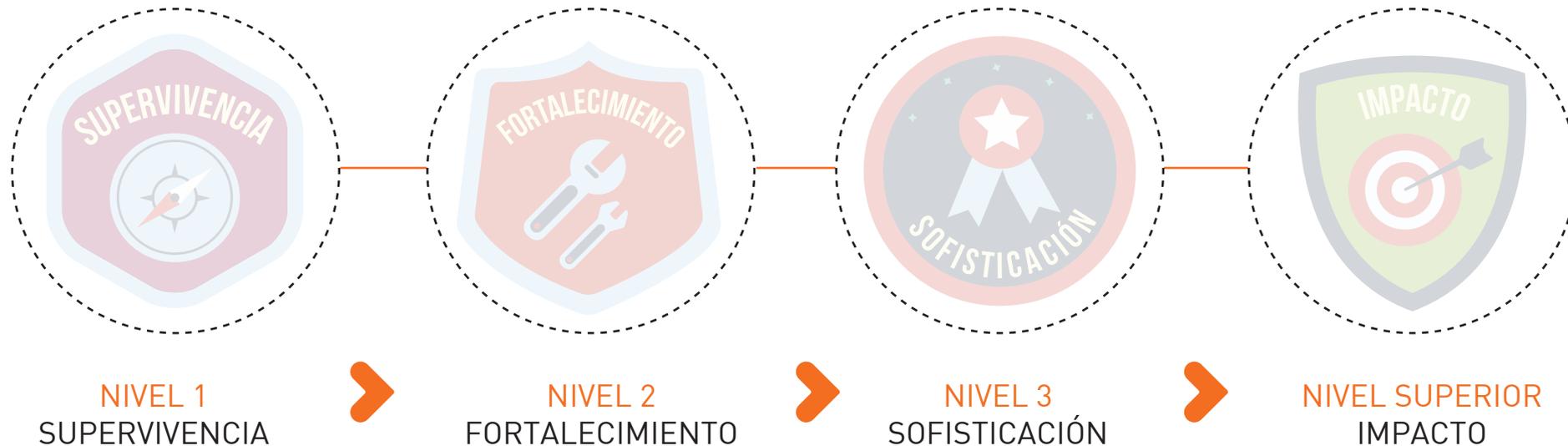
Cuando este sabio va a resolver problemas siempre...

y luego...

Además siempre tiene en cuenta...

# Escala de progreso

Esta experiencia lo ayudará a avanzar en su camino para tener un emprendimiento más fuerte y de mayor impacto. Al terminar cada parte del proceso, podrá evaluar si ha avanzado en este camino. La siguiente escala le permitirá marcar su progreso.



{ Una idea siempre puede ser más poderosa que lo que ya se }

# Hablemos del mundo naranja

## ¿Qué es la Economía Naranja?

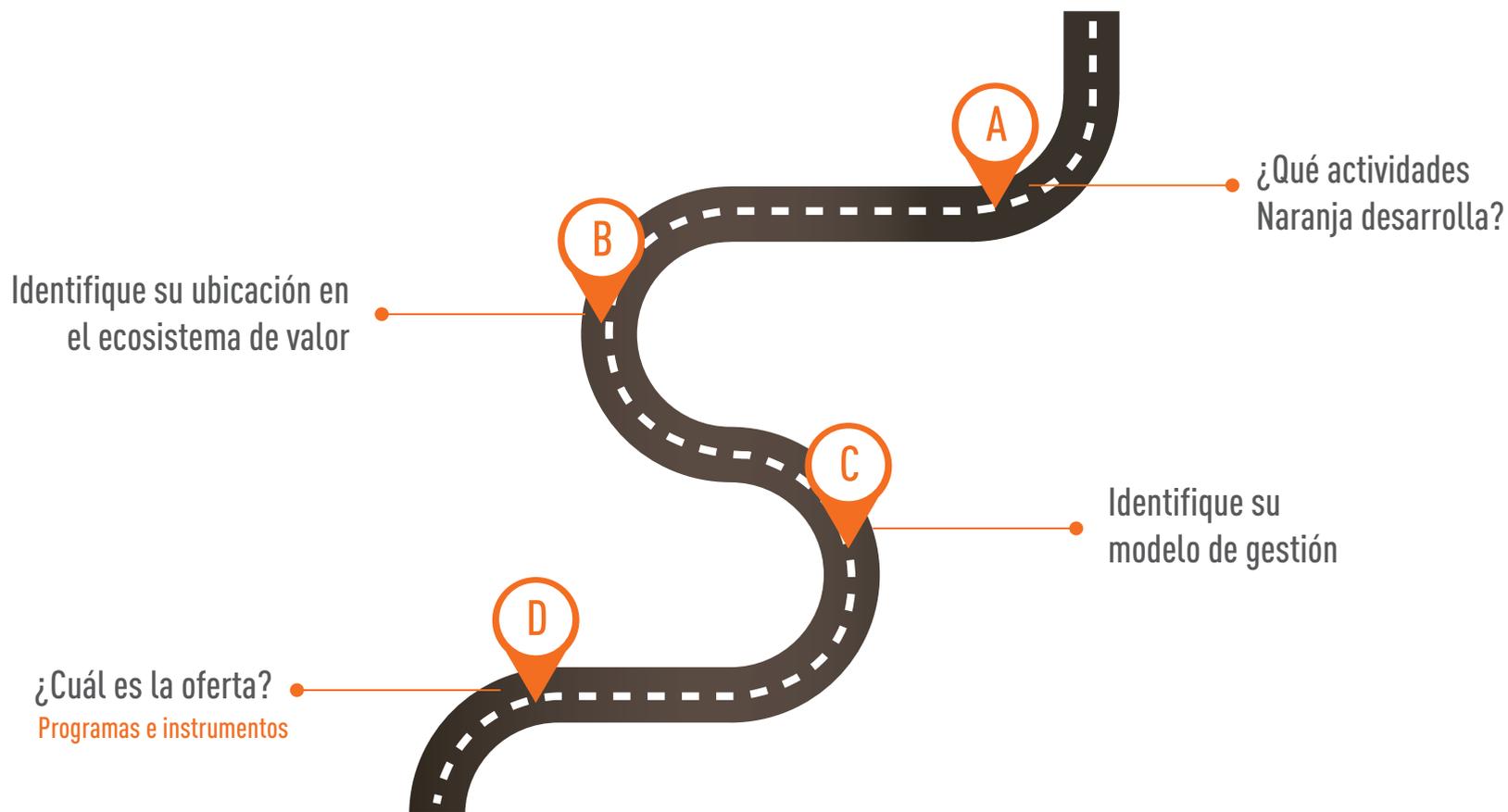
Es una herramienta de desarrollo cultural, social y económico. Se diferencia de otras economías por el hecho de fundamentarse en la creación, producción y distribución de bienes y servicios, cuyo contenido de carácter cultural y creativo se puede proteger por los derechos de propiedad intelectual.

## ¿Qué busca la política de Economía Naranja?

Fortalecer y crear mecanismos que permitan desarrollar el potencial económico de la cultura y generar condiciones para la sostenibilidad de las organizaciones y agentes que la conforman, en concordancia con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).

Se pretende propiciar condiciones para generar empleo digno en el sector cultural, apoyar la materialización de nuevas ideas creativas y productos innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las prácticas del patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales.

## La ruta del emprendedor naranja



# Actividades de la Economía Naranja

Las actividades de la Economía Naranja son aquellas que hacen parte de las artes y el patrimonio cultural material e inmaterial, las industrias culturales y las creaciones funcionales.

## Artes y patrimonio

Artes visuales	Pintura, escultura, fotografía, video arte y performance.
Artes escénicas	Conciertos, ópera, circo, orquestas, danza y teatro.
Turismo y patrimonio cultural	Museos, cocinas tradicionales, artesanías, parques naturales, bibliotecas, archivos, festivales y carnavales.
Educación	Relacionada con áreas culturales y creativas.

## Industrias culturales

Editorial	Librerías, libros, periódicos, revistas y literatura.
Fonográfica	Música grabada.
Audiovisual	Cine, televisión, video y radio.

## Creaciones funcionales, nuevos medios y software de contenidos

Medios digitales	Videjuegos, contenidos interactivos, audiovisuales, plataformas digitales, creación de software, creación de apps (código programación) y animación. Agencias de noticias y otros servicios de información.
Diseño	Interiores, artes gráficas e ilustración, joyería, juguetes, industrial (productos), arquitectura, moda y mobiliario.
Publicidad	Servicios de asesoría; servicios creativos; producción de material publicitario; utilización de medios de difusión, creación y realización de campañas de publicidad; campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios.

Tomado de ABC Economía Naranja del Ministerio de Cultura

## NIVEL 1



# ¿Por qué fracasan los emprendimientos?

Estas son las 10 principales razones

¿Cómo está mi emprendimiento en este aspecto?

1. No hay una real necesidad del producto o del servicio en el mercado. Incluso cuando el emprendedor cree que la hay.

Bien  Mal

2. Falta de recursos para garantizar la supervivencia y crecimiento del emprendimiento en las primeras etapas.

Bien  Mal

3. El equipo de trabajo no es el adecuado.

Bien  Mal

4. La competencia es muy fuerte o bien posicionada.

Bien  Mal

5. Los costos de operación son muy altos o hay costos que no se han previsto.

Bien  Mal

6. Falta de usabilidad del producto o del servicio. El producto o servicio funciona pero los posibles clientes no lo sienten "amigable"

Bien  Mal

7. Modelo de negocio erróneo o sin modelo de negocio claro.

Bien  Mal

8. Falta de publicidad y promoción. Se falla en el objetivo de lograr que los posibles clientes conozcan y se interesen por la oferta.

Bien  Mal

9. Se ignora a los usuarios y/o clientes en el proceso de construcción del producto o servicio, en su distribución, en su comunicación o en otras fases.

Bien  Mal

10. Mal momento para salir al mercado. Los clientes no están listos para el producto o servicio o, por el contrario, el mercado para esta oferta ya está desapareciendo.

Bien  Mal

# Diagnóstico Readiness Scoring

Es el momento de hacer un diagnóstico de su emprendimiento. El "Readiness Scoring" es una herramienta para evaluar cada uno de los 7 pilares clave de un emprendimiento.

Los 7 pilares clave de un emprendimiento:



EQUIPO,  
TALENTO Y  
MENTORES



TECNOLOGÍA  
Y OPERACIONES



VENTAS  
Y CRECIMIENTO



GESTIÓN  
FINANCIERA Y DE  
DESEMPEÑO



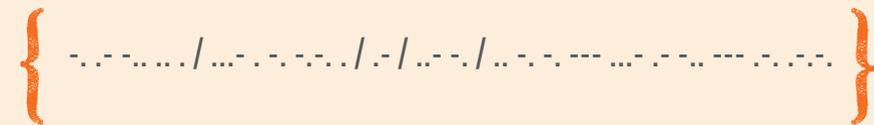
GESTIÓN  
LEGAL



CONSECUCIÓN  
DE CAPITAL



PRODUCTO/  
SERVICIO  
Y MERCADO



# Equipo talento y mentores

Dependiendo de la etapa de cada emprendimiento, es muy importante dedicar tiempo, recursos y prepararse para entregar todo el talento y conocimiento a la empresa.

Aspectos importantes a resaltar del equipo de trabajo son:

1. Disponibilidad
2. Experiencia en el sector
3. Tener claras las funciones y objetivos de cada rol



## EJERCICIO:

Escribir las funciones, disponibilidad y años de experiencia de cada miembro del equipo. Si hay roles que no existen todavía dejar en blanco.

ROL	NOMBRE	FUNCIONES	TIEMPO DE DEDICACIÓN	EXPERIENCIA DEL SECTOR
CEO: DIRECTOR EJECUTIVO				
CTO: DIRECTOR DE TECNOLOGÍA				
COO: DIRECTOR DE OPERACIONES				
CFO: DIRECTOR FINANCIERO				
GERENTE COMERCIAL				
GERENTE DE CRECIMIENTO				
CONSEJO DIRECTIVO				

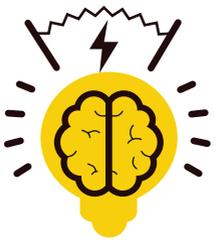
# La cultura:

Se define como cultura al conjunto valores, normas, hábitos y creencias que caracterizan a una compañía.

Los valores de una empresa son cualidades, principios o creencias que una empresa posee. Orientan las decisiones, acciones y conductas de todos los miembros de la empresa, pero además de ello, sirven como fuente de inspiración y motivación, le dan identidad a la compañía, y ayudan a proyectar una imagen positiva.

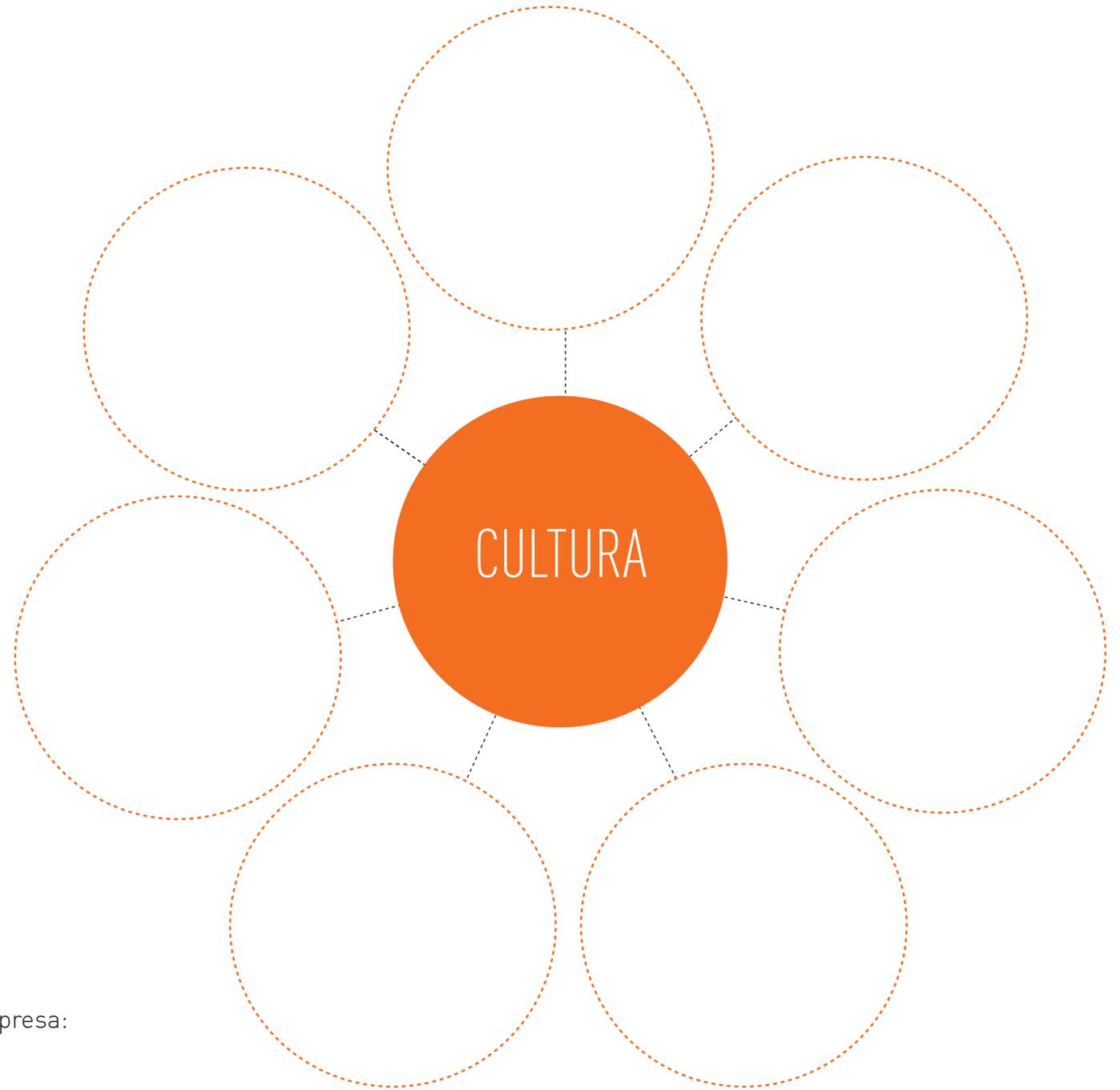
Los buenos valores de una empresa suelen contar con las siguientes características:

1. Son cualidades, principios o creencias que realmente posee o en los que realmente cree la empresa.
2. Están alineados y son coherentes con los valores de los dueños de la empresa.
3. Son aceptados y seguidos por todos los miembros de la empresa



## EJERCICIO:

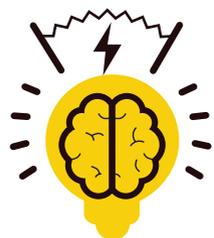
Defina con su equipo los valores principales que le gustaría promover en la cultura de su empresa:



# Tecnología y Operaciones

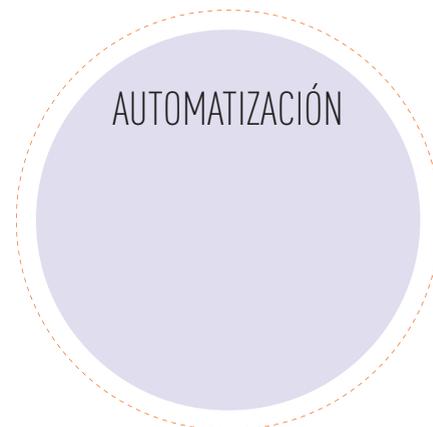
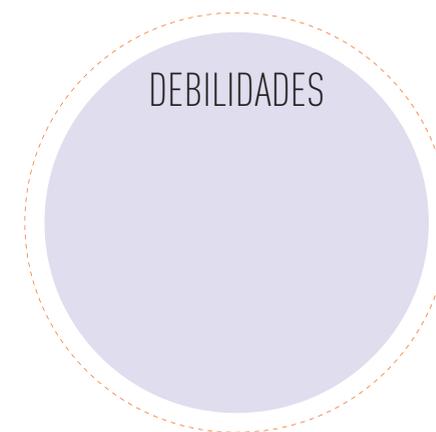
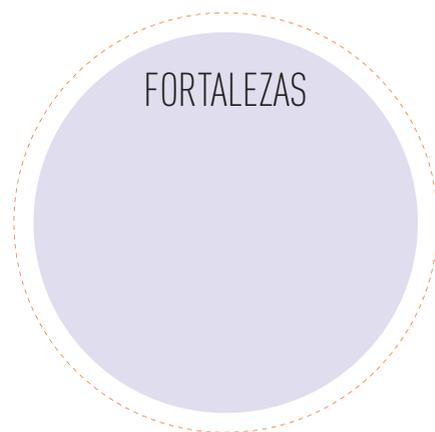
Cuando se piensa en crecer y escalar una empresa, es muy importante tener claro cuáles son las Fortalezas, Debilidades y las Necesidades en cuanto a tecnología para poder escalar rápido y de manera estable y segura. Además, es primordial tener un plan de contingencia frente a lo inesperado.

Los datos son como el oro y si algún desastre pasa y se pierden los datos... ¿qué pasaría con la empresa?



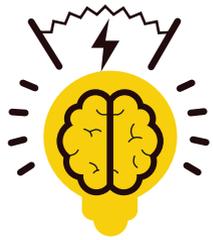
## EJERCICIO:

Identificar en equipo las diferentes áreas de la operación de su negocio, las fortalezas, debilidades, y qué herramientas tecnológicas se pueden implementar o desarrollar para automatizar procesos que permitan el crecimiento de la operación.



# Ventas y crecimiento

El canal de ventas: El Embudo de Ventas es una representación de las etapas por las que un potencial cliente pasa desde el primer contacto con la empresa hasta el cierre de la venta. Lo primero es conseguir visitantes a nuestros sitios de exhibición y venta o a nuestros sitios en línea; pero si sólo nos quedamos en eso y no realizamos una buena estrategia de conversión, corremos el riesgo de que esas visitas, se queden en eso, meros espectadores.



## EJERCICIO:

En el formato siguiente escriba qué tipo de contenido e información puede necesitar el “posible cliente” para dar el salto a la siguiente etapa: comprar. La fase de consideración es quizá la más delicada, está compuesta por los llamados prospectos, todavía no han comprado, pero son personas que están decididas a resolver ese problema al que podemos darle solución. Será necesario invitarles a la compra pero sin que se sientan obligados a ello.



CREAR CONCIENCIA



INTERÉS



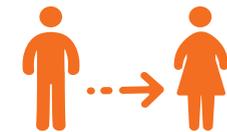
CONSIDERACIÓN



TRANSACCIÓN



RETENCIÓN



REFERIDOS

A continuación, se muestran las métricas claves para identificar qué tan eficientes están siendo nuestras acciones para adquirir clientes nuevos y retenerlos, con ellas se podrá optimizar nuestra estrategia comercial y de mercadeo.

CAC

Fórmula:  $\frac{\text{Gasto en ventas y mercadeo}}{\text{cantidad de clientes adquiridos}}$

Mi cálculo

LTV

Fórmula:  $\frac{\text{Ingreso promedio por cliente} \times \text{cantidad de compras durante su tiempo de vida con el emprendimiento}}{\text{cantidad de clientes}}$

Mi cálculo

LTV / CAC

Fórmula:  $\frac{\text{LTV}}{\text{CAC}}$

Mi cálculo

CHURN

Fórmula:  $\frac{\text{Cantidad usuarios que se inactivaron en el periodo}}{\text{Cantidad total de clientes al inicio del periodo}}$

Mi cálculo

# Gestión financiera y de desempeño

Las dos métricas más importantes en este pilar:

**1** **La North Star (Estrella del Norte):** Es la que mejor captura el valor central de nuestra oferta. Optimizar sus esfuerzos para hacer crecer esta métrica es clave para impulsar un crecimiento sostenible en toda su base de clientes.

**2** **KPI's:** Un KPI (key performance indicator), conocido también como indicador clave de rendimiento o medidor de desempeño. Existen KPI para diversas áreas de una empresa: compras, logística, ventas, servicio al cliente, etc.



## EJERCICIO:

Identificar cuál puede ser su NSM (North Star Metric). Recuerde que esta métrica debe poder reflejar por sí sola el crecimiento de su empresa. Es decir, si la NSM crece, los otros indicadores (KPI's) también deben crecer.

# Gestión legal

Desde la concepción de un emprendimiento es muy importante llevar una estructura legal clara, ordenada y transparente. A la hora de buscar inversión de capital siempre se solicitan estos documentos y es mejor estar preparado.

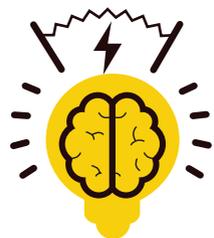
## 1. Estructura legal:

Acuerdos de accionistas.  
 Acuerdos entre empleados (vesting).  
 Minutas de las reuniones.  
 Propiedad intelectual.  
 Contratos con empleados.

## 2. Data Room:

A medida que va creciendo la empresa es importante considerar mantener un archivo / drive / dropbox, y carpeta física con los documentos esenciales a medida que se van legalizando. En la carpeta virtual se recomienda tener 4 subcarpetas:

1. Legal
2. Financieros
3. Negocios y mercadeo
4. Producto / servicio

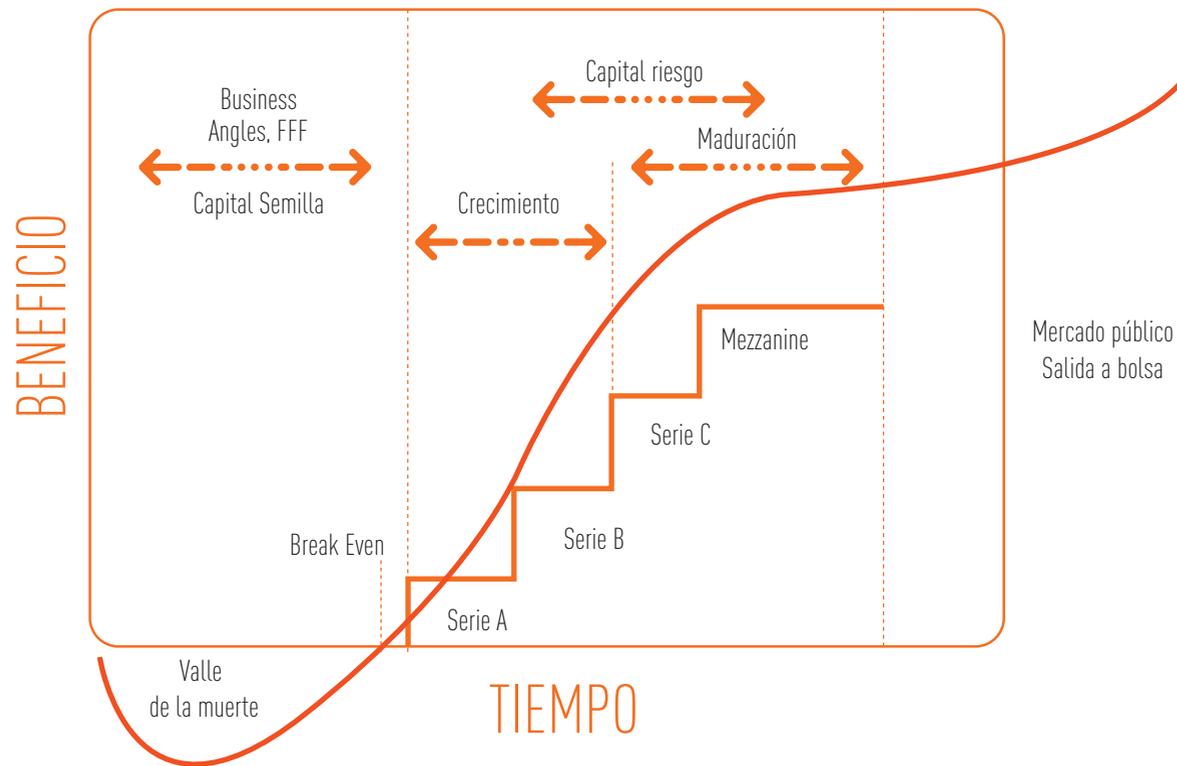


## EJERCICIO:

Marque con un "X" los requisitos del Data Room que ya están disponibles, actualizados y organizados en su empresa.

Carpeta	Subcarpeta	Item	Check
LEGAL	Organización	Certificado de existencia Legal	
		Estatutos de la sociedad	
		Certificados de propiedad intelectual y de marca	
		RUT	
		Otros documentos relevantes (permisos, certificados, etc)	
	Empleados: beneficios, directores	Hojas de vida	
		Contratos y acuerdos de empleados	
		ESOP plan (acuerdos de acciones para empleados)	
		Certificados de parafiscales y seguridad Social	
		Junta directiva	
		Lista de directores y autorizaciones	
		Actas de las reuniones de junta directiva desde el inicio	
		FINANCIERO	Financial accounts
Estados financieros desde el inicio			
Declaraciones de renta			
Modelo financiero y proyecciones			
Bank accounts	Extractos bancarios desde el inicio		
	Inversionistas		
	Contratos / acuerdos con inversionistas		
	Cap table (distribución de acciones)		
NEGOCIO & MERCADEO	General	Pitch deck (presentación)	
		Modelo de negocio	
		Presentaciones del producto o servicio	
		Plan de mercadeo y material publicitario	
		Manual de operaciones	
	Datos de analítica	Tablero de indicadores de rendimiento	
		Unit economics (unidad económica de cliente/usuario)	
		Análisis de cohorte	
	Información importante de clientes	CRM (gestión de relaciones con clientes)	
		Acuerdos comerciales	
PRODUCTO / SERVICIO	Producto / servicio	Mapa de ruta del producto o servicio	
		Manual de operaciones de desarrollo	
		Presentación técnica / mapa de arquitectura	

# Consecución de Capital:



Existen diferentes clases de financiación durante las diferentes etapas de cada emprendimiento. Cada una tiene diferentes fuentes de financiación, requisitos y características.

1. FFF: La primera fuente de financiamiento es conocida como Friends, Family and Fools. Se usa para la constitución de la empresa en sí y se da cuando un emprendedor inicia su negocio gracias a la ayuda de su familia y amigos.
2. Fondos gubernamentales: Se usan para generar modelos de negocio y desarrollo del proyecto, es decir, cuando está más avanzado que una simple idea. Así mismo, se usan para crear prototipos que ayuden a comercializar el producto o servicio en el mercado.
3. Capital semilla: Es un crédito que entrega la cantidad de dinero necesaria para implementar una empresa y financiar actividades claves durante el inicio y la puesta en marcha del proyecto. Se entrega cuando la empresa está constituida y tiene algún producto importante, pero requiere dinero para operar o para capital de trabajo.
4. Inversionistas ángeles: Las empresas que están funcionando generalmente reciben este tipo de aportes, por su alto contenido innovador o desarrollo potencial. Generalmente los inversionistas ángeles son independientes o pertenecen a un club, cada vez son más comunes las redes de este tipo para las empresas.
5. Capital riesgo: También conocido como Venture capital, se utiliza cuando la empresa tiene cierto nivel de desarrollo; pues es un fondo que invierte mayores cantidades. Se trata de una aportación temporal de recursos de terceros al patrimonio de una empresa para optimizar sus oportunidades de negocio y aumentar su valor. De esta forma se dan soluciones a los proyectos de negocio, se comparte el riesgo y los rendimientos.
6. Private equity: Se trata de un fondo para empresas grandes y se utiliza para expandir el negocio o para la internacionalización. Aporta capital a cambio de acciones que la empresa otorga. Además contribuye con recursos monetarios como contactos, mejores prácticas, administración, etc.
7. Financiamiento bancario: Las empresas pueden acudir al financiamiento bancario con el fin de tener flujo en la operación diaria del negocio.

Cuando se busca inversión, muchas veces las primeras palabras que se escuchan de parte de un inversionista son: "Solo envíame la presentación - (pitch deck)". Por eso es muy importante tener una presentación (larga) para inversionistas, de manera que se pueda enviar rápidamente y hacer seguimiento sin perder tiempo.

Se aconseja tener 3 tipos de presentaciones:

- 1 **Pitch Deck:** Se usa para hacer presentaciones cortas de 1-3 minutos, normalmente en eventos, charlas, incubadoras y aceleradoras.
- 2 **Pitch Deck Largo:** Sigue el mismo deck normal, pero es más detallado, con información más desglosada, números y métricas relevantes al inversionista. Incluye más contenido ya que se envía por correo y no se lee o recita como el anterior.
- 3 **Pitch de Ventas:** Este debe tener propósito comercial exclusivamente. Busca cerrar ventas o alianzas destacando el producto o servicio, sus funcionalidades y demás beneficios.



## EJERCICIO:

Revisar la presentación de su negocio y marcar con un "X" si su presentación cumple explicando cada uno de los siguientes ítems.

ITEM	Check
Problema	
Solución	
Validación del mercado	
Producto / servicio	
Tamaño del mercado	
Modelo de negocio	
Ventaja competitiva	
Plan de mercadeo	
Tracción	
Competencia	
Ventajas ante la competencia	
Equipo	
Junta directiva	
Pedir capital	
Plan para usar los fondos	

# Impacto socio cultural del emprendimiento

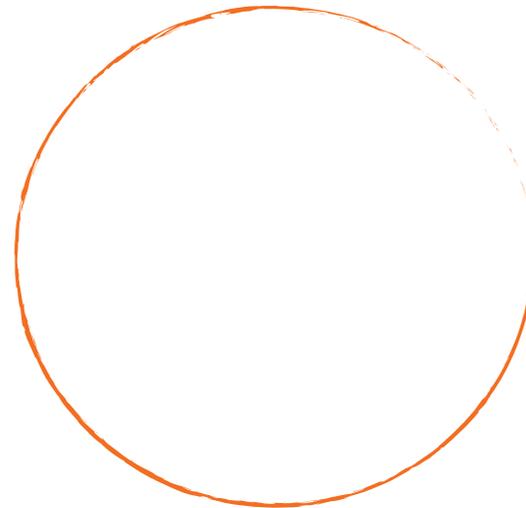
Uno de los aspectos a establecer en un emprendimiento de la Economía Naranja es qué tan alineado es su que hacer con el entorno en que se encuentra inmerso. Aspectos como las condiciones económicas, las costumbres y comportamientos sociales, la legislación, el conjunto de valores que predominan, son factores clave a tener en cuenta al momento de definir su estrategia. (Tomado de: Responsabilidad social y Economía Naranja en Colombia. Medrano Montoya, Jaqueline. 2014)

## ¿Cómo estamos aportando al cambio?

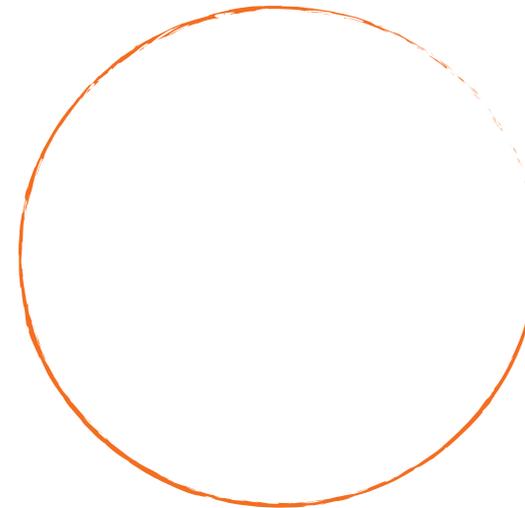
Evalúe con su equipo si coincide con el momento socio-cultural que está viviendo la región.

### IMPACTO SOCIO CULTURAL DE MI EMPRENDIMIENTO

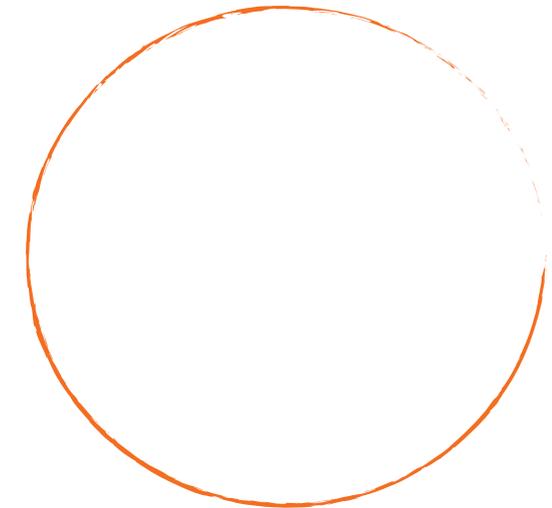
¿Cuál es el impacto que queremos lograr?



Actividad a la que nos dedicamos



¿Cuál es nuestra causa?  
¿Qué queremos transformar?



¿Cuál es nuestro propósito? ¿Cómo va a cambiar el sector, la comunidad, la región, etc.?



### AUTOEVALUACIÓN:

El trabajo durante este primer nivel me ha permitido:

“Identificar al menos una debilidad que puede poner en peligro el éxito de mi negocio. Entender que son varios los pilares que hacen exitoso a un negocio y pensar un plan para fortalecer alguno que tenga débil”

Si esta de acuerdo con ambas afirmaciones, usted ha completado exitosamente el primer nivel. ¡Felicitaciones!

Por favor agregue el adhesivo correspondiente al nivel 1, Supervivencia, en su escala de progreso.

## NIVEL 2



En este nivel, se busca “poner en blanco” la oferta que la empresa hace a los clientes y la manera como logra entregarla. Luego se revisarán algunas rutas para hacerla aún más poderosa.

### Paso 1: Documentación de su proyecto Canvas Naranja

A diferencia del tradicional plan de negocio que puede tomar mucho tiempo para ser escrito y es difícil de actualizar, usaremos el Canvas Naranja para hacer una representación del modelo de negocio de una manera más ágil y eficiente.

El diseño del Canvas Naranja permite al equipo emprendedor contestarse preguntas tales como: ¿Quién es nuestro cliente? ¿Qué necesidad o problema estamos resolviendo? ¿Qué características debe tener nuestra oferta? ¿Qué canales podemos usar para llegar a ellos? ¿Es nuestra solución lo suficientemente atractiva?

El Canvas Naranja es una herramienta que permite al emprendedor, simplificar el proceso y enfocarse en lo importante.



## EJERCICIO:

Utilice el formato provisto para construir el Canvas Naranja de su producto o servicio. Este será el Canvas que se utilizará para el proceso de fortalecimiento de su negocio. Este ejercicio debe hacerlo en conjunto con los colegas de su empresa que le acompañan. Al final, tendrán un Canvas único para su emprendimiento.

Tener la visión general del negocio plasmada en una herramienta como el Canvas, es un gran paso. Pero un buen emprendedor sabe que la idea siempre se puede hacer más poderosa.

## Paso 2: Haciendo más fuerte nuestra propuesta

Este paso se enfoca en entender muy bien a los clientes actuales, y busca responder a las preguntas:

¿Podemos vender más a los clientes actuales? ¿Podemos ser más ganadores frente a la competencia al “pelear” por los clientes en nuestro mercado? ¿Podemos incrementar el valor de la factura o la frecuencia de compra de los clientes actuales?

### Identificación de motivaciones

Cuando un emprendedor diseña un producto o servicio, lo hace pensando en solucionar una necesidad de su cliente, de modo que lo primero que hace es confirmar la existencia de un problema o necesidad relevante desde el punto de vista de los clientes. Sin esta confirmación se corre el riesgo de construir algo (un producto o servicio, negocio) que nadie quiere o necesita realmente.

Sin embargo, cada producto o servicio soluciona varias necesidades simultáneamente.

Por ejemplo una mochila que sirve para cargar objetos, que es una necesidad muy clara y que también soluciona una necesidad de vestido, o de imagen, o de aceptación, o...

Adicionalmente, además de la necesidad pura, solucionada por el producto o servicio, el proceso de adquisición, uso, recomendación, etc., puede tener necesidades adicionales. Por ejemplo, necesito una mochila para regalar a alguien, pero además lo necesito ¡YA MISMO!, porque olvidé el cumpleaños de esa persona y justo voy a verla en unos minutos.

Las necesidades también pueden estar relacionadas con aspectos culturales o con las experiencias previas del usuario. Por ejemplo, un usuario puede estar buscando una mochila de una marca tradicional o reconocida, porque tuvo una experiencia decepcionante con una marca en el pasado. Así que, cuando se trata de diseñar un producto o servicio para un cliente, hay que tener en cuenta un gran conjunto de necesidades, deseos, intereses, temores, etc., que el cliente tiene dentro.

Luego de identificar este conjunto de motivadores, tendremos que preguntarnos: ¿Son todos igualmente importantes? ¿Cuál es aquel que puede hacer que más clientes se inclinen por una u otra opción?. En otras palabras, tenemos que responder la pregunta: ¿Qué es lo que más le interesa al cliente?

Descubrir problemas o necesidades se consigue a través de la observación, la medición y una constante retroalimentación con los clientes. Sin embargo, podemos decir que hay dos “niveles” de motivadores.

## Identificando necesidades e intereses “Nivel 1”

Un emprendedor puede intentar identificar necesidades de una manera muy directa. Puede preguntarle al cliente ¿Qué es lo que más le interesa cuando busca un producto o servicio como el nuestro?. Por ejemplo, si su negocio es una sala de cine, puede preguntarle al cliente: ¿Qué es lo que más le interesa encontrar en una sala de cine? O ¿Qué es lo que le disgusta de su experiencia, de ir a ver una película en cine?

Sin embargo, si usamos este método, tendremos algunas restricciones:



Necesitamos que los clientes sean tan creativos e imaginativos para que estén en capacidad de decirnos: “Me gustaría encontrar esta o aquella cosa maravillosa”.



Necesitamos que los clientes estén dispuestos a confesarnos sus verdaderas necesidades, incluso aquellas que no desean comunicar.

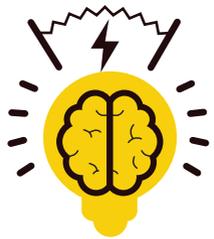


Necesitamos que los clientes sean conscientes de sus emociones y motivaciones al adquirir o usar el producto (Y no todos somos siempre conscientes de las razones por las que compramos o usamos un producto).

## ¿Qué hacer?

Quizá hay que pasar a un nivel superior en nuestra capacidad para identificar motivadores.

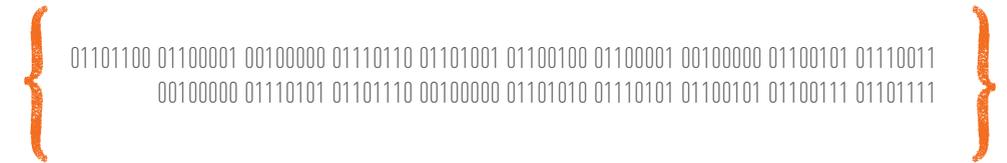
### Identificando necesidades e intereses “Nivel 2”



#### EJERCICIO:

Los motivadores ocultos.

Usando el kit de Consejo de sabios motivadores, explore cada tipo de motivación pensando en los clientes (o posibles clientes) de su producto o servicio, esto le permitirá encontrar nuevos caminos para agregar valor. Utilice el siguiente formato para consignar posibles mejoras:



#### Necesidad/producto/servicio:

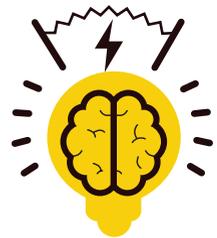
Posible motivador	¿Cómo podría incrementar el poder de mi producto/servicio para aquellos clientes que tienen esta motivación?	Descripción del producto, servicio, mecanismo de distribución, estrategia de comunicación, que podemos ofrecer.

El resultado de este ejercicio puede hacer que usted desee modificar su modelo de negocio. Si considera que alguna de las ideas surgidas aquí debería hacer parte de su modelo de negocio, actualice su Canvas Naranja agregándola junto con las otras modificaciones que esta idea puede requerir para que cumpla su objetivo.

## Paso 3: Fortaleciendo alianzas, vínculos y sinergias

Este paso se enfoca en identificar y fortalecer el relacionamiento local para sobresalir y generar impacto, así como generar utilidades y proyectos exitosos, en el mundo de la Economía Naranja, es clave definir las alianzas, socios, vínculos y sinergias.

Cada emprendedor que actúa en el ámbito de la Economía Naranja tiene que evaluar su posición y su involucramiento en el ecosistema, mapear y entender los vínculos entre diferentes actores en la región o el departamento.



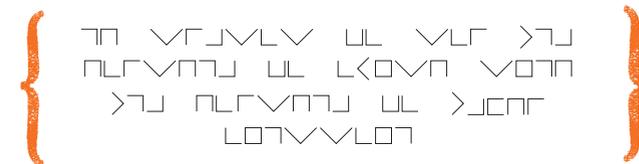
### EJERCICIO:

#### Mapeando los actores del ecosistema

Reúnase en grupos de acuerdo al tipo de actividades, según la clasificación inicial: arte y patrimonio, industria cultural y creaciones funcionales y nuevos medios. (Entre 2 a 3 emprendimientos por grupo).

Cada emprendimiento, identifica actores del ecosistema, con nombres de las empresas o instituciones según las siguientes categorías:

1. Empresas e iniciativas privadas de la Economía Naranja.
2. Empresas e iniciativas privadas externas a Economía Naranja.
3. Instituciones gubernamentales.
4. Instituciones y fundaciones no-gubernamentales.
5. Escuelas, universidades e instituciones educativas.
6. Medios.
7. Líderes de opinión, personajes clave locales y nacionales.



Se comparten los hallazgos y los actores de los emprendimientos por tipo de actividades y generan un mapeo de ecosistema con potenciales aliados de la región.

Es el momento de identificar el factor de vínculos y sinergias entre los actores del ecosistema y la empresa/proyecto de la Economía Naranja. Se reflexiona y discute acerca de cómo puede la empresa conectar y colaborar con diferentes actores del ecosistema, generando sinergias y apoyos.

Los siguientes son los tipos de vínculos que se pueden generar:

## Colaborar - Co-crear - Vincular - Patrocinar - Impulsar - Difundir - Legitimizar

	Colaborar	Co-crear	Vincular	Patrocinar
Empresas e iniciativas privadas de Economía Naranja				
Empresas e iniciativas privadas externas a Economía Naranja				
Instituciones gubernamentales				
Instituciones y fundaciones no-gubernamentales				



### AUTOEVALUACIÓN:

El trabajo durante este segundo nivel me ha permitido:

“Identificar una posibilidad de mejorar el impacto de mi oferta a través de la exploración de los motivadores de mis clientes”.

“Identificar al menos una nueva oportunidad de negocio que podemos explotar en el futuro cercano”.

“Fortalecer las alianzas, vínculos y sinergias”.

Si está de acuerdo con ambas afirmaciones, usted ha completado exitosamente el segundo nivel. ¡Felicitaciones! Por favor agregue el adhesivo correspondiente al nivel 2, Fortalecimiento, en su escala de progreso.

## NIVEL 3



# Producto y mercado

## Validación de mercado

Una de las principales herramientas para la validación de las ideas es el prototipo. Tanto en su versión tangible, que aplica para productos físicos (prototipos, modelos, maquetas, etc) como en su versión intangible, que aplica para procesos o servicios (simulaciones, pilotos, etc.).

En cualquier caso, la validación es un proceso de experimentación/visualización que permite validar las hipótesis del negocio y corregir rápidamente errores o hacer ajustes para incrementar funcionalidad, facilidad de uso o contenido emocional de la idea.

## Tipos de prototipos

Rápido	Liviano	Robusto
Es el prototipo que se hace con lo que hay a mano, para poder poner en claro las ideas. Útil para explicar a los otros integrantes del equipo la idea o para hacer una validación preliminar con terceros.	Este prototipo ya requiere un trabajo más detallado. En algunos casos se trata de un prototipo parcial, es decir, solo de aquella parte que se desea probar. En otros casos, es una representación de la solución (por ejemplo una simulación en computador o una maqueta).	Este es un prototipo muy detallado. En muchos casos, no se diferencia, a primera vista, del producto o servicio que será lanzado al mercado.

### Plan de validación:

La mejor forma de saber si una nueva idea o negocio tendrá éxito en el mercado es haciendo experimentos de validación. La validación de hipótesis se hace por medio de experimentos rápidos, el foco es aprender rápido sobre lo que dicen los clientes acerca de nuestra propuesta.



### EJERCICIO:

Validación preliminar

### Pasos para la validación

- 1 Construya la hipótesis que quiere validar con su prototipo.
- 2 Escoja el tipo de prototipo que le resulte más útil para representar su idea de producto o servicio.
- 3 Seleccione las personas con las que va a validar su prototipo. (Para este ejercicio busque a otros participantes, fuera de su equipo y presénteles el prototipo de su idea).
- 4 Escriba todo lo que observe que hace la persona al usar su producto o servicio.

Utilice el formato de Experimento, para consignar los resultados.

# Experimento

---



---



---



---



---



---

Hipótesis	Experimento/Sujeto
	(Persona o personas a las que presenta y tipo de prototipo usado)
Resultados	Posibles ajustes, cambios y/o mejoras
1	
2	
3	
4	

En algunos casos cuando se ajusta y se valida o se modifican las propuestas, se aprovechan los recursos, medios y canales existentes, pero no siempre sucede de esa forma. En otros casos ajustar la solución incluye ajustar otros elementos del modelo del negocio, por lo que es necesario ajustar el Canvas Naranja, así que es el momento de ir con su equipo al modelo de negocio y hacer los ajustes necesarios.

## Plan de validación avanzado

Ahora usted deberá pensar en la manera de validar de manera más profunda su o sus hipótesis. Para esto tendrá que construir prototipos más sofisticados (livianos o robustos) y diseñar experimentos con los usuarios o clientes adecuados.



### AUTOEVALUACIÓN:

El trabajo durante este tercer nivel me ha permitido:

“Entender lo que es un prototipo y para qué sirve”.

“Definir un plan de validación para al menos uno de los conceptos nuevos desarrollados durante el taller”.

Si la respuesta a ambas preguntas es SI, usted ha completado exitosamente el tercer nivel. ¡Felicitaciones! Por favor agregue el adhesivo correspondiente al nivel 3, Sofisticación en su escala de progreso.

# Resultado del diagnóstico

El resultado del diagnóstico le permite:



Identificar qué áreas son más importantes y urgentes para enfocarse, según el diagnóstico, la etapa del emprendimiento y sus recursos.



Identificar pilares en los que se evidencia un puntaje bajo lo que significa un bajo nivel de rendimiento en este punto.



## EJERCICIO:

Junto con sus colegas de la empresa que participan en el taller, identifiquen por medio de la puntuación, las áreas a mejorar según la etapa del emprendimiento, luego de analizar los resultados, deberá seleccionar 3 de los objetivos más importantes a trabajar. Estos deben ser los más urgentes e influyentes en el crecimiento del emprendimiento.

**Plan de fortalecimiento para la supervivencia:** Utilice el formato provisto para:

- 1 Escribir los objetivos
- 2 Escribir el plan de trabajo y la persona responsable
- 3 Cada semana medir los resultados para evaluar si la meta se está cumpliendo y si debe ser ajustada para lograr alcanzar el objetivo al finalizar la 4ta semana.

Es muy importante que al momento de decidir los objetivos se tenga en cuenta que:

1. Sean realistas
2. Medibles
3. Tener claro los pasos a seguir para cumplirlo
4. Tener una persona o equipo responsable.



# Objetivos

Objetivos			
Plan de trabajo			
Resultados			



## AUTOEVALUACIÓN:

Modelo final: Haga una revisión de todas aquellas modificaciones que debe hacer a su Canvas para reflejar lo trabajado hasta este momento.

Haga los últimos cambios y ajustes, revise su Canvas re-inventado y conteste las siguientes preguntas: ¿Mi nuevo Canvas es diferente al que tenía al iniciar el ejercicio? ¿Mi modelo de negocio es mucho más poderoso ahora?

Si ambas respuestas son SI usted ha completado exitosamente el proceso de Pre-aceleración. Por favor asigne el adhesivo correspondiente a Impacto en su escala de progreso. ¡Ha completado la escala!

# Canvas Naranja

ALIADOS TALENTOSOS	ACTIVIDADES CLAVE	EXPERIENCIA CREATIVA	INTERACCIONES Y RELACIONES	PÚBLICO OBJETIVO
<p>Aliados de talentos o habilidades complementarias.</p>	<p>Actividades para garantizar la experiencia.</p>	<p><b>O CULTURAL</b></p>	<p>Interacciones y relaciones con el público objetivo.</p>	<p>Público objetivo o espectadores.</p>
	<p><b>RECURSOS CLAVE</b></p> <p>Recursos para garantizar la experiencia.</p>		<p><b>CANALES</b></p> <p>Posibles vías o caminos para llegar al público objetivo.</p>	
<p><b>COSTOS Y GASTOS</b></p>			<p><b>INGRESOS</b></p>	
<p>Costos y gastos que tengo.</p>			<p>Ingresos que se generan.</p>	

# Felicitaciones

El trabajo que ha realizado a lo largo de esta experiencia le permitirá tener un emprendimiento mucho más fuerte.  
Ser emprendedor es una aventura llena de desafíos y con un sin fin de emociones.  
Los emprendedores tienen una gran responsabilidad en la generación de innovaciones realmente emocionantes y su impacto en la economía es vital.

Durante los próximos días, quizá con el resto de su equipo, vuelva a revisar cada una de las herramientas incluídas aquí.  
Descubrirá que siempre hay cosas nuevas para agregar a su modelo de negocio.

La EMPRENDETÓN es un instrumento creado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e iNNpulsa Colombia, que busca promover una mentalidad emprendedora y una cultura de la innovación en todas las regiones del país.  
Esta guía práctica de emprendimiento ha sido creada y diseñada por Centro de Innovación ([www.centrodeinnovacion.com](http://www.centrodeinnovacion.com)), la firma de consultoría operadora del programa EMPRENDETÓN, con el apoyo de SeedStars.

Autores:

Guillermo Solano, Nelson Mora, Juliane Butty, Jan Rehák

Diseño y diagramación:

Andrea Ángel, Michael Gómez

Revisión metodológica:

Diana Granda

Copyright creative commons,  
2019



**iNNpuls**  
Colombia



El progreso  
es de todos

Mincomercio



Facebook: @iNNpulsColombia

LinkedIn: @iNNpulsColombia

Twitter: @InnpulsaCol

YouTube: Innpulsa Colombia

Instagram: @innpulsacol