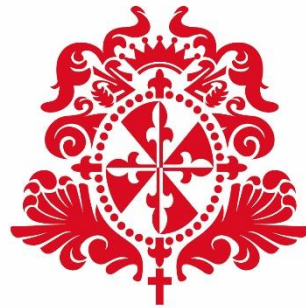


COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



Emprendimiento V.R.I.O

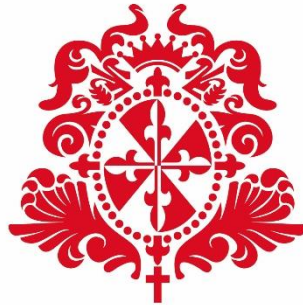
Trabajo De Grado

Juan Camilo Aristizabal López

Bogotá D.C, Colombia

2021

COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



Emprendimiento V.R.I.O

Trabajo De Grado

Juan Camilo Aristizabal López

Tutor: Antonio Mesa

Administración de negocios internacionales

Bogotá D.C, Colombia

2021

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a todas esas personas que apoyaron este proyecto, quienes confiaron y aportaron sus conocimientos para el crecimiento de él. Mis padres y proveedores quienes aportaron y contribuyeron con sus empresas para el funcionamiento exitoso de

V.R.I.O.

Creo siempre que la pasión y el esfuerzo son la mezcla perfecta para que cualquier negocio se haga realidad y crezca de la mejor forma, creo plenamente en mis capacidades para ejecutar cualquier proyecto y creo que todos y cada uno de ustedes pueden crear lo que se propongan.

Contenido

<i>Resumen</i>	7
<i>Abstract</i>	8
1. INTRODUCCIÓN	9
1.1 ¿Por qué hacemos esto?	10
1.2 Tamaño del mercado y potencial de ventas:	10
1.3. Validación del prototipo (producto, video, modelo, página web)	11
2. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	12
2.1. Objetivo general.....	12
2.2. Objetivos específicos	12
3. INTERESES DE V.R.I.O.	12
3.1. Interés del equipo V.R.I.O.	13
3.2. Lienzo de los sueños	13
4. EXPLORACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	14
4.1. Descripción de la problemática identificada.....	14
4.2. Justificación del entorno explorado	17
4.3. Hipótesis general del proyecto.....	18
4.4. Validación de la propuesta.....	19
5. CONSTRUCCIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR	19
5.1.Arquetipo del cliente (Mapa de empatía).....	21
5.2. Mapa de valor	22
5.2.1. Diferencial.....	22
5.2.2. Creación de valor	23
5.2.3. Pruebas de validación de propuesta de valor	23
5.3. Validación de usuario y cliente potencial	23
5.3.1. Ganancias.....	23
5.3.2. Dolores.....	24
6. CONSTRUCCIÓN DE PROTOTIPO	24
6.1. Plan de construcción de la solución.....	25
6.2. Definición del MPV Portafolio de productos, prueba de prototipo	25

6.3. Mock up (Bosquejo)	26
6.3.1. Ficha técnica	27
6.4. Elaboración de pruebas	27
6.5. Estructuración de prototipito.....	28
<i>7.MODELO FINANCIERO 1.0.....</i>	<i>29</i>
7.1 Definición de precio.....	29
7.2 Estrategia de precio.....	32
7.3 Costeo de Producto	33
7.4. Presupuesto y estados financieros para el lanzamiento	33
7.5. KPI Financieros	33
<i>8. MODELO DE NEGOCIO 3D.....</i>	<i>35</i>
8.1. Diseño de Modelo Económico.....	35
8.2. Modelo de diseño Medioambiental.....	37
8.3. Diseño del PESTLE	39
<i>9.BENEFICIOS PARA LA COMUNIDAD</i>	<i>39</i>
<i>10.Bibliografía.....</i>	<i>40</i>

Tabla De Ilustraciones

ILUSTRACIÓN # 1. Resumen ejecutivo de VRIO. _____	9
ILUSTRACIÓN #2. Código Ciiuu VRIO _____	17
ILUSTRACIÓN #3. Competencia VRIO. _____	18
ILUSTRACIÓN #4. Lienzo de valor, arquetipo del cliente y Lienzo propuesta de valor.. ____	20
ILUSTRACIÓN #5. Mock up app VRIO. _____	26
ILUSTRACIÓN #6. Ficha técnica VRIO. _____	27
ILUSTRACIÓN #7. Hipótesis de prototipado. _____	28
ILUSTRACIÓN #8. Estructura de prototipado. _____	28
ILUSTRACIÓN #9. Definición precio cuaderno 1 o 2 materias. _____	30
ILUSTRACIÓN #10. Definición de precio cuaderno 5 materias. _____	30
ILUSTRACIÓN #11. Definición de precio agenda emprende. _____	31
ILUSTRACIÓN #12. Definición de precio agenda ART Basic. _____	31
ILUSTRACIÓN #13. Cadena de valor VRIO. _____	33
ILUSTRACIÓN #14. Modelo económico VRIO. _____	37
ILUSTRACIÓN #15. Diseño modelo medio ambiental. _____	38

Resumen

Dentro de este documento encontraremos los datos importantes desde la creación hasta la organización y mantenimiento que ah tenido nuestro emprendimiento V.R.I.O y como gracias a un exhaustivo análisis y trabajo en equipo hemos logrado encontrar y proporcionar datos únicos y confiables para llegar a un publico objetivo y satisfacerlo de la mejor forma. Creemos que este mundo esta cambiando por eso es importante enfocarnos en el sector tecnológico para lograr imponernos sobre el y estar a tiempo con él, sabemos que es difícil, pero se puede lograr.

Palabras Clave:

Emprendimiento, equipo, matriz DOFA, Prototipado de producto, Segmentación del mercado, Diseño Pestle, Modelo Ambiental, Modelo Financiero, Estudio de Mercado, V.R.I.O., Cuadernos, Camisetas, Agenda emprende, Agenda Art Basic.

Abstract

Within this document we will find the important data from the creation to the organization and maintenance that our VRIO enterprise has had and how, thanks to an exhaustive analysis and teamwork, we have managed to find and provide unique and reliable data to reach a target audience and satisfy it. in the best way.

We believe that this world is changing, that is why it is important to focus on the technology sector to be able to impose ourselves on it and be on time with it, we know that it is difficult, but it can be achieved.

Keywords:

Entrepreneurship, team, DOFA matrix, Product prototype, Market segmentation, Pestle Design, Environmental Model, Financial Model, Market Research, V.R.I.O., Notebooks, T-shirts, Agenda undertakes, Art Basic Agenda.

1. INTRODUCCIÓN

V.R.I.O Es una marca de cuadernos y agendas que, en conjunto con una aplicación, quiere brindarle al cliente una nueva propuesta de valor en donde la experiencia entre el cuaderno, la tecnología y la persona sea nueva y diferente, queremos ser un intermediario de la inspiración y creación de ideas con nuestras agendas y cuadernos enfocadas en el emprendimiento. En la ilustración #1, se evidencia el resumen ejecutivo de la empresa.

ILUSTRACIÓN # 1. Resumen ejecutivo de VRIO.



VRIO

V.R.I.O.

URL:

https://www.instagram.com/vrio_/

Industria:

1709- Fabricación de otros artículos de papel y cartón

1811- actividades de impresión

Equipo Necesario:

Ceo-V.R.I.O.

Linotipia Martinez (proveedor)

Desarrollo web

(proveedor)

Capital inicial:

\$25.000.000 (desarrollo de app)

Fuente: Elaboración propia.

1.1. OBJETIVO DE V.R.I.O.

Queremos crear conciencia en donde las personas entiendan que los cuadernos y las agendas son herramientas importantes para estudiar y anotar ideas. Además, es un mecanismo práctico mediante el cual se plasman ideas de forma sencilla y funcional, obteniendo una mayor experiencia a la hora de registrar cada idea, pensamiento o necesidad.

1.1 ¿Por qué hacemos esto?

La inspiración a la creación de nuestra marca es por dos razones principales en las cuales creemos, la primera es el emprendimiento y la segunda, es el conocimiento.

Es importante que las personas tengan en cuenta y entiendan que los cuadernos y las agendas son herramientas indispensables, las cuales en algunos puntos por su contenido se vuelven invaluable.

1.2 Tamaño del mercado y potencial de ventas:

- **Sector económico**

El tamaño de mercado de nuestro sector supera el billón de pesos en útiles escolares, según FENALCO, cada familia tendrá que destinar para útiles escolares entre \$300.000 a \$700.000 de los cuales el 50% será destinado a cuadernos. (ECONOMÍA Y NEGOCIOS, s.f.)

Hablando del potencial de ventas de nuestros productos, podemos enfocarnos en las universidades privadas, como; Javeriana, Andes y Rosario, allí tenemos más de 30.000 clientes potenciales que necesitan y podrían hacer parte de la familia V.R.I.O. Es importante aclarar que no se tiene un estudio fijo de cuantos estudiantes universitarios compran cuadernos, sin embargo, con respecto a las ventas sabemos que existe una población grande que puede comprar.

- **Mecanismos de distribución de su producto y/o servicio**

V.R.I.O tiene un modelo de negocio digital, en donde venderemos nuestros productos, por medio de diversas redes sociales, como; Instagram, Facebook y WhatsApp, las cuales son canales principales, sin embargo, también funcionaremos mediante la venta por embajadores de marca en las universidades, estos se encargarán de entregar el producto listo para sus clientes.

1.3. Validación del prototipo (producto, video, modelo, página web)

- **V.R.I.O APP**

El enlace nos muestra el prototipo a baja escala de como seria la navegación y funcionamiento de la app: (<https://marvelapp.com/e5ag2f7>, 2020).

En cuanto a los resultados obtenidos podemos determinar que nuestro producto es viable y logra completar las expectativas del cliente, si bien la versión que sacamos al principio es para contemplar y conocer como trabajaria la aplicación con el cliente.

- **Financiero**

Para entender el área y sector financiero, hicimos un análisis de cada uno de los indicadores financieros de la competencia, además de una ponderación para entender el comportamiento del sector.

En cuanto a la definición de precio, basamos los costos de la operación general de la empresa y los incluimos implícitamente en el precio final de cada producto y le agregamos un porcentaje para incluir otros costos indirectos y obtener una rentabilidad de toda la empresa.

2. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS

2.1. Objetivo general

Llevar a cabo la implementación de la APP en nuestros cuadernos con diseños artísticos, generando una nueva experiencia y dándole al cliente la posibilidad de escribir y poder llevarlo a lo tecnológico de la mejor forma posible.

2.2. Objetivos específicos

- Estudiaremos la necesidad del cliente sus ganancias y dolores para saber si realmente es necesario en su vida diaria.
- Crearemos un prototipo en donde el cliente podrá tener una interacción de como seria el uso del cuaderno con la APP.
- Desarrollaremos un modelo de negocio sostenible y que se mantenga en el tiempo para llevar los cuadernos a un segundo nivel.

3. INTERESES DE V.R.I.O.

V.R.I.O es más que marca de cuadernos y agendas, nuestro objetivo es enseñarles a las personas a crear y aplicar en la vida todas las ideas que se nos dan día a día.

Queremos que nuestros clientes, vean nuestra marca como un apoyo para sus notas y sus emprendimientos y que les funcione como una herramienta, mediante la cual puedan lograr conectar sus ideas con el mundo real, escribiendo, escaneando, guardando y enviando las notas a quien quieran enviárselas.

De acuerdo con lo anterior nos enfocamos en que nuestros productos cumplan con las tareas puestas anteriormente y que logren nuestro objetivo. ¿Cómo lo vamos a hacer?

1. **Escribir:** La persona escribirá sus notas en su agenda o cuaderno, guardando o depositando ideas.
3. **Escanear:** Mediante la aplicación queremos que la persona pueda transformar esos escritos físicos y pasarlos a notas digitales.
4. **Guardar:** Es importante que estas notas e ideas queden bien guardadas, por eso cada usuario podrá tener sus notas en el lugar que quieran
5. **Enviar:** Podrán enviarlo a quien deseen no hay limites para que sus ideas y sueños no se hagan realidad (no hay idea mala sino mal contada).

3.1. Interés del equipo V.R.I.O.

Crear una marca de ideas, en donde la gente use nuestros productos como herramientas para la creación de nuevas cosas y que entiendan que los limites se quedan en la mente, porque el papel es el primer paso para romper esos límites.

Nuestra meta es ser reconocidos en Bogotá como una marca que quiere enseñar el uso del cuaderno en complemento con la APP enfocándonos en que lo físico es demasiado importante pero lo tecnológico logra que eso sea global.

3.2. Lienzo de los sueños

En este lienzo logramos compactar nuestros primeros pasos a romper esos paradigmas de crear algo, definimos 6 estrategias que debemos tener en cuenta para lograr el objetivo. Para eso vamos a hablar un poco de lo que queremos con V.R.I.O.

Sueños: Queremos que V.R.I.O sea esa marca que se reconozca por su enfoque y su apoyo a la creación de ideas y la obtención de datos de la forma más práctica.

Nos soñamos con crecer en grande y ser un vehículo de crecimiento y apoyo para emprendedores.

Inspiración: Ser de verdad útil en el entorno, generar inspiración y conciencia.

Recursos: Que nuestros clientes y nuestros proveedores sean parte de la familia para el crecimiento de marca.

Talentos: El amor, la pasión y la empatía son factores clave que queremos tener ya que buscamos entender al cliente para potenciar sus talentos y al mismo tiempo los nuestros.

Enemigos que vencer: El dinero no es el límite, ni mucho menos problemas sociales o mundiales como el COVID-19.

Tareas: Para nosotros todo es importante por eso queremos hacer y generar un trabajo consciente en donde el beneficiario este totalmente complacido con nuestro producto.

4. EXPLORACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

V.R.I.O es una marca que nos ha dado mucho de que pensar y de la forma como debemos interactuar con el cliente logrando identificar, diversos factores por los cuales la transformación digital son una ayuda para la creación de un producto diferente.

4.1. Descripción de la problemática identificada.

Problema: Decadencia en el uso del cuaderno como una herramienta para escribir.

Algunos nos dirán que es un problema subjetivo y otros que no tiene nada que ver, sin embargo, después de ver a nuestros clientes (amigos), hemos visto que a veces los cuadernos los dejan a un lado para las notas y usan otras herramientas que no son eficaces a la hora de guardar apuntes y que se mantengan en el tiempo.

De acuerdo con nuestro problema, queremos enfocarnos en dos factores los cuales creemos importantes y son los que nos mueven a crear esto, entendiendo que las personas dejan a un lado el uso del cuaderno o agendas para tener otro tipo de escrituras y se les olvida que las ideas y notas están mejor cuidadas, se entienden mejor y se recuerdan cuando se escriben a mano en un cuaderno. Las dos razones son las siguientes:

Emprendimiento: Según el análisis y recolección de datos de Confecámaras (Entidad que reúne 57 cámaras de comercio a nivel nacional), nos dice que hasta octubre de 2019 se crearon 259.026 unidades productivas, 4,2% más que en el mismo periodo de 2018, cuando se registraron 248.516, según el Informe de Dinámica de Creación de Empresas elaborado por Confecámaras con base en la información del Registro Único Empresarial y Social – RUES, de las 57 Cámaras de Comercio del país. (En 2019 aumentó 10, s.f.)

En el panorama principal es un valor bastante bueno sin contar las anteriores, sin embargo, la pregunta que nos hacemos es ¿Cuántos de esos emprendimientos, siguen en pie, cuantos funcionan y cuantos están estructurados?

Realmente Para ser emprendedor hay que pasar varios niveles que son difíciles de entender y de apoyar si no tienes una serie de conocimientos o una estructura básica para tu negocio, estos son las barreras o niveles que vemos:

1. **Inversión:** Actualmente en la inversión para un negocio viable y estructurado puede aumentar si no se tiene estudiado el cómo llegar al objetivo, sabemos que contamos con muchas impulsadoras de emprendimiento, pero para llegar a ellas tienes que pasar por unos filtros nada fáciles.
2. **Legalidad:** En temas legales, la constitución de una empresa, el tipo de creación y como se va a enfocar también es un sesgo importante que hay que tener en cuenta.
3. **Conocer al cliente:** Realmente no entendemos cual es la necesidad del cliente ni como hallarla
4. **Conocimientos:** Los cuadernos y agendas son una parte importante en nuestras vidas, en donde muchas personas creen que ya están listos para sustituirse, pero lo que no saben es que hoy es el momento cuando más tenemos que usarlos para luego encontrar y crear nuevas propuestas. Estos son algunos de los beneficios de escribir a mano:
5. **Activa el cerebro:** Activa más regiones de nuestro cerebro que cuando tecleamos en el ordenador o pulsamos la pantalla de tu móvil. Se estimulan nuestra área visual (vemos lo que hay en el papel), nuestras habilidades motoras (movemos el lápiz sobre el papel para escribir) y nuestras habilidades cognitivas (recordar las formas de cada letra requiere un tipo de respuesta diferente del cerebro).
6. **Mejora la ortografía:** Al escribir a mano es más fácil cometer errores y percatarse de ellos, cometiendo errores es como mejor se aprende. Al repetir esta práctica de escritura y anotar ideas, logras entender el significado de cada palabra y también como se escribe. “la practica hace al maestro” y repetir al repetir la practica logras tener más éxito. (4 beneficios de escribir a mano, s.f.)

7. **Ayuda a ejercitar la memoria:** Al escribir algo a mano estás empleando un esfuerzo y una dedicación prácticamente exclusiva a esa tarea, por lo que es más sencillo memorizarlo lo que estás escribiendo.
8. **Sirve para expresar emociones:** En ocasiones escribir nuestros problemas pueden servir como una forma de desahogarnos.
9. **Fomenta la organización de ideas:** Si te sientas a escribir un texto, antes de plasmarlo sobre el papel necesitas estructurarlo bien (por aquello de evitar los tachones o utilizar t pex). Releerlo puede ayudarte también a ser crítico contigo mismo. (OKDIARIO Coge lápiz y papel:  Escribir a mano es bueno para tu cerebro!, s.f.)

Mas que un problema queremos demostrar que el cuaderno es una herramienta que todavía es funcional y que se puede tener una nueva experiencia única con este producto.

4.2. Justificación del entorno explorado

Nuestro producto, pertenece a dos sectores económicos que se desarrollan de forma diferente, pero ambos se complementan para dar como producto terminado los “Cuadernos y Agendas” para eso definimos los dos sectores que son:

ILUSTRACIÓN #2. Código Ciiuu VRIO.

Sección >>				
Seleccionar	Código CIIU	SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	1709		Fabricación de otros artículos de papel y cartón	Ver Nota
Seleccionar	1811		Actividades de impresión	Ver Nota

Fuente: Ciiuu Rosario.

Estos dos sectores se enfocan en la creación e impresión de artículos de papel generando cuadernos, que son nuestro producto.

Además, nos enfocamos en estudiar las empresas competidoras que se dedican a lo mismo o similar, para entender la proyección y el funcionamiento del sector por medio de estas empresas.

ILUSTRACIÓN #3. Competencia VRIO.

Compañías similares							
« Back to default company set Consolidados preferentemente ▾ Millones ▾ COP ▾ + Añadir datos financieros y ratios + Añadir empresas							
Compañía	Total Ingreso Operativo	Tendencia De Los Ingresos Operacionales (%)	Margen Neto (%)	Ganancia (Pérdida) Neta	Activos Totales	Total de patrimonio	Es Fi
Colombiana Kimberly Colpapel S.A.	✘ 893,209	-7.98	5.45	46,995	1,409,606	1,165,712	
Familia del Pacífico S.A.S.	606,851	0.71	21.44	129,686	433,640	317,758	
Tecnosur S.A.S.	426,531	14.70	11.15	47,376	421,930	321,982	
Papeles Nacionales S.A.	419,186	0.48	-0.52	-2,055	497,144	204,935	
Carvajal Educacion S.A.S.	235,664	27.23	0.96	2,235	373,340	50,333	
Drypers Andina S.A.	224,657	1.64	-6.46	-14,729	188,427	81,930	
Panamericana Formas E Impresos S.A.	144,268	-13.89	4.05	5,837	286,892	231,346	
Papeles Primavera S.A.	79,664	9.85	6.58	5,245	79,242	24,356	
Scribe Colombia S.A.S.	71,942	10.28	5.36	3,702	117,764	65,872	

Fuente: Emis Rosario.

En la tabla anterior observamos los productores de cuadernos y nuestros competidores mas directos en la creación de artículos de impresión, seleccionamos estas empresas por que se enfocan en lo mismo y nos gusta saber cómo se encuentran ellas dentro de la economía del país.

Es importante analizar estas empresas para determinar y hacer una proyección organizada de lo que pueda pasar con nuestro producto y el sector.

4.3. Hipótesis general del proyecto

Entender si la funcionalidad que tendrá la APP con el cuaderno y la agenda, para que la experiencia del usuario sea mucho más completa en el sentido que escribirás a mano y podrás enviarlo digital, logrando tener un cuaderno tecnológico y digital a la mano a un precio muy bajo.

4.4. Validación de la propuesta

Después de desarrollar la idea, decidimos hacer entrevistas semi estructuradas a estudiantes de diferentes carreras con enfoques totalmente diferentes, preguntando por el uso del cuaderno y su importancia en la carrera que cursan. Estas entrevistas las hicimos a 20 estudiantes de diferentes carreras en donde definimos la importancia del cuaderno en su día a día.

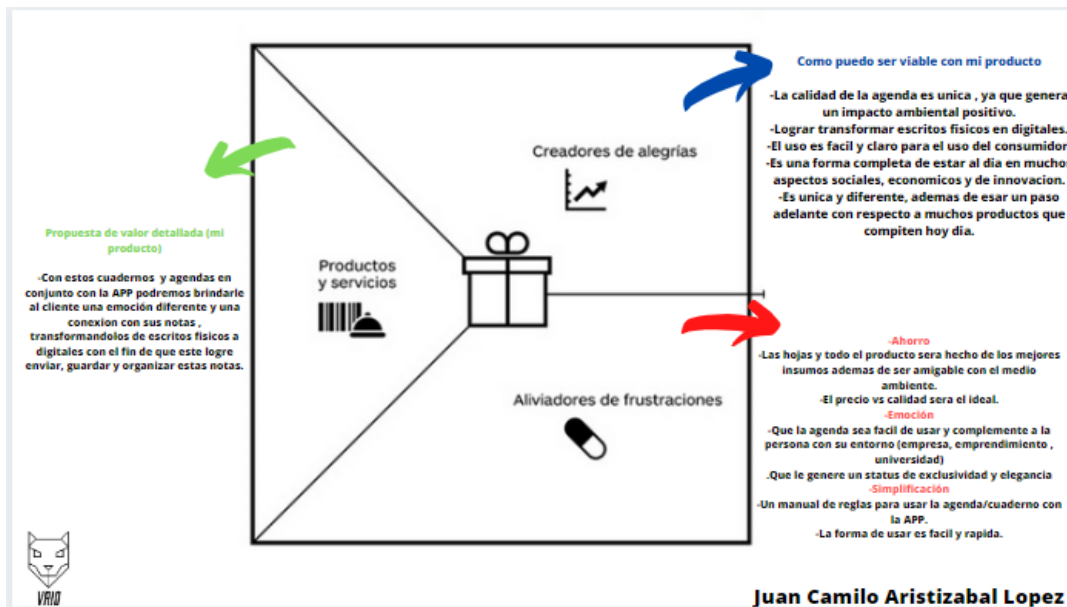
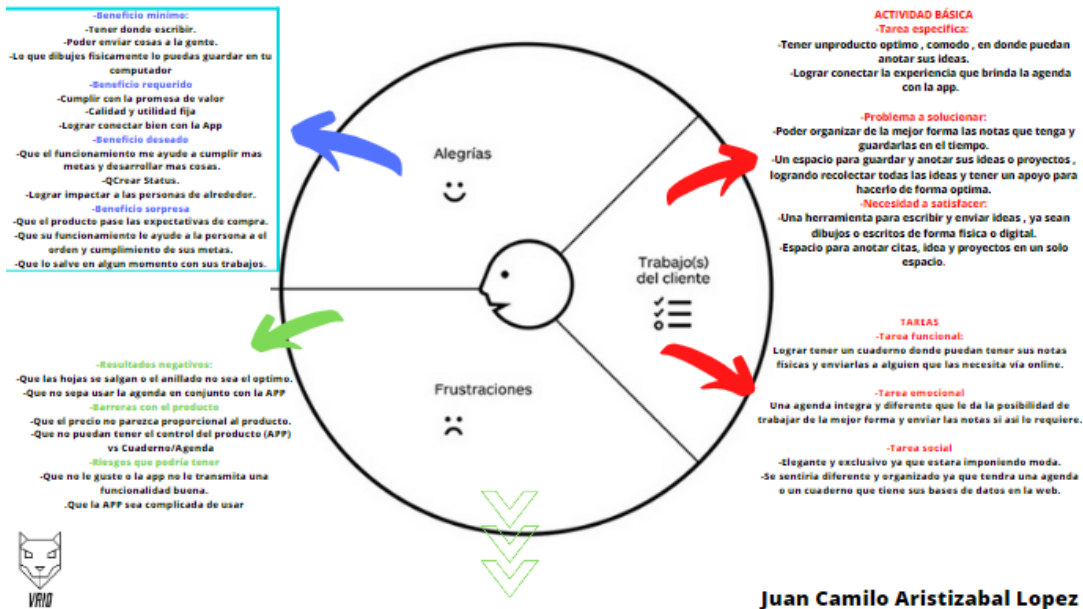
Los resultados en su mayoría fueron positivos, sin embargo, se encontraron hallazgos que ayudaron a que el estudio arrojara nuevas respuestas. (aristizabal v. b., s.f.)

En este video dejamos la respuesta principal que esperábamos; ¿Por qué es importante un cuaderno?

5. CONSTRUCCIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR

Para definir y construir la propuesta de valor, creamos el LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR, definiendo nuestras tareas como marca y el arquetipo del cliente, logrando entender nuevas ideas y diferentes opiniones que nuestro cliente busca y quiere con respecto a nuestro producto. Es importante usar este tipo de herramientas para guiar y definir las razones por las cuales un cliente adquiere nuestro producto.

ILUSTRACIÓN #4. Lienzo de valor, arquetipo del cliente y Lienzo propuesta de valor..



Fuente: Elaboración propia.

5.1.Arquetipo del cliente (Mapa de empatía)

En el mapa de empatía encontramos características y pensamientos del cliente frente a nuestros productos, las razones que puede tener al comprar y los impulsos que tienen para no comprar también. Entre esos resultados encontramos conclusiones como:

- El cliente cree en nuestro producto como una herramienta optima que favorecerá su disposición y sus notas para poder guardarlas y enviarlas de una forma diferente.
- Tienen beneficios que pueden variar y superar las expectativas:
 1. **Beneficios mínimos:** las personas tienen donde escribir.
 2. **Beneficio requerido:** Calidad y usabilidad mucho mas ampliada y una experiencia mayor.
 3. **Beneficio deseado:** El cliente esperara con nuestros cuadernos un producto único que funcionara de forma ideal para guardar y enviar notas.
 4. **Beneficio sorpresa:** El producto podrá superar las expectativas si tanto la calidad de sus productos como la eficiencia logran ayudarles a completar metas y tener cada vez objetivos mayores.
 - Tendremos resultados de varias formas que podrían afectar el funcionamiento de nuestra empresa, sin embargo, son formas de aprender; limitantes como la calidad del cuaderno o problemas de conexión de la APP.
 - Existirán barreras que limitaran la compra y el funcionamiento de nuestros productos, así como que el precio pueda afectar la compra ya que pensarán que no es proporcional al beneficio que conlleva y también el control que tienen entre el cuaderno con la APP.

- Existen riesgos que mejoraremos o desarrollaremos para evitarlos con el tiempo, generando mejoras continuas en nuestra marca.

5.2. Mapa de valor

Dentro del mapa de valor, constituimos una estrategia que lograra proveer y solucionar los problemas y expectativas creadas en el mapa de empatía. Es importante desarrollar este mapa para conocer un poco más las razones y las formas de impactar y de crear estrategias que puedan aportarle de forma positiva a V.R.I.O.

5.2.1. Diferencial

Hemos encontrado una serie de diferenciadores claros en nuestro modelo de negocio que pueden favorecer y actuar de forma positiva en la percepción y sensación del cliente con respecto a nosotros.

- Los cuadernos y agendas son productos únicos que tendrán diseños de artistas generando una atracción totalmente diferente a la competencia. Tendremos apoyo de artistas colombianos quienes tendrán la posibilidad de promocionar sus obras y su arte por medio de nuestros cuadernos.
- La APP V.R.I.O. lograra ayudar al cliente para guardar notas enviarlas a cualquier persona, logrando optimizar el uso del cuaderno y agenda.
- El servicio prestado es totalmente personalizado en donde buscamos que desde el principio nuestro cliente se sienta adaptado y cómodo para que la negociación sea la más adecuada para ambas partes (desde la compra hasta la entrega y la postventa están cubiertas para que el servicio sea lo más completo y satisfactorio posible).

5.2.2. Creación de valor

Se creará valor mediante la venta de nuestros productos y la suscripción de la APP. Los cuadernos y agendas serán nuestro producto tangible que lograra suplir la necesidad de tomar notas, guardar información y ayudar en la creación de nuevos emprendimientos.

La APP V.R.I.O. será un producto intangible que generará valor mediante una suscripción semestral que será pagada implícitamente por medio del valor del cuaderno.

5.2.3. Pruebas de validación de propuesta de valor

Hicimos validación, preguntándole a nuestros compañeros universitarios y creamos encuestas, con el fin de validar el objetivo de la marca, además de tener asesorías en el centro de emprendimiento que complementan la propuesta de valor.

5.3. Validación de usuario y cliente potencial

El usuario serán estudiantes universitarios entre los 20 y 26 años ubicados en la ciudad de Bogotá que estén buscando cuaderno en donde puedan anotar información de las materias. Por otra parte, tendremos emprendedores que busquen una agenda que pueda complementar conocimientos y ayudarlo a anotar ideas que puedan un día convertirse en un proyecto o negocio estable.

5.3.1. Ganancias

- La calidad de la agenda es única, ya que genera un impacto ambiental positivo.
- Lograr transformar escritos físicos en digitales.
- El uso es fácil y claro para el uso del consumidor.
- Es una forma completa de estar al día en muchos aspectos sociales, económicos y de innovación.

- Es única y diferente, además de estar un paso adelante con respecto a muchos productos que compiten hoy día.

5.3.2. Dolores

- Que las hojas se salgan o el anillado no sea el óptimo.
- Que no sepa usar la agenda en conjunto con la APP.
- Barreras con el producto.
- Que el precio no parezca proporcional al producto.
- Que no puedan tener el control del producto (APP) vs Cuaderno/Agenda.
- Riesgos que podría tener.
- Que no le guste o la APP no le transmita una funcionalidad buena.
- Que la APP sea complicada de usar

6. CONSTRUCCIÓN DE PROTOTIPO

En cuanto al prototipo crearemos una aplicación por medio de Marvel APP que aprobará y podrá ser un primer acercamiento al funcionamiento de la APP V.R.I.O., haremos una validación probando la aplicación con 20 personas quienes aprobaran o no la función que complementa la aplicación con nuestros cuadernos.

Además de eso haremos un “Mock up” (Bosquejo) presentando el cómo y donde funcionaria la aplicación para que futuros clientes e inversionistas puedan conocer el plus que puede ser la aplicación con nuestros cuadernos.

6.1. Plan de construcción de la solución

Crearemos un primer acercamiento con desarrolladores web, elaborando un producto mínimo viable con el fin de conocer la experiencia y aplicación de nuestra plataforma. Posteriormente haremos pruebas que corroboren o desapruében el funcionamiento y el gusto por esta, para crear una versión 1.0 de la APP.

6.2. Definición del MPV Portafolio de productos, prueba de prototipo

Mediante la aplicación Marvel APP haremos un prototipo viable en donde puedan hacerse las pruebas. Esta plataforma nos permitirá crear un panel principal en donde las personas puedan tener una primera impresión de la aplicación además tendremos una posibilidad de escanear y guardar estas notas para que las personas que estén probando nuestro prototipo y puedan conocer de primera mano el funcionamiento, además de como nuestra aplicación pueda facilitar y complementar al cuaderno para que las tareas que se hagan sean completas.

6.3. Mock up (Bosquejo)

ILUSTRACIÓN #5. Mock up app VRIO.

EXPERIENCIA DE COMO SERA EL INTERFAZ DE USO DE VRIO APP



Fuente: Elaboración propia.

6.3.1. Ficha técnica

ILUSTRACIÓN #6. Ficha técnica VRIO.

APP V.R.I.O

<p>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</p> <p>Aplicación móvil que funcionará para Apple y Android , con el fin de complementar el cuaderno:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Appi de escaneo. -Appi de traducción. - perfil personal -Base de datos para guardar la información de las notas. 	<p>DESCRIPCIÓN</p> <p>Una Aplicación móvil que funcionara complementando a los cuadernos para escanear, guardar y enviar notas.</p>
	<p>ATRIBUTOS</p> <p>Una aplicación sencilla y de facil uso ademas de tener una gran lista de opciones para que el cliente pueda completar cualquier acción que necesite con sus notas</p>

Fuente: Elaboración propia.


6.4. Elaboración de pruebas

Elaboraremos pruebas piloto para conocer el funcionamiento adecuado y el comportamiento de las personas con la aplicación este estudio se hará de la siguiente manera y tendrá el siguiente objetivo.

ILUSTRACIÓN #7. Hipótesis de prototipado.

Agregar encabezado

Herramienta
Hipotesis para prototipado



Proyecto de Emprendimiento	V.R.I.O		
Equipo Emprendedor	Juan Camilo Aristizabal	Emprendedor 2	Emprendedor 3
	Rol 1	Rol 2	Rol 3
Nombre de la Prueba	VALIDACION DE USO DE LA APLICACION		Tiempo
Lider de la prueba	Juan Camilo Aristizabal	2 semanas	Jornada
			Diaria SEMANAL

Fuente: Elaboración propia.

6.5. Estructuración de prototipito

ILUSTRACIÓN #8. Estructura de prototipado.

Hipotesis para prototipado					
El prototipo sera una aplicacion de baja fidelidad , estructural hecha en una plataformas llamada , marvel app involucrando la herramienta de digitalizacion de notas para hacer un primer uso de la aplicacion.					
Hallazgos positivos	La aplicacion puede tener involucrado varias opciones extra para el uso adecuade y completo dentro ella				Hallazgos positivos
Métrica de la prueba			Obsevaciones		
tener la herramienta de digitalizacion	cuantas hojas se podran guardar en la plataforma por persona	Resultado	tiempo de respuesta de la APP	Resultado	integrar la AI-1 (herramienta de digitalizacion) tiene una alta complejidad en el la fusion dentro de la app , sin embargo con ayuda de desarrolladores profesionales podriamos tener un acercamiento mayor
tiempo de aprendizaje del cliente (minutos)	Navegabilidad en el prototipo	Resultado	Inter conexión de la app	Resultado	Es importante comprender la navegabilidad dentro de la app , para tener algo bien hecho con usos simplificados y faciles de entender para el cliente.
					Se tiene que conseguir una alianza o un contrato con nubes para guardar una alta capacidad de documentos dentro de ella , sin que el tiempo de respuesta se vea afectado

Objetivo del Prototipado				Skecth de su prototipo	
sde el cuaderno y agenda hasta la transformacion de informacion fisica a digital por medi					
Tipo de prototipado					
Funcional - Vertical	Estetico - Horizontal	Usabilidad Diagonal	Estrategia - Conceptual		
Nivel de prototipado					
Papel		Baja Fidelidad		Alta Fidelidad	
Materialización de prototipado					
Método	mockup / modelo				
Medio	Invision-Marvel (aplicaciones para crear el prototipo de la app)				

Agregar encabezado

Herramienta
Estructuración del prototipo del Negocio



Proyecto de Emprendimiento	V.R.I.O.		
Equipo Emprendedor	Juan Camilo Aristziabal Rol 1	Emprendedor 2 Rol 2	Emprendedor 3 Rol 3

Fuente: Elaboración propia.

7.MODELO FINANCIERO 1.0

Dentro de nuestro modelo financiero hicimos un análisis completo y acorde a lo que necesitamos haciendo una planeación a un año y una definición de precios acorde a lo que queremos sin perder nuestro objetivo de tener un producto con una calidad increíble a un precio justo.

7.1 Definición de precio

En las tablas a continuación definimos un precio unitario por cada producto que consta del costo de producción del producto más el diseño pagado al artista e incluimos el costo promedio de la suscripción semestral por el uso del producto, se agrega un adicional que es la utilidad en donde se incluye la nómina de los embajadores de marca.

ILUSTRACIÓN #9. Definición precio cuaderno 1 o 2 materias.

	PRODUCTO	CUADERNO 1/ 2 MATERIAS			
	DESCRIPCIÓN	Cuaderno de 1 o 2 materias pasta dura con argollado metálico, diseño en colaboración con artistas en edición Colombia, Aplicación complementaria del cuaderno			
		CUADERNO	DISEÑO	APP	TOTAL
% Utilidad	COSTO	\$8.570	\$ 5.000	\$15.000	\$ 28.570
40%	UTILIDAD	\$3.428	\$ 2.000	\$6.000	\$ 11.428
			PRECIO DE VENTA		\$ 39.998

Fuente: Elaboración propia.

ILUSTRACIÓN #10. Definición de precio cuaderno 5 materias.

	PRODUCTO	CUADERNO 5 MATERIAS			
	DESCRIPCIÓN	Cuaderno de 5 materias pasta dura con argollado metálico, diseño en colaboración con artistas en edición Colombia, Aplicación complementaria del cuaderno			
		CUADERNO	DISEÑO	APP	TOTAL

% Utilidad	COSTO	\$12.140	\$5.000	\$15.000	\$ 32.140
40%	UTILIDAD	\$4.856	\$2.000	\$6.000	\$ 12.856
			PRECIO DE VENTA		\$ 44.996

Fuente: Elaboración propia.

ILUSTRACIÓN #11. Definición de precio agenda emprende.

	PRODUCTO	AGENDA EMPRENDE			
	DESCRIPCIÓN	Agenda de emprendimiento con secciones especiales para aplicación de ideas y proyectos en hojas especiales, complemento especial premium de la aplicación			
		CUADERNO	DISEÑO	APP	TOTAL
% Utilidad	COSTO	\$15.700	\$5.000	\$15.000	\$ 35.700
40%	UTILIDAD	\$6.280	\$2.000	\$6.000	\$ 14.280
			PRECIO DE VENTA		\$ 49.980

Fuente: Elaboración propia.

ILUSTRACIÓN #12. Definición de precio agenda ART Basic.

	PRODUCTO	AGENDA BASIC ART			
	DESCRIPCIÓN				

		Agenda básica para artistas y diseñadores, con hojas en blanco y con hojas rayadas para el uso especial de artistas, complemento de la app para escanear y volver sus dibujos en digitales			
		CUADERNO	DISEÑO	APP	TOTAL
%	COSTO	\$8.570	\$5.000		\$28.570
Utilidad				\$15.000	
40%	UTILIDAD	\$3.428	\$2.000	\$6.000	\$11.428
			PRECIO DE VENTA		\$39.998

Fuente: Elaboración propia.

7.2 Estrategia de precio

En cuanto la estrategia de precio buscamos que nuestros productos siempre cumplan con ciertos pilares que cumplan la filosofía de trabajo que tenemos.

- Relación Calidad vs Precio: Todos nuestros productos tendrán una calidad significativa en donde el cliente podrá tener un producto de larga duración y mucho uso a un precio totalmente justo.
- No tiene costos extra, ya que todo estará implícito en el valor, así que tendrá un servicio completo por el uso y necesidad de nuestra marca.

7.3 Costeo de Producto

Gracias a nuestro modelo de negocio y negociaciones pactadas con proveedores buscamos tercerizar nuestra producción y funcionar el pago mediante crédito, quiere decir que pagaremos tiempo después de entregar nuestros productos.

ILUSTRACIÓN #13. Cadena de valor VRIO.

CREACIÓN DE PRODUCTO	ENTREGA DE PRODUCTO	VENTA Y DISTRIBUCIÓN	PAGO DE PRODUCTO
El proveedor hace el producto.	Nos entrega el stock para ser vendido y distribuido	Hacemos labores de venta y branding para que el stock sea entregado al cliente	Pagaremos la totalidad del stock vendido al proveedor

Fuente: Elaboración propia.

7.4. Presupuesto y estados financieros para el lanzamiento

Para el inicio de la operación con la aplicación, necesitaremos una inversión inicial y un presupuesto que sea óptimo para que podamos entregar al cliente un producto adecuado y al mismo tiempo podamos tener beneficios de ello.

Tendremos un presupuesto inicial que estará distribuido de la siguiente manera:

7.5. KPI Financieros

Para entender el entorno en que vamos a competir es bueno saber cómo se comporta, si mejora o no. Por eso decidimos analizar 4 empresas colombianas que trabajan y venden nuestro producto similar.

En general encontramos que el sector tiene decadencia, pero sigue siendo rentable, teniendo en su mayoría resultados o ponderaciones positivas para trabajar dentro del sector.

INDICADORES DE ANALISIS

PRUEBA ACIDA	1,477014727
APALANCAMIENTO	3,256185304
CICLO OPERATIVO	71,27108875
MARGEN NETO	3,405%

PRUEBA ACIDA: Tenemos una prueba acida del sector positiva ya que es mayor a uno (1) y nos demuestra que tienen más ingresos para pagar sus cuentas corrientes y les sobra algo para tener utilidades financieras que puedan ser invertidas dentro de la empresa.

APALANCAMIENTO: Hay algo que en estas empresas no va tan bien y son las deudas financieras que tienen, sin embargo, pueden tenerse esas deudas si están invirtiendo en la compañía o en temas dentro. Es un valor tanto positivo como positivo como negativo dependiendo del funcionamiento.

CICLO OPERATIVO: El ciclo operativo tiene una duración de 71 días para que toda la utilidad y la venta se haga efectiva.

MARGEN NETO: Si bien el margen neto es bastante bajo y podría dar de que hablar del negocio sin embargo es positivo y sus otros indicadores son positivos.

8. MODELO DE NEGOCIO 3D

El modelo de negocio de V.R.I.O. busca ser sostenible tanto financieramente como ambientalmente ya que queremos lograr trabajar por que la marca crezca y porque el impacto que tenemos sea el mejor socialmente hablando.

Vamos a definir los modelos canvas que nos muestran los agentes, la cadena de producción y los impactos positivos y negativos que tienen nuestros productos en el área económica y ambiental.

Modelo económico: En este modelo tenemos que trabajar definiendo nuestra propuesta de valor y como funcionaremos para ser viables y aceptables.

Modelo Medioambiental: En este modelo definiremos los impactos positivos y negativos que tienen nuestros productos y cómo podemos trabajar para solucionarlos.

8.1. Diseño de Modelo Económico

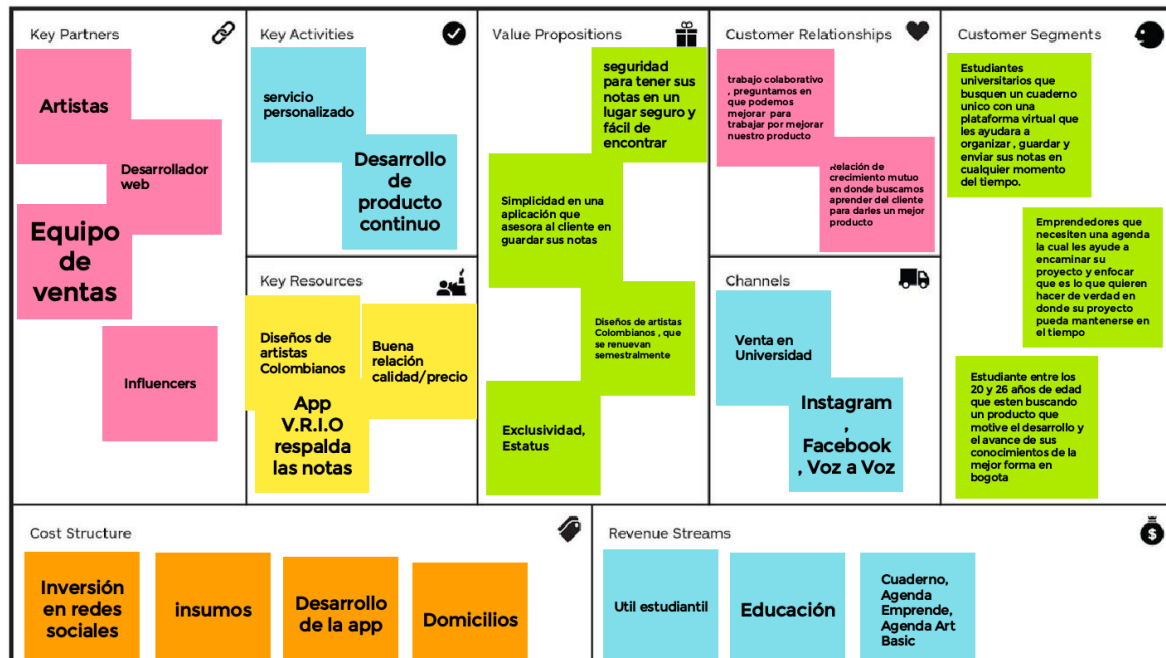
En este modelo económico definimos quienes aportan a nuestra operación y cómo podemos funcionar de la mejor forma, a continuación, mostraremos el diseño y como esperamos sea funcional y aplicado a la vida real.

Este modelo nos funciona para definir los aspectos a tener en cuenta para que la operación fuera optima y exitosa por eso vamos a exponer ciertas características y conclusiones de ellos y como nos ayudan al modelo total:

- **Key Partners (Aliados Clave):** Es importante determinar quiénes van a ser nuestros principales aliados para conocer la forma en la que debemos trabajar para que todo funcione de la mejor forma;
- ❖ **Artistas:** El diseño de las portadas serán hechos por artistas quienes le aportarán valor e inclusión a la marca.

- ❖ **Desarrollador Web:** Para que funcione nuestra empresa es importante tener un proveedor fijo que cree y mantenga en perfecto estado la APP.
- ❖ **Equipo de Ventas:** Es importante tener un equipo que nos ayude a potenciar y a vender en redes sociales, muchas veces se cree que uno puede sin embargo el mundo digital es completamente diferente
 - **Cost Structure:** En nuestra estructura de costo encontramos varios pagos adicionales que tenemos que hacer y que gracias a los diferentes Bootcamps pudimos definir, entre esos están; la inversión en redes sociales para aumentar la pagina y motivar a la compra por estas redes, insumos; existen ciertos insumos como el empaque que adicionamos a la estructura ya que la entrega es importante que se vea protegido el producto y la sorpresa ayuda a la expectativa.
 - **Canales:** Los canales son parte importante por lo que una buena asociación y conexión con ellos nos ayudaran a aumentar y mejorar las ventas, por eso es bueno enfocarnos en ciertos lugares donde se aglomera la mayor cantidad de personas; Las universidades privadas, en donde, vemos la mayor cantidad de clientes son plazas que pueden ser de alto impacto para la marca. Vemos como gracias a este modelo económico hemos desarrollado una estructura en donde conocemos los actores y las formas en las que debemos trabajar para que toda la operación sea la mejor posible.

ILUSTRACIÓN #14. Modelo económico VRIO.



Fuente: Elaboración propia.

8.2. Modelo de diseño Medioambiental

En el modelo medio ambiental evidenciamos que nuestra marca tiene aspectos bastantes positivos, sin embargo, tenemos cosas que trabajar y gracias a ello hemos definido que aspectos y que tareas tenemos para seguir ayudando al medio ambiente.

Puntualmente el modelo ambiental nos abrió los ojos y nos dimos cuenta de que tenemos que trabajar bastante bien y de forma sostenible para que día a día mejoremos nuestro producto, entre ellos entendimos y nos centramos muchísimo en ciertos aspectos que tenemos falencias:

- ❖ **Beneficios ambientales:** En cuanto a este factor entendemos si bien nuestros productos tienen muchos beneficios ambientales, pues tenemos que seguir trabajando para que nuestros productos sean mas y mas positivos para el impacto ambiental.

❖ **Materiales:** Manejamos ciertos materiales que son reciclables y que colaboran con el medio ambiente, sin embargo, nos propusimos como objetivo sacar un producto de escritura 100% ambiental que colabore y comprometa a la gente con el buen uso de los cuadernos y de conciencia ambiental.

Tenemos un modelo ambiental positivo en donde los problemas generados en su mayoría son por las maquinas debido a que nuestros insumos son reciclables y otros más inclusive producen vida entre ellos están los insertos hechos con papel plantable que generara plantas en cuanto sean plantadas.

ILUSTRACIÓN #15. Diseño modelo medio ambiental.



Fuente: Elaboración propia.

8.3. Diseño del PESTLE

El diseño PESTLE nos muestra las oportunidades y barreras que nos presentan los agentes externos que aportan a nuestra operación, son cosas o factores por los cuales tenemos que trabajar y contar si queremos seguir funcionando de la manera más apropiada.

En este análisis logramos entender que factores podrían afectar a nuestra operación, y como tenemos que estar preparados para enfrentarlos, es bueno hacer siempre un análisis PESTLE para definir los factores externos que podrían influir en nuestra operación.

9. BENEFICIOS PARA LA COMUNIDAD

Tenemos varios beneficios en los cuales son totalmente sociales que podrán aportar y contribuir a un final feliz para todos.

MEDIO AMBIENTAL: En su mayoría la producción de nuestros cuadernos y agendas son muy amigables con el medio ambiente. Los materiales que están incluidos son eco amigables:

- El contenido son hojas reciclables para cuadernos.
- El contenido de las agendas son storm Paper hojas hechas por minerales con resistencia, pero naturales.
- Insertos de papel plantable que después de su uso podrán ser plantados y posteriormente nacerá un árbol.

V.R.I.O tiene un objetivo para el después de la vida de sus cuadernos y es el siguiente:

- Se recogerán los cuadernos que tengan hojas sin ser usadas con el fin de construir un nuevo cuaderno para dárselo a niños que lo necesiten, es un nuevo proceso en donde los niños de diferentes fundaciones podrán beneficiarse de esos cuadernos.

10. Bibliografía

Aristizabal Lopez <https://marvelapp.com/e5ag2f7>. (04 de 2020).

<https://marvelapp.com/e5ag2f7>. Obtenido de marvelapp:

<https://marvelapp.com/e5ag2f7>

Base de Datos Universidad del Rosario Emis, [https://www-emis-](https://www-emis-com.ez.urosario.edu.co/php/companies/index/competitors?pc=CO&cmpy=1184173)

[com.ez.urosario.edu.co/php/companies/index/competitors?pc=CO&cmpy=1184173](https://www-emis-com.ez.urosario.edu.co/php/companies/index/competitors?pc=CO&cmpy=1184173). (s.f.). [https://www-emis-](https://www-emis-com.ez.urosario.edu.co/php/companies/index/competitors?pc=CO&cmpy=1184173)

[com.ez.urosario.edu.co/php/companies/index/competitors?pc=CO&cmpy=1184173](https://www-emis-com.ez.urosario.edu.co/php/companies/index/competitors?pc=CO&cmpy=1184173). Obtenido de [https://www-emis-](https://www-emis-com.ez.urosario.edu.co/php/companies/index/competitors?pc=CO&cmpy=1184173)

[com.ez.urosario.edu.co/php/companies/index/competitors?pc=CO&cmpy=1184173](https://www-emis-com.ez.urosario.edu.co/php/companies/index/competitors?pc=CO&cmpy=1184173)

El Tiempo, ECONOMÍA Y NEGOCIOS. (s.f.).

[https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/cuanto-](https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/cuanto-gastara-una-familia-en-utiles-escolares-este-ano-452782)

[gastara-una-familia-en-utiles-escolares-este-ano-452782](https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/cuanto-gastara-una-familia-en-utiles-escolares-este-ano-452782). Obtenido de

<https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/cuanto-gastara-una-familia-en-utiles-escolares-este-ano-452782>

Gonzalez Bell, [https://www.larepublica.co/empresas/durante-el-2019-se-crearon-](https://www.larepublica.co/empresas/durante-el-2019-se-crearon-309463-empresas-en-colombia-21-mas-que-en-2018-2954539)

[309463-empresas-en-colombia-21-mas-que-en-2018-2954539](https://www.larepublica.co/empresas/durante-el-2019-se-crearon-309463-empresas-en-colombia-21-mas-que-en-2018-2954539). Obtenido

de [https://www.larepublica.co/empresas/durante-el-2019-se-crearon-](https://www.larepublica.co/empresas/durante-el-2019-se-crearon-309463-empresas-en-colombia-21-mas-que-en-2018-2954539)

[309463-empresas-en-colombia-21-mas-que-en-2018-2954539](https://www.larepublica.co/empresas/durante-el-2019-se-crearon-309463-empresas-en-colombia-21-mas-que-en-2018-2954539)

Restrepo Espinoza, OKDIARIO Coge lápiz y papel: ¡Escribir a mano es bueno

para tu cerebro! (s.f.). [https://okdiario.com/curiosidades/escribir-mano-](https://okdiario.com/curiosidades/escribir-mano-beneficios-1711546)

[beneficios-1711546](https://okdiario.com/curiosidades/escribir-mano-beneficios-1711546). Obtenido de

<https://okdiario.com/curiosidades/escribir-mano-beneficios-1711546>