

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



FreeWomen.

Trabajo de Grado.

Nathalia Andrea García Rincón.

Bogotá D.C

2020.

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



FreeWomen.

Trabajo de Grado.

Nathalia Andrea García Rincón.

Centro de Emprendimiento UR Emprende

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2020.

Tabla de Contenido

1.	Resumen Ejecutivo	8
1.1.	Sector y Actividad de Emprendimiento	9
2.	Objetivo General y Específicos	9
3.	Alineación de Intereses Propios con Proyecto de Emprendimiento	10
4.	Exploración e Identificación de la Idea del Negocio	10
4.1.	Descripción de la Problemática Identificada	10
4.2.	Justificación del Entorno Explorado	11
4.3.	Mapeo de Actores	12
4.4.	Hipótesis General del Proyecto.....	13
4.5.	Validación del Problema	14
4.5.1	Datos económicos que sustenten la problemática (micro y macro).....	14
4.5.2	Análisis etnográfico	15
4.6.	Enlace del Video	16
5.	Construcción de la Propuesta de Valor	16
5.1.	Arquetipo del Cliente (Mapa de Empatía)	16
5.1.1.	Validación de usuario y cliente potencial.	17
5.2.	Mapa de Valor	18
5.2.3.	Validación propuesta de valor.	19
5.3.	Enlace del Video	20

6.	Construcción del Prototipo	20
6.1.	Conceptualización y Definición del Prototipo	20
6.2.	Plan para la Construcción de la Solución	21
6.3.	Definición del MPV, Portafolio de Productos y/o Servicios.....	22
6.4.	Elaboración Pruebas de Concepto	23
6.5.	Aprendizaje Pruebas de Concepto	25
6.6.	Iteración de Prototipo.....	26
6.7.	Estructuración de Producto Mínimo Viable. (MPV)	27
7.	Modelo Financiero 1.0	27
7.1.	Definición de Precio	28
7.2.	Estrategia de Precio.....	29
7.3.	Costeo del Producto- Servicio para Serie Mínima.....	29
7.4.	Presupuesto y Estados Financieros para el Lanzamiento	30
7.5.	KPI Financieros I	32
7.6.	Fuentes de Seed Capital	33
8.	Modelo de Negocio 3D	33
8.1.	Diseño de Modelo Económico.....	34
8.2.	Diseño de Modelo Social	36
8.3.	Diseño de Modelo Ambiental	36
8.4.	Cruce de Modelo.....	37

8.5.	Propiedad intelectual.....	38
9.	Beneficios para la Comunidad	38
10.	Referencias.....	39

Índice de tablas

Tabla 1. Diseño de perfil valor del negocio	13
Tabla 2. Estructuración del prototipo	20
Tabla 3. Construcción soluciones prototipado	21
Tabla 4. Diseño de propuestas de valor del sistema.....	22
Tabla 5. Precios portafolio de servicios	28
Tabla 6. Información general servicios	29
Tabla 7. Costos mínimos de los servicios	30
Tabla 8. Estimación de ingresos primer año	31
Tabla 9. KPI Financieros.....	32

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Diseño de perfil cliente	17
Ilustración 2. Early Adopters	17
Ilustración 3. Ganancias y dolores	18
Ilustración 4. Lienzo de la propuesta de valor	19
Ilustración 5. Concepto prototipo	20
Ilustración 6. Plan elaboración de prototipo	24
Ilustración 7. Pautas publicitarias Instagram	26
Ilustración 8. Mínimo Producto Viable	27
Ilustración 9. Lienzo Modelo Económico	35
Ilustración 10. Lienzo Modelo Ambiental	37

Resumen

FreeWomen esta enfocada al empoderamiento de la mujer colombiana por medio de la educación, por lo cual está desarrollando espacios de aprendizaje asequibles con el fin de potenciar el perfil profesional de las mujeres y así reducir la perdida de oportunidades en el mercado laboral. Por medio de la formación en habilidades blandas, a través de cursos virtuales, y la creación de una red de apoyo, que brinde acompañamiento en la transición a la independencia económica, se busca combatir: (i) la brecha salarial por género en Colombia, (ii) la diferencia de las tasas de participación laboral y (iii) las limitaciones culturales a la mujer, impuestas por estructuras de poder patriarcales.

Palabras Clave: Independencia económica, mujeres colombianas, empoderamiento femenino, mercado laboral, igualdad de género.

Abstract

The main objective of FreeWomen (FW) is to empower all women in Colombia through education, for this reason FW is creating affordable learning spaces in order to enhance women's professional profile and, this way helping to reduce the loss of opportunities in the labor market. FreeWomen wants to fight the Gender Pay Gap in Colombia, the differences in the labor force participation rate, between women and men, and finally, the limitations imposed for patriarchy structures of power. According to this, FW will offer virtual courses in soft skills, and it will create a robust network to support women who are aiming their economic independence.

Keywords: Economic independence, Colombian women, feminine empowerment, labor market, gender equality.

1. Resumen Ejecutivo

FreeWomen esta enfocada al empoderamiento de la mujer colombiana por medio de la educación, por lo cual está desarrollando espacios de aprendizaje asequibles con el fin de potenciar el perfil profesional de las mujeres y así reducir la perdida de oportunidades en el mercado laboral. Por medio de la formación en habilidades blandas, a través de cursos virtuales, y la creación de una red de apoyo, que brinde acompañamiento en la transición a la independencia económica, se busca combatir: (i) la brecha salarial por género en Colombia que corresponde al 30% (El Tiempo, 2019), (ii) la diferencia de las tasas de participación laboral que esta cerca del 25% (Santos, 2019) y (iii) las limitaciones culturales a la mujer, impuestas por estructuras de poder patriarcales. Por otro lado, el publico objetivo son mujeres colombianas entre los 18-27 años sin experiencia laboral en búsqueda de trabajo, en donde se evidencia gran potencial ya que, en Colombia el 50,1% de la población son mujeres y el 12,48% se encuentra entre los 20 y 34 años (DANE, 2019). A su vez, se validó el interés por hacer parte de FreeWomen de acuerdo con la audiencia de la cuenta de Instagram, pues a partir de la fecha de lanzamiento, presenciamos un crecimiento de más del 100% en un plazo de dos semanas. Por otra parte, la validación del prototipo consolido una base de datos de 112 clientes potenciales y se concluyó que se tendrán dos modalidades de servicio, Premium & Free, definiendo el precio del servicio con base al valor para el cliente y el valor agregado de la marca. A su vez, se identificó que los costos de mayor impacto son las pautas publicitarias. Por último, se encuentra la necesidad de realizar campañas *Crowdfunding* para financiar la operación.

1.1. Sector y Actividad de Emprendimiento

Código CIIU: 8559 otros tipos de educación n.c.p. La Cámara de Comercio de Bogotá (2020) afirma:

Esta clase comprende las actividades de enseñanza e instrucción especializada, generalmente para adultos (...) La enseñanza puede impartirse en diversos entornos: en instituciones educativas, en el lugar de trabajo o a domicilio, así como por correspondencia, por radio, por televisión, por internet, en aulas o por otros medios. Esta enseñanza no conduce a la obtención de un título de educación secundaria, de licenciatura ni de universidad.

2. Objetivo General y Específicos

FreeWomen tiene como objetivo general el empoderamiento e igualdad de género por medio de la educación en las habilidades blandas y técnicas más demandadas por el mercado laboral, al ofrecer cursos en: inteligencia emocional, liderazgo, marca personal, coaching, análisis de datos (BI, Excel). Los objetivos específicos del proyecto son: (i) combatir las diferencias salariales entre mujeres y hombres a través de la formación en cursos de desarrollo personal y profesional, (ii) crear una red de contacto y apoyo para las mujeres que se encuentran en transición a la independencia económica y (iii) construir un ecosistema de personas

profesionales que ofrezcan orientación y acompañamiento a las mujeres, en aras de potenciar su perfil profesional y disminuir la pérdida de oportunidades en el mercado laboral.

3. Alineación de Intereses Propios con Proyecto de Emprendimiento

Mi motivación para realizar este emprendimiento es lograr empoderar a las mujeres y promover la igualdad de género en el ambiente profesional ya que es una situación que me ha impactado tanto a mí, como a todas las mujeres que empiezan su vida laboral y aspiran la independencia económica. Por ello, quiero llegar a ser un agente de cambio que pueda conseguir una verdadera transformación social para combatir la brecha salarial entre mujeres y hombres por medio de la educación. De igual forma, aspiro crear una comunidad robusta con ideales feministas y bajo el sentido de sororidad contribuir a un futuro más justo para todas y conseguir reivindicar el papel de la mujer en la sociedad colombiana.

4. Exploración e Identificación de la Idea del Negocio

4.1. Descripción de la Problemática Identificada

El problema identificado abarca las diferencias salariales entre mujeres y hombres, y la falta de capacitación en las habilidades mas demandadas por el mercado laboral. Según un estudio del DANE, las mujeres destinan más del doble del tiempo que los hombres al trabajo doméstico no remunerado aun cuando están activas en el mercado laboral, dicha diferencia se evidencia más con la discrepancia en la remuneración entre hombres y mujeres. En el país persiste una brecha salarial por género del 30% y se estima que solo hasta 2073 se podría alcanzar un equilibrio en los pagos hacia hombres y mujeres (El Tiempo, 2019). De igual forma, es evidente que en el país perdura una estructura de poder liderada por el patriarcado, lo cual ha generado sistemas de opresión a las mujeres, lo cual se ha normalizado con el pasar de los años, en consecuencia, se siguen vulnerando los derechos de la mujer y la tasa de impunidad en los casos de violencia contra la mujer superan el 80% (Semana, 2018). De acuerdo con lo anterior, considero que el desarrollo económico, social y político del país debe ir alineado al cambio de mentalidad, las costumbres y las ideologías encontradas en la sociedad colombiana pues, en pleno siglo XXI aún perduran las prácticas machistas en diferentes espacios laborales, sociales y culturales. Por otra parte, es importante destacar la labor de la mujer, especialmente en el mundo de los negocios, resaltando que las mujeres tienen tanto la capacidad de crear vida como de transformarla. Teniendo en cuenta lo anterior, apostar por el empoderamiento de este grupo social es apostar por un futuro próspero, ya que, “la entrada de la mujer al trabajo puede aumentar en un 7%, en promedio, el PIB de la región” (Dinero, 2017).

4.2. Justificación del Entorno Explorado

Con base en los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU, reducción de desigualdades e igualdad de género, considero que el empoderamiento femenino por medio de la educación es el punto de partida para el desarrollo sostenible de esta sociedad, pues “ha sido demostrado una y otra vez que empoderar a las mujeres y niñas tiene un efecto multiplicador y ayuda a promover el crecimiento económico y el desarrollo a nivel mundial” (Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo, 2020). Actualmente, se encuentran vacíos en la formación de aquellas que buscan la independencia económica y éxito laboral, ya sea liderando sus propios negocios, escalando en la compañía que se encuentran o encontrando un trabajo que les brinde satisfacción personal. El proyecto busca ofrecer dichas herramientas para mitigar los intentos fallidos a la hora de buscar empleo, emprender o alcanzar una posición mayor en la compañía que se encuentren laborando. Al analizar las habilidades mas demandadas por el mercado y su respectiva alineación con el desarrollo personal y profesional de cada mujer, los temas de mayor relevancia se encuentran clasificados en dos categorías: habilidades blandas y habilidades técnicas. De igual forma, pienso que es necesario la creación de sentido de comunidad, crear alianzas, brindarse apoyo mutuo y deseo de crecer a la par, ya que “una de las principales barreras para las mujeres de Colombia y América Latina sigue siendo la falta de confianza en sí mismas pues se limitan al no creer en sus capacidades y perder su autoestima” (Dinero, 2017).

4.3. Mapeo de Actores

En la Tabla 1 encontramos los principales actores de la competencia de FreeWomen lo cual nos permite identificar las oportunidades que tenemos en el mercado en veras de mejorar aspectos valiosos para el consumidor, tales como cobertura, asequibilidad y variedad en el portafolio de productos, así como atributos importantes con los que debe contar la oferta del servicio para obtener una ventaja competitiva en el sector.

Tabla 1

Diseño de perfil valor del negocio

	Competidor			Negocio			Oferta		
	Directo	Indirecto	Sustituto	Cobertura	Asequible	Portafolio	Aprendizaje blended	Desarrollo profesional	Certificaciones
Womenalia			X	2	3	3	1	3	2
Woman Talent		X		2	2	2	1	3	2
Adalab		X		1	1	2	2	3	3
Fundación Mujeres por Colombia	X			2	2	2	1	2	2
Wom-en	X			2	2	2	1	3	1
Mi negocio				1	2	2	3	3	2

Actores clave de la competencia para FreeWomen, identificando con color naranja las oportunidades de valor del negocio. La calificación mas alta es (3) y la calificación mas baja es (1).

Fuente: Trabajo propio del autor.

4.4. Hipótesis General del Proyecto

Existe la necesidad y el deber de empoderar a la mujer colombiana. Cambiar dichas ideologías o pensamientos que encasillan su rol en la sociedad y demostrar que sus capacidades y habilidades son indispensables para el crecimiento y desarrollo de un país que, desafortunadamente, aun no valora lo suficiente su participación como mujer, en el mundo empresarial, así como su papel de ciudadana en la sociedad. Debido a lo anterior, se amerita un cambio de ideología en donde sea erradicada la desigualdad de oportunidades e inequidad de género y prevalezca el respeto y la aceptación. Por ello, FreeWomen busca ofrecer cursos que aporten a la formación de habilidades blandas y la inclusión de la educación STEM con cursos que aporten al aprendizaje de habilidades tecnológicas. Dichos cursos estarán compuestos inicialmente solo de actividades virtuales con inclusión a espacios de asesoramiento personalizado, introduciendo la educación *blended*, el cual es una mezcla entre la enseñanza tradicional y la enseñanza a distancia con el fin de obtener el mejor resultado posible (Pereira, 2019). A su vez, se busca crear una red de apoyo, en donde se funde un *networking* de negocios de, por y para las mujeres.

4.5. Validación del Problema

4.5.1 Datos económicos que sustenten la problemática (micro y macro) Actualmente persiste la desigualdad de género y aún es muy baja la participación de las mujeres en el mundo de los negocios. Las mujeres hemos sido criadas con estereotipos, se han violado nuestros

derechos fundamentales y se han fundado barreras individuales que han hecho que se pierda la autoconfianza, de ahí la relevancia de empoderar y reivindicar el rol de la mujer en la sociedad (Tecnósfera, 2017). Por otra parte, se ha evidenciado que al potenciar directamente a las mujeres e incorporar una perspectiva de género en todos los trabajos, podemos construir un futuro mas equitativo y sostenible, por ello es necesario alentar a más mujeres para que se conviertan en líderes en todas las regiones y ayuden a fortalecer las políticas y las leyes orientadas a lograr una mayor igualdad entre los géneros. (Sustainable Development Goals Fund, 2020).

4.5.2 Análisis etnográfico El público objetivo de FreeWomen, son las mujeres jóvenes adultas entre los 18 y 27 años, de estratos 2, 3 y 4, principalmente ubicadas en la ciudad de Bogotá, que están empezando su introducción al mundo laboral. Sin embargo, al ser una idea expuesta en redes sociales, con participación virtual, se contempla escalar el publico objetivo a todas las mujeres del país que quieran potenciar su perfil, en veras de encontrar empleo. Se evidencia un mercado con gran potencial ya que, el 50,1% del total de la población en Colombia son mujeres y el 12,48% se encuentra entre los 20-34 años (DANE, 2019). Por medio de entrevistas logramos identificar las necesidades y motivaciones del publico objetivo, por lo cual podemos segmentar el mercado en gran medida por clasificación psicográfica ya que, FreeWomen ha sido pensando por y para las mujeres con ideales feministas que creen que la mujer es multifacética y puede tener éxito y realización tanto en su vida profesional como en sus relaciones interpersonales.

4.6. Enlace del Video

<https://youtu.be/2uofl91ksJY>

5. Construcción de la Propuesta de Valor

5.1. Arquetipo del Cliente (Mapa de Empatía)

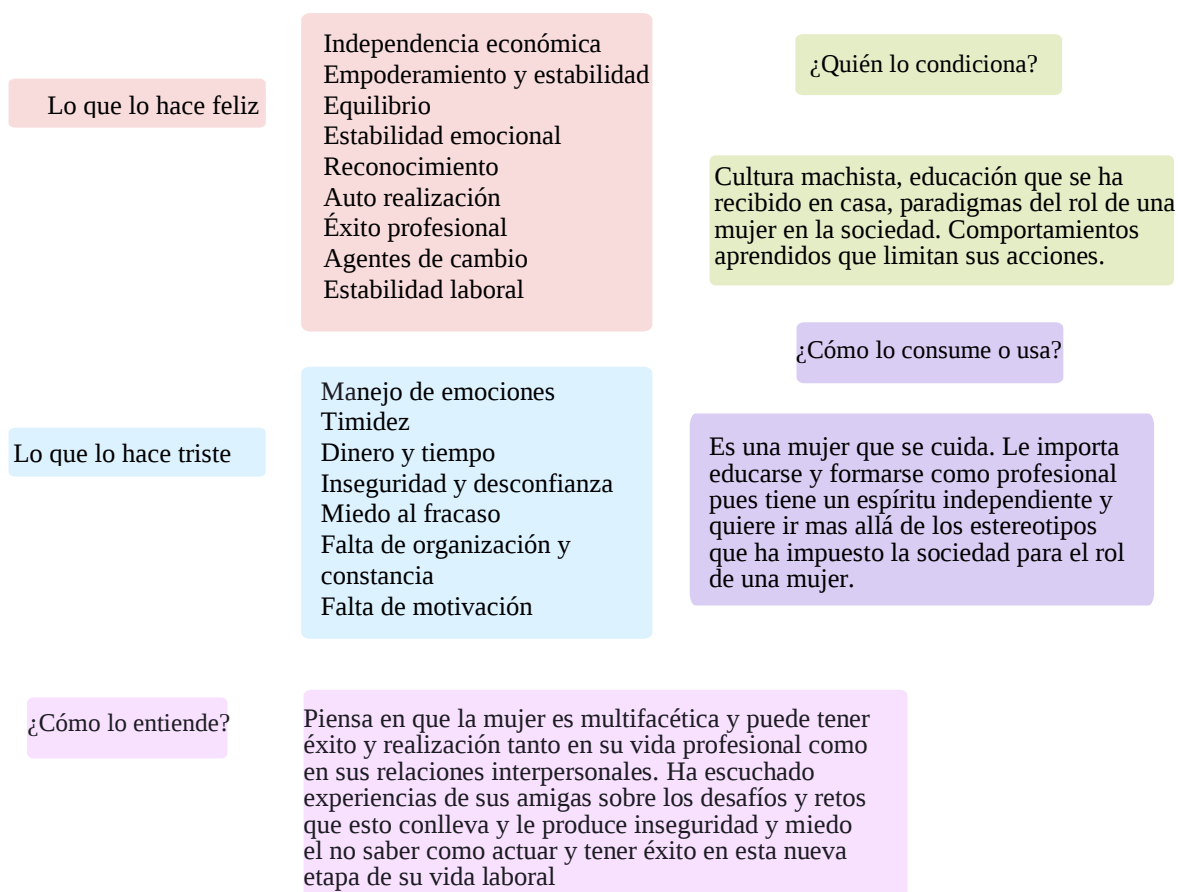


Ilustración 1. Diseño de perfil cliente: La imagen evidencia las características del cliente, tales como sus preferencias, comportamiento de compra, limitaciones y pensamientos respecto al servicio, lo cual permite un mayor entendimiento del cliente.

Fuente: Trabajo propio del autor.

5.1.1. Validación de usuario y cliente potencial.

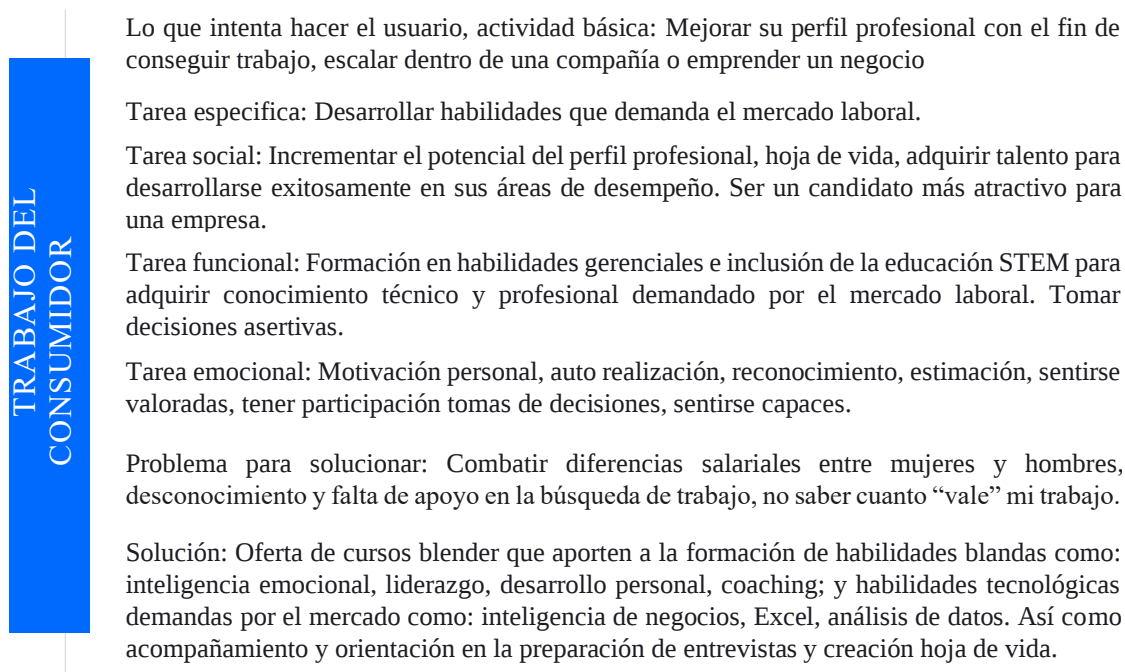


Ilustración 2. Early Adopters: La figura describe la conducta y características de los clientes potenciales, incluyendo sus necesidades y aspiraciones.

Autor: Trabajo propio del autor.

5.1.1.1. *ganancias y dolores.*

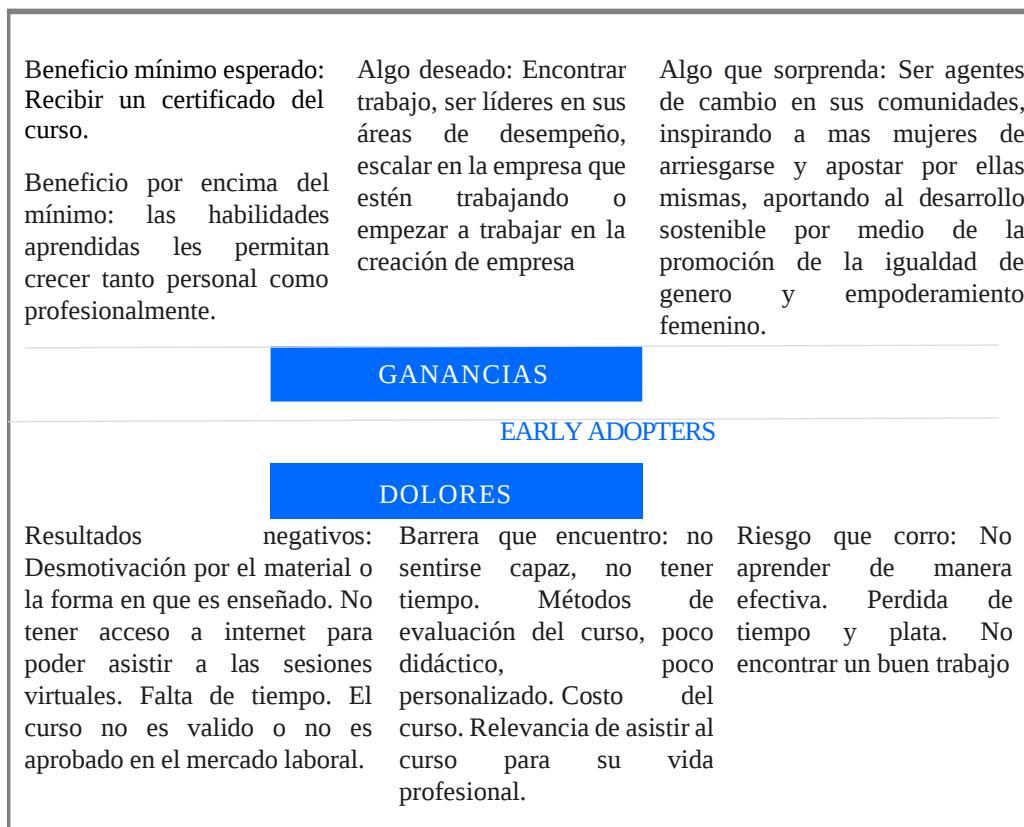


Ilustración 3. Ganancias y dolores: La figura muestra los beneficios y barreras identificadas para los early adopters con respecto al servicio.

Fuente: Trabajo propio del autor

5.2. Mapa de Valor

La propuesta de valor de FreeWomen es brindar espacios de asesoramiento y aprendizaje asequible para las mujeres que empiezan su vida laboral, ayudándolas a desarrollar su marca personal y potenciar su perfil profesional por medio de la formación en habilidades técnicas y blandas. Así como, la construcción de una red de apoyo que aporte acompañamiento y

orientación en la transición hacia la independencia económica. En la ilustración 4 se encuentran el diferencial, pertinencia a la solución, calmantes y vitaminas, lo cual se complementa con la información del segmento de mercado encontrado en las ilustraciones 2 & 3.



Ilustración 4. Lienzo de la propuesta de valor: La imagen evidenciar los diferenciales, pertinencia a la solución y creadores de valor de FreeWomen, por medio de las categorías creadores de alegría, aliviadores de frustraciones y productos y servicios.

Fuente: Trabajo propio del autor

5.2.3. Validación propuesta de valor. Se llevaron a cabo conversaciones informales como motivo de entrevista para dar a conocer la propuesta FreeWomen y validar tanto el interés como la acogida del publico objetivo, de este ejercicio pudimos validar sus motivaciones y

necesidades presentes en la ilustración 2 y 3, así como su perspectiva frente a nuestra propuesta de valor presente en la ilustración 4.

5.3. Enlace del Video

<https://youtu.be/6bO0lF8R02c>

6. Construcción del Prototipo

6.1. Conceptualización y Definición del Prototipo

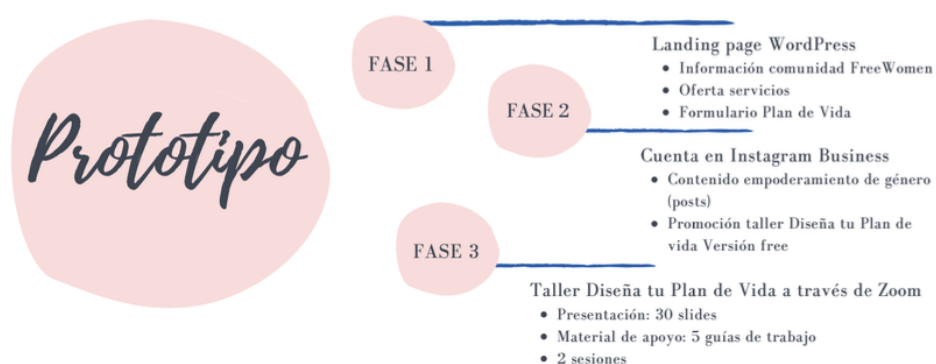


Ilustración 5. Concepto prototipo: La imagen evidencia las diferentes fases que contiene el prototipo.

Fuente: Trabajo propio del autor

Tabla 2

Estructuración del prototipo

Objetivo del Prototipado
Evaluar el interés por ser parte de la comunidad FreeWomen y asistir a talleres con temas en marca personal, finanzas personales y preparación al mundo laboral (hoja de vida + entrevistas). De igual forma, se medirá la

disposición por pagar por este tipo de talleres y determinar el precio que pagarían. Por ultimo, validar la edad de las mujeres interesadas en los servicios ofrecidos por FreeWomen.

Tipo de prototipado	Estrategia - Conceptual	Usabilidad Diagonal
Nivel de prototipado		Alta fidelidad
	Materialización de prototipado	
Método	Mockup back end-front end	
Medio	Construcción de una <i>landing</i> page para dar a conocer la marca, así como la creación de una cuenta en Instagram para empezar a crear comunidad FreeWomen y promocionar los talleres. De igual forma se construirá el taller "Diseña tu plan de vida" versión free, requiriendo la creación de una presentación para la sesión (30 slides) y material de apoyo para enviar a las participantes (5 guías)	

Estructura del prototipo, objetivo, tipo de prototipo y estrategias empleados para la materialización de este.

Fuente: Trabajo propio del autor.

6.2. Plan para la Construcción de la Solución

Tabla 3

Construcción soluciones prototipado

Solución		Viabilidad		
Alternativas	Descripción	Baja	Media	Alta
1	Curso para mujeres jóvenes desempleadas		X	
2	Curso para mujeres jóvenes con ideas de negocio			
3	Curso para mujeres jóvenes con ideas de negocio		X	
4	Cursos en formación de habilidades técnicas	X		

		siendo las habilidades mas demandadas actualmente por el mercado laboral.	
5	Manejo inteligente del dinero	Curso en finanzas personales en donde aprenderán a crear un presupuesto, identificar oportunidades de inversión y cambiar el paradigma sobre el dinero para generar abundancia.	X
6	Cursos desarrollo personal	Curso de coaching e inteligencia emocional	X
7	Cursos derechos de la mujer	Cursos que fortalezcan la importancia del empoderamiento de genero para el mundo laboral.	X
8	Espacios de networking para mujeres	Charlas que permitan desarrollar una red de mujeres profesionales, lideres y emprendedoras, construir una comunidad de apoyo.	X
9	Diseño Plan de Vida	Taller dirigido a todas las mujeres interesadas en potenciar su perfil profesional a través de consejos para entrevistas y hoja de vida, herramientas manejo de finanzas personales y enseñanza marca personal.	X

Servicios que podría ofrecer FreeWomen en veras de identificar la mas viable y definir el MPV. Resaltando la opción (9) como la alternativa elegida para construir el MPV considerando su alta viabilidad de aplicación.

Fuente: Trabajo propio del autor.

6.3.Definición del MPV, Portafolio de Productos y/o Servicios

Tabla 4

Diseño de propuestas de valor del sistema

Modelo de Negocio
Red de apoyo colombiana feminista, enfocada en mujeres que no tienen experiencia laboral y están en búsqueda de trabajo, con el fin de brindarles las herramientas necesarias para prepararse al mundo laboral y disminuir la perdida de oportunidades en el mercado.
Propuesta de valor

Brindar espacios de asesoramiento y aprendizaje asequible para las mujeres que empiezan su vida laboral, ayudándolas a desarrollar su marca personal y potenciar su perfil profesional por medio de la formación en habilidades técnicas y blandas. Así como, la construcción de una red de apoyo que aporte acompañamiento y orientación en la transición hacia la independencia económica.

Producto	Servicio	Sistema
Diseña tu Plan de Vida	Taller versión free, con temáticas generales de marca personal, finanzas personales y preparación hoja de vida + Entrevistas.	Sesión virtual de dos horas a través de Zoom. Material de entrega: cinco guías de trabajo para las participantes para evaluar los aprendizajes de la sesión
Marca Personal	Curso versión Premium, posterior a la asistencia del taller "diseña tu plan de vida" para profundizar en el tema de marca personal y preparación al mundo laboral.	Curso de dos días con duración de dos horas y media para cada sesión a través de Zoom. Certificado de asistencia y entrega de guías de trabajo.
Charlas de networking por mujeres líderes con experiencia en el mundo laboral	Espacios de conocerse y dar a conocer como es el ambiente laboral para las mujeres actualmente, los retos y desafíos que esto conlleva	A través de Instagram se programarán <i>Lives</i> con líderes mujeres con el fin de conversar en vivo temas feminismo, liderazgo y emprendimiento.

Información del portafolio de servicios de FreeWomen, posicionando en primer lugar el MPV, cuyo producto será validado en las pruebas de concepto.

Fuente: Trabajo propio del autor.

6.4. Elaboración Pruebas de Concepto

Como hipótesis del prototipado decimos que las mujeres están interesadas en asistir a cursos que les brinden formación en habilidades blandas y técnicas (marca personal, finanzas personales y herramientas mundo laboral) para potenciar su perfil profesional. Así mismo, las participantes están dispuestas a pagar por estos cursos y les interesa ser parte de futuras actividades/talleres/eventos de FreeWomen y empezar a formar parte de su comunidad. En la ilustración 6 se encuentra el flujo de actividades que se realizaron para llevar a cabo ambas

sesiones y poder validar el prototipo, en dos momentos, la primera sesión el sábado 30 de mayo a las 10:00 AM a través de zoom, con promoción en la cuenta de Instagram a partir del martes 27 de junio, en esta primera sesión se cerró el formulario de inscripción cinco horas después de la publicación al completar un cupo de 30 personas registradas. La segunda sesión el sábado 6 de junio a las 10:00 AM de nuevo a través de zoom, en este caso se hizo la publicación en redes el martes 2 de junio y no se cerró el formulario hasta el viernes 5 de junio para que muchas más tuvieran la oportunidad de participar y asistir al taller, ya que varias personas expresaron su interés al ver que los cupos de la primera sesión se llenaron en tan poco tiempo.



Ilustración 6. Plan elaboración de prototipo: La imagen evidencia como será el flujo de actividades para que se lleve a cabo la fase 3 del prototipo mediante 2 sesiones del taller Diseña tu Plan de Vida

Fuente: Trabajo propio del autor

En el siguiente enlace se encuentran las grabaciones de ambas sesiones a través de Zoom:

https://drive.google.com/drive/folders/1WVOC5tNsLENNRipOQ9sSWns9WICLzx_b?usp=sharing

6.5. Aprendizaje Pruebas de Concepto

Al realizar las dos pruebas del prototipo, con una duración total de 2 horas y 15 minutos en promedio para cada sesión del taller Diseña tu Plan de Vida, obtuvimos un total de 112 suscritas con participación promedio del 16%. Se evidencio motivación por participar en los talleres y formar parte de la comunidad FreeWomen, en donde el 91% en promedio dijo que recomendarían el taller, con una calificación promedio del taller de 4.86 en una escala del 1-5 y el 100% expreso su interés por FreeWomen. Lo anterior indica la importancia y necesidad del mercado objetivo por adquirir este tipo de servicios y construir una comunidad que les brinde apoyo y formación en habilidades cruciales para posicionar su perfil profesional, especialmente cuando apenas están empezando su camino en el mundo laboral y no poseen experiencia. A su vez, el 87% en promedio de las participantes estarían dispuestas a pagar por este tipo de talleres y el 70% en promedio señalo que pagarían entre un rango de \$20.000-\$30.000. Por otro parte, tuvimos un alcance nacional, con participantes en 16 departamentos de Colombia en donde el 78% en promedio se encuentra entre los 18-27 años y el 61% se encuentra trabajando y/o estudiando. Lo cual nos da mayor claridad en el segmento del mercado para enfocar las pautas

publicitarias a este grupo. En el siguiente enlace se encuentra la información detallada de ambas sesiones, en cuanto a retroalimentación y datos demográficos:

<https://drive.google.com/drive/folders/1zkBycn9W9IVg2gfSOJOa9hqJNAp4IsiW?usp=sharing>



Ilustración 7. Pautas publicitarias Instagram: publicaciones en la cuenta de Instagram Business invitando a las seguidoras a inscribirse al taller Diseña tu Plan de Vida

Fuente: Trabajo propio del autor

6.6. Iteración de Prototipo

De acuerdo con los resultados obtenidos en ambas sesiones de prueba del taller Diseña tu Plan de Vida versión free, se encuentra la necesidad de realizar nuevamente pruebas del prototipo, con modificaciones en la hora de las sesiones y contenido, para que el porcentaje de participación aumente y seguir validando la intensidad de compra del mercado objetivo, ya que si bien el número de suscritas de la sesión 1 a la sesión 2 se incrementó en más del 100%, la

participación promedio fue únicamente del 16%. Con base en esto, se espera tener una asistencia mínima del 20% para futuros talleres, los cuales tendrán una temática específica, siguiendo la recomendación que nos dieron las participantes de ambas sesiones.

6.7. Estructuración de Producto Mínimo Viable. (MPV)

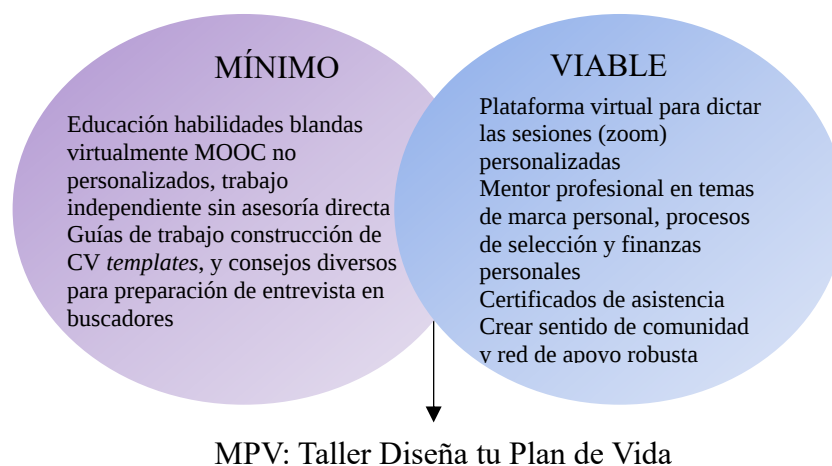


Ilustración 8. Mínimo Producto Viable: se evidencian las características mínimas y recursos necesarios para construir el MPV de FreeWomen

Fuente: Trabajo propio del autor

En el siguiente enlace se encontrará todo el material construido para el taller Diseña tu Plan de Vida, incluyendo guías de trabajo y presentación:

https://drive.google.com/drive/folders/1O_67P5xshvcILJe9utEidLvdS3P8H4kU?usp=sharing

7. Modelo Financiero 1.0

7.1. Definición de Precio

Se estableció el precio de acuerdo con la validación del prototipo, además se tomo en cuenta el valor agregado de la compañía. Sin embargo, en un primer momento los talleres ofrecidos por FreeWomen serán gratuitos para consolidar la red de clientes y validar completamente la disposición de compra. La tabla 11 evidencia los precios de todos los servicios que FreeWomen espera ofrecer siendo los principales aquellos que se encuentran en la tabla 4.

Tabla 5

Precios portafolio de servicios

Curso	Valor curso/ taller
	\$35,000.00
Plan de Vida	\$40,000.00
Inteligencia Emocional	\$40,000.00
Marca Personal	\$40,000.00
Liderazgo	\$40,000.00
Finanzas personales	\$45,000.00
Inteligencia de Negocios	\$240,000.00
TOTAL	

Valor de cursos/ talleres versión Premium que ofrecerá FreeWomen.

Fuente: Trabajo propio del autor.

7.2. Estrategia de Precio

La estrategia se baso en el valor para el cliente, ofreciendo educación de calidad y espacios de aprendizaje interactivo, siendo la asequibilidad uno de los factores mas importantes. De igual forma, teniendo en cuenta los costos del servicio, para los primeros talleres de modalidad gratuita se cubrirán con el aporte a socios considerando que no se incurre en costos de mano de obra.

7.3. Costeo del Producto- Servicio para Serie Mínima

En este caso se hará una serie de costos mensuales para la versión free y otra para la versión Premium, teniendo en cuenta que se realizará un taller/ curso por semana, para un total de 4 talleres y 4 cursos al mes, sin embargo, para los primeros dos meses se ofrecerá el taller Diseña tu Plan de Vida, el cual no incurre en gastos de mano de obra, por acuerdos comerciales con la mentora.

Tabla 6

Información general servicios

Servicio	Duración	Intensidad
Taller versión Free	1 día	2 horas
Curso versión Premium	3 días	6 horas

Duración e intensidad servicios versión Premium y free.

Fuente: Trabajo propio del autor.

Tabla 7

Costos mínimos de los servicios

Costos mensuales	Free (4 talleres)	Premium (4 cursos)
Mano de obra	N/A	\$ 600,000.00
Publicidad	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
Internet	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
Luz	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
Plan Pro-Zoom	\$ 56,000.00	\$ 56,000.00
TOTAL	\$ 226,000.00	\$ 826,000.00

Costos mensuales para la serie mínima de los servicios.

Fuente: Trabajo propio del autor.

7.4. Presupuesto y Estados Financieros para el Lanzamiento

Para el presupuesto inicial de FreeWomen, los ingresos del mes 1 y 2 serán la versión Premium del taller Diseña tu Plan de Vida con ventas potenciales a 17 personas, siendo este el número de participantes al taller versión free. Esta información se encuentra en detalle en la tabla 14. Para el mes doce se obtiene una caja neta acumulada después de impuestos de \$3,511,972.6. De igual manera, para el mes 0 el balance general de FreeWomen será de \$4.650.000 teniendo en cuenta aporte inicial de socios, activos fijos y valorizaciones de la marca, para el mes uno el balance aumenta en 18,44% basados en los ingresos estimados de la tabla 14. En el siguiente enlace se encuentra el Excel de trabajo con el flujo de caja completo para los primeros 12 meses, los estados financieros en detalle y los indicadores comparables del sector:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ppF3cV3pSWunCcgPxzpdYI7k2GUFrlAD?usp=sharing>

Tabla 8

Estimación de ingresos primer año

Crecimiento en ventas de 0,57% a partir del segundo mes de introducción al mercado del producto					
Producto	Diseña tu plan de vida	Inteligencia emocional	Marca personal	Liderazgo	Total
Ingresos mes 1	\$595,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$595,000.00
Ingresos mes 2	\$598,371.27	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$598,371.27
Ingresos mes 3	\$601,761.64	\$320,000.00	\$0.00	\$0.00	\$921,761.64
Ingresos mes 4	\$605,171.22	\$321,813.12	\$0.00	\$0.00	\$926,984.34
Ingresos mes 5	\$608,600.12	\$323,636.51	\$680,000.00	\$0.00	\$1,612,236.63
Ingresos mes 6	\$612,048.45	\$325,470.24	\$683,852.88	\$0.00	\$1,621,371.56
Ingresos mes 7	\$615,516.31	\$327,314.35	\$687,727.59	\$400,000.00	\$2,030,558.25

Ingresos mes 8	\$619,003.83	\$329,168.91	\$691,624.25	\$402,266.40	\$2,042,063.39
Ingresos mes 9	\$622,511.10	\$331,033.98	\$695,543.00	\$404,545.64	\$2,053,633.72
Ingresos mes 10	\$626,038.25	\$332,909.62	\$699,483.94	\$406,837.80	\$2,065,269.61
Ingresos mes 11	\$629,585.38	\$334,795.89	\$703,447.22	\$409,142.94	\$2,076,971.43
Ingresos mes 12	\$633,152.61	\$336,692.84	\$707,432.95	\$411,461.14	\$2,088,739.54

Proyección de ingresos para los primeros doce meses, considerando un crecimiento del 0,52% basado en el crecimiento promedio en ventas del sector.

Fuente: Trabajo propio del autor.

7.5. KPI Financieros I

Al analizar cinco compañías colombianas que tienen como objeto social la educación virtual, los indicadores financieros mas relevantes para FreeWomen se encuentran en la tabla 15. Basados en estos indicadores FreeWomen planteara estrategias comerciales que garanticen un manejo eficiente de los activos, altos niveles de rentabilidad y bajos niveles de endeudamiento.

Tabla 9

KPI Financieros

Razón corriente	2.83	Por cada peso de obligación vigente se cuenta con 2.83\$ para respaldarlas
Margen bruto	48.83%	Por cada peso vendido el sector generó 0,48\$
Margen Neto	6.41%	Rentabilidad final del ejercicio

ROA	17.97%	Cada peso invertido en los activos genero 0,17\$ de utilidad
ROE	26.80%	Rendimiento sobre la inversión de los socios

Indicadores comparables del sector usados como guías para el desarrollo de la actividad económica de FreeWomen.

Fuente: Trabajo propio del autor.

7.6. Fuentes de Seed Capital

Se contará con un aporte de socios en el primer mes, pero se pretende crear campañas de Micro financiación para poder financiar el proyecto, ya que, al querer manejar precios asequibles, se deben buscar otras fuentes de ingreso para cubrir los costos del servicio y no incurrir en pérdidas.

8. Modelo de Negocio 3D

El diseño de todos los modelos se podrá encontrar en el siguiente enlace:

https://jamboard.google.com/d/1RpXe168OMWO1tAQw56_4B3wEdTWObLewTpTckxjoQY/edit?usp=sharing

8.1. Diseño de Modelo Económico

FreeWomen es una comunidad de apoyo colombiana feminista, enfocada en mujeres que no tienen experiencia laboral y están en búsqueda de trabajo, con el fin de brindarles las herramientas necesarias para prepararse al mundo laboral y disminuir la pérdida de oportunidades en el mercado, a su vez, se busca alentar a las mujeres a ser líderes en sus comunidades, de esta manera se ira construyendo un futuro mas equitativo y sostenible. Por otra parte, del modelo económico se destaca la necesidad de obtener fuentes de financiación por medio de terceros, creando alianzas estratégicas con entidades gubernamentales o fundaciones del sector privado. De igual forma, es de real importancia contar con socios estratégicos en fundaciones, grupos sociales, instituciones educativas y personas de interés (influencers) que apoyen el movimiento feminista para crear alianzas que permitan una mayor cobertura del publico objetivo. En la ilustración 9 se puede observar el lienzo completo del modelo económico de FreeWomen.

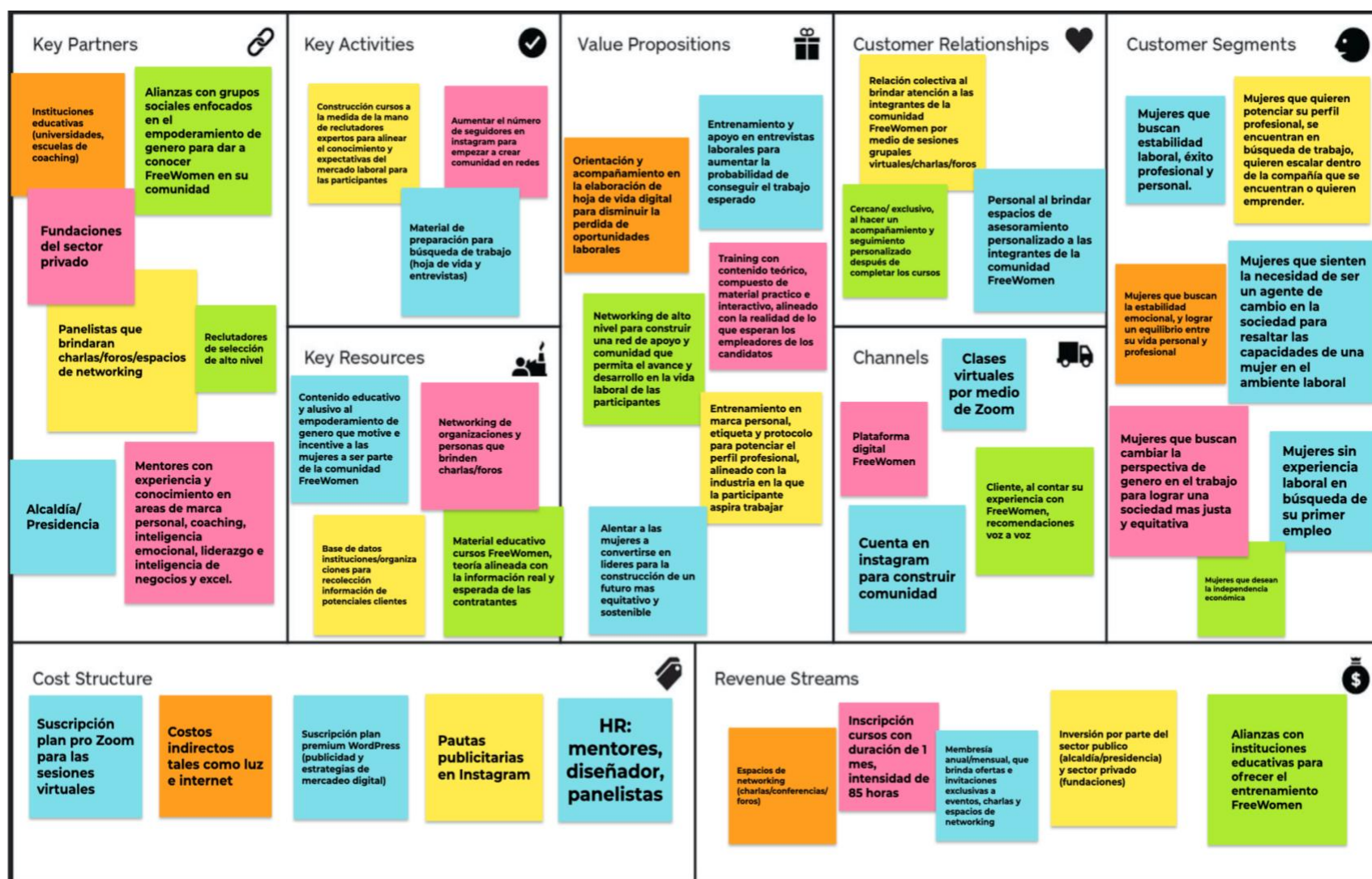


Ilustración 9. Lienzo Modelo Económico: En la imagen se encuentra el tipo de relación con los clientes, segmentación del mercado, fuentes de ingreso, socios estratégicos, propuestas de valor, estructura de costos, recursos clave y canales de distribución de FreeWomen.

Fuente: Trabajo propio del autor

8.2. Diseño de Modelo Social

FreeWomen tiene un gran impacto social y beneficios para las mujeres ya que por medio de la educación podremos aumentar la participación de las mujeres en el mercado laboral, posicionándose como líderes empoderadas y actores de cambio trabajando por una sociedad mas justa y equitativa en veras de alcanzar la igualdad de genero. De igual manera, cambiaran los estereotipos impuestos a las mujeres y reivindicar su rol en la sociedad, luchando por garantizar que se tengas los mismos derechos al sexo opuesto. Por ultimo, aumentar el acceso a la educación a la mujer colombiana permitirá un desarrollo económico sustentable en el país, creando una red de contacto robusta bajo los ideales del feminismo y sentido de sororidad que permita un progreso unidas. El éxito de una es el éxito de todas.

8.3.Diseño de Modelo Ambiental

Si bien para los servicios digitales el impacto ambiental recae en su mayoría en el gasto de energía, se evidencia un aporte significativo al ahorro de papel alineado con la política “cero papel” del gobierno nacional, así como la reducción en niveles de combustión al evitar desplazamientos para adquirir el servicio. A su vez, los servidores de internet son el recurso vital

para dar inicio al ciclo de vida del producto, en donde es relevante recalcar que el ciclo del producto es ilimitado, ya que todo el material educativo de FreeWomen puede ser reutilizado en cualquier momento. En la ilustración 10 se encuentra el lienzo del modelo ambiental.

CANVAS AMBIENTAL



Ilustración 10. Lienzo Modelo Ambiental: El modelo contiene el ciclo de vida del servicio. En este caso al ser un servicio de educación virtual el ciclo se renueva continuamente.

Fuente: Trabajo propio del autor.

8.4. Cruce de Modelo

FreeWomen representa una comunidad de mujeres colombianas en búsqueda del empoderamiento e igualdad de género para la construcción de un país equitativo con igualdad de oportunidades laborales tanto para mujeres como para hombres para aumentar los niveles de participación de la mujer en el mercado laboral, así como su autoconfianza y autoestima. Lo anterior se trabajará por medio de la formación en habilidades blandas y técnicas, a través de cursos y talleres de modalidad virtual con bajo impacto ambiental, en aras de incrementar el acceso a la educación y simultáneamente construir una red de apoyo robusta, alineada con los ideales feministas, que permita acabar con los mecanismos de opresión existentes y motivar a las mujeres a ser agentes de cambios en sus comunidades.

8.5. Propiedad intelectual

Se espera realizar el registro de la marca FreeWomen a través de la cámara de Comercio de Bogotá en la figura de Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S creada en la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008 , lo cual permitirá constituir la empresa por una o varias personas naturales o jurídicas, las cuales solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020).

9. Beneficios para la Comunidad

FreeWomen tiene un gran impacto en la comunidad, ya que su objeto social esta enfocado en aumentar la participación laboral de las mujeres en Colombia y combatir la brecha salarial que persiste en el país. De igual forma, aportar a la formación educativa de las mujeres para su desarrollo personal y profesional aumentara el aprovechamiento de oportunidades del mercado laboral, de esta manera, el apoyo y orientación de la comunidad FreeWomen creara una red de mujeres lideres en Colombia que buscan reducir la desigualdad de genero y un desarrollo económico sustentable en el país que reivindique el rol de la mujer en la sociedad.

10. Referencias

- Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). *Descripción actividades económicas (Código CIIU)*.
Obtenido de ccb.org.co: <https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). *¿Qué son las sociedades por acciones simplificadas?*
Obtenido de ccb.org.co: <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-sociedades-por-acciones-simplificadas>
- DANE. (30 de Agosto de 2019). *Estructura de la población, hombres y mujeres*. Obtenido de sitios.dane.gov.co: https://sitios.dane.gov.co/cnpv/#!/est_pob
- Dinero. (30 de Enero de 2017). *¿Por qué fracasan los emprendimientos femeninos en Colombia?*
Obtenido de dinero.com:
<https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/emprendimiento-femenino-en-america-latina-y-colombia/241469>
- El Tiempo. (2 de Agosto de 2019). *Mujeres dedican el doble de tiempo que los hombres a labores del hogar*. Obtenido de eltiempo.com:

<https://www.eltiempo.com/politica/gobierno/brecha-salarial-entre-hombres-y-mujeres-en-colombia-396766>

Pereira, M. (8 de Octubre de 2019). *¿Conoces el blended learning? Descubre qué es la enseñanza híbrida y cómo funciona*. Obtenido de blog.hotmart.com:

<https://blog.hotmart.com/es/blended-learning/>

Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo. (2020). *Objetivo 5: Igualdad de Género* .

Obtenido de undp.org: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-5-gender-equality.html>

Santos, J. F. (4 de Mayo de 2019). *La (EL) Desigualdad de Género en Colombia*. Obtenido de lalineadelmedio.com: <https://lalineadelmedio.com/la-el-desigualdad-de-genero-en-colombia/>

Semana. (12 de Abril de 2018). *“La impunidad en los casos de violencia contra la mujer supera el 80%”*. Obtenido de semana.com: <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/diez-anos-de-la-ley-1257-que-sanciona-la-violencia-contra-la-mujer/593448>

Tecnósfera. (22 de Septiembre de 2017). *Los retos del emprendimiento femenino y las claves para superarlos*. Obtenido de eltiempo.com:

<https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/colombia-4-0-obstaculos-del-emprendimiento-femenino-133666>