

## INSTRUCTIVO PARA DILIGENCIAR EL FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN DE MODELOS DE NEGOCIOS EN LA CATEGORÍA “QUIERO MI EMPRESA” AL 2do CONCURSO DEPARTAMENTAL DE EMPRENDEDORES “CREO EN MI INNOVACIÓN, EMPRENDO DESDE MI REGIÓN”

DEFINICIÓN MODELO DE NEGOCIO: Un modelo de negocio describe la lógica sobre cómo una organización crea, entrega y captura valor, estos son básicamente historias que explican cómo trabajan las organizaciones, indicando quiénes son nuestros clientes, cómo generamos utilidades, cuál es la lógica económica subyacente que nos permite entregar valor a los clientes a los que nos dirigimos a un costo apropiado. Es una descripción sistémica de cómo es que las piezas de un negocio se articulan<sup>1</sup>.

### 1. DATOS GENERALES

**Municipio:** Ingrese o seleccione el nombre del municipio del departamento de Boyacá en la cual se generó y/o se desarrolla el modelo de negocio.

**Fecha de diligenciamiento:** Ingrese o indique la fecha de diligenciamiento del formato.

**Nombre líder:** Ingrese nombres y apellidos completos de la persona que se identifica como líder del modelo de negocio (tal y como aparece en el documento de identificación).

**Ocupación:** Indique la actividad que desempeña actualmente el líder del modelo de negocio.

**Título del Proyecto:** Ingrese el nombre completo del modelo de negocio.

**¿Su modelo de negocio y/o proyecto esta formalizado?** Este ítem señala si su modelo y/o proyecto esta formalizado o no; es decir si está inscrito a Cámara de Comercio u otra entidad para su normal funcionamiento conforme a las normas del código de comercio.

**Si su respuesta es SI especifique el tiempo de formalización ante la Entidad encargada:** Indique el tiempo que lleva de formalización su modelo de negocios en el desarrollo normal y legal de sus actividades. Tenga en cuenta que otras entidades encargadas son aquellas a las que ciertas personas jurídicas deben registrarse, por razón de su naturaleza jurídica o por el de la actividad que constituye su objeto.

<sup>1</sup> [http://www.fpnt.org.mx/boletin/Marzo\\_2011/Pdf/Modelo\\_de\\_Negocio\\_Innovador.pdf](http://www.fpnt.org.mx/boletin/Marzo_2011/Pdf/Modelo_de_Negocio_Innovador.pdf)



Algunos casos son:

- Superintendencia financiera: Ante esta entidad se deben registrar aquellas organizaciones encargadas de captar dinero de los particulares o realizar cambios de divisas, o actuar como entes crediticios o aseguradores; esta ejercerá sobre ellas actividades de inspección, control y vigilancia.
- Superintendencia de la Economía Solidaria: Se deben inscribir organizaciones del sector solidario de la economía como las cooperativas, las empresas asociativas de trabajo o las sociedades agrarias de transformación.
- Ante la Alcaldía Mayor, Subdirección de personas jurídicas: Se deben registrar ante esta entidad las fundaciones, las asociaciones y corporaciones sin ánimo de lucro.
- Secretaria Distrital de Salud: Se deben registrar igualmente las anteriores entidades pero que su objeto sea la prestación de servicios de salud.
- Ministerio de educación: Se debe registrar ante esta entidad las fundaciones, las asociaciones y corporaciones sin ánimo de lucro cuyo objeto sea la prestación de servicios de educación formal.
- Ministerio de transporte: Se deben registrar ante esta entidad las organizaciones dedicadas al transporte de carga, de pasajeros o transporte especiales como el servicio escolar.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural: Se deben registrar ante esta entidad las cadenas productivas.
- Cámara de Comercio: Ante esta entidad se deben registrar los grupos empresariales<sup>2</sup>.

**Nombre de la empresa formalizada:** Ingrese el nombre de la empresa (persona jurídica) con el cual se encuentra formalizado su negocio.

**Nombre del representante legal:** Ingrese el nombre del representante legal (tal y como aparece en el documento de formalización, ejemplo matrícula mercantil) de su negocio. Tenga en cuenta que el representante legal es la persona que ante la ley representa su empresa y le permite hacerse cargo de los negocios, obligaciones y hasta derechos del representado o delegado; que los administre y disponga de ellos según las condiciones acordadas en el momento de crearse la representación.

## 2. DATOS PERSONALES DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

En este ítem encuentra una tabla en la cual podrá describir al equipo emprendedor que generó o desarrollará el modelo de negocio.

---

<sup>2</sup> Bogotá emprende. Conoce los trámites para legalizar tu empresa ante otras entidades diferentes a la Cámara de Comercio. Marzo del 2010.



Se describe el nombre y apellidos de cada uno de los integrantes del equipo emprendedor (tal y como aparece en el documento de identificación), el rol que desempeña dentro del equipo de trabajo (por ejemplo gerente, asesor de mercados, contador, operario etc.), el documento de identificación, formación académica (último grado de formación académica terminado), dirección de domicilio, el número de teléfono o celular en caso de contactar y el correo electrónico para recibir cualquier tipo de información por la organización del concurso.

### 3. SECTOR AL QUE PERTENECE EL PROYECTO

Indique a que sector pertenece su modelo de negocio. A continuación se presenta de forma resumida la definición de cada uno de los sectores de tal forma que usted pueda leerlos y tener claro a cuál de ellos pertenece su modelo de negocio.

- Agropecuario: Extracción y transformación de productos de agricultura, ganadería, riqueza forestal y pesca en productos elaborados para su posterior comercialización<sup>3</sup>.
- Explotación de Minas: Explotación y extracción de minerales del subsuelo<sup>4</sup>.
- Industria: Tienen como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados<sup>5</sup>.
- Electricidad, gas y agua: Corresponde a una actividad comercial, productiva y prestadora de servicios, orientada a la elaboración y/o distribución de los respectivos productos<sup>6</sup>.
- Turismo: Se puede definir como el fenómeno resultante de una red de impactos socioeconómicos, culturales y ambientales generado por el desplazamiento y permanencia temporal de personas que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo<sup>7</sup>.
- Construcción: Comprende la fabricación de nuevas estructuras, renovaciones que implican adiciones, remodelaciones o mantenimiento y reparación en edificios o proyectos de ingeniería como carreteras o redes de servicios públicos<sup>8</sup>.

<sup>3</sup> Departamento Nacional de Planeación, *Lista de gremios empresariales colombianos, de cobertura nacional, según sector económico, año 2000.*

<sup>4</sup> <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo53.htm>

<sup>5</sup> <http://www.minminas.gov.co/minminas/downloads/archivosEventos/6580.pdf>

<sup>6</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Industria>

<sup>7</sup> [http://www.sii.cl/contribuyentes/empresas\\_por\\_sector/electricidad\\_gas\\_agua.htm](http://www.sii.cl/contribuyentes/empresas_por_sector/electricidad_gas_agua.htm)

<sup>8</sup> <https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=16273>

<sup>8</sup> <http://www.cdc.gov/spanish/niosh/topics/construction.html>



- Artesanal: Técnica manual creativa, para producir individualmente, bienes y servicios<sup>9</sup>.
- Comercio: La actividad comercial es el desarrollo a nivel de todo tipo de bienes que se puedan transar en la economía<sup>10</sup>.
- Transporte: Este sector comprende unidades económicas dedicadas principalmente al transporte (de personas y de carga); a proporcionar servicios especializados relacionados directamente con el transporte<sup>11</sup>.
- Seguros y finanzas: Es aquel que está conformado por entidades públicas y privadas que desarrollan actividades relacionadas con el manejo, aprovechamiento e inversión de los recursos de captación del país<sup>12</sup>.
- Servicios: Actividades económicas cuya finalidad no es producir bienes sino prestar un servicio al consumidor o a los productores.
- TIC - Tecnologías de la información y las comunicaciones: Desarrollo y aplicación de nuevas tecnologías para desarrollar y producir nuevos bienes y servicios, los cuales crean, a su vez, mayor innovación tanto tecnológica como organizacional<sup>13</sup>.
- Otro: incluye aquellos que no se clasifica en ninguno de los anteriores, para conocer detenidamente cuales pueden ser ingrese a la siguiente pagina <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=1737>.

#### 4. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO CATEGORIA “QUIERO MI EMPRESA”

Antes de diligenciar este ítem por favor remítase a los siguientes enlaces para que usted tenga mayor claridad sobre como describir su modelo de negocio lo cual le ayudará y facilitará la descripción del mismo.

Si tiene dudas o inquietudes puede acudir al link [http://www.fpnt.org.mx/boletin/Marzo\\_2011/Pdf/Modelo\\_de\\_Negocio\\_Innovador.pdf](http://www.fpnt.org.mx/boletin/Marzo_2011/Pdf/Modelo_de_Negocio_Innovador.pdf) ó <http://www.youtube.com/watch?v=0qjATmRbYEo> para ver un video sobre el tema.

En el siguiente ítem usted debe describir brevemente su modelo de negocio respondiendo a:

<sup>9</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Artesan%C3%ADa>

<sup>10</sup> <http://www.fenalco.com.co/sites/default/files/blog/COMERCIO%20Y%20DISTRIBUCI%C3%93N%20en%20Colombia.pdf>

<sup>11</sup> <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/338/Analisis%20del%20sector%20transportes%20en%20Mexico.htm>

<sup>12</sup> <http://www.monografias.com/trabajos10/finco/finco.shtml>

<sup>13</sup> Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC'S). Link: <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=10570>





## 1. Resumen del modelo de negocios.

Presentar de manera sencilla y clara en qué consiste su modelo de negocio, debe describir rasgos sobresalientes tales como objetivos, productos y/o servicios, sector del mercado al que se apunta, necesidad que se pretende satisfacer, propuesta de valor, aliados estratégicos, demanda, ventajas competitivas a desarrollar, aspectos tecnológicos de relevancia, impacto del proyecto; y toda la información relevante que permita tener una idea clara del modelo de negocio. (máximo 200 palabras)

- Responder en cuál de los siguientes estados se encuentra actualmente su modelo de negocio: esbozo conceptual, modelo estructurado, realización de prototipos, realización de pruebas pilotos, realización de reproducciones, otros, inicio puesta en marcha. Para mayor claridad se presenta la definición teórica de cada uno:
  - Esbozo conceptual: Hace referencia al caso en que el(los) solicitante(s) tiene(n) una idea clara sobre la iniciativa que quiere llevar adelante pero aún no ha formulado el proyecto en cuestión<sup>14</sup>.
  - Modelo estructurado: Se trata de aquellos proyectos para los cuales ya se ha desarrollado un plan tentativo, con determinación de etapas y tiempos asociados estimativos para lograr los objetivos propuestos<sup>15</sup>.
  - Puesta en marcha: Se refiere a proyectos que están en etapa inicial de ejecución.
- Explicar en qué ámbito se desarrolla el Modelo de Negocio, con qué contactos, apoyos y/o tutorías, y los aspectos salientes realizados hasta el momento. Escriba concretamente el ámbito en el que se desarrolló su modelo de negocio, por ejemplo: se desarrollo en un entorno empresarial, regional, municipal, económico, social, político, familiar. Adicionalmente escriba específicamente quienes le ayudaron a este desarrollo y que fue lo más sobresaliente del mismo hasta hoy.

**NOTA: Se recomienda realizar el resumen cuando haya terminado de completar todo el formulario.**

<sup>14</sup> [http://www.tierradelfuego.org.ar/v4/descargas/PAAC/caso\\_modelo\\_de\\_presentacion\\_idea\\_proyecto\\_for\\_mulario\\_01.pdf](http://www.tierradelfuego.org.ar/v4/descargas/PAAC/caso_modelo_de_presentacion_idea_proyecto_for_mulario_01.pdf)

<sup>15</sup> Ibid.



## 2. Propuesta de valor.

- ¿Qué aspectos lo hace atractivo o novedoso?  
En este ítem se escribe las características que hace de su producto o servicio algo novedoso o atractivo, como por ejemplo: el sabor, la textura, la envoltura, el empaque, el embalaje, la forma de distribución; pueden ser aspectos intrínsecos (relacionados con los aspectos físicos del producto, tales como, color, forma y apariencia) o extrínsecos (relacionadas con los productos pero no en la parte física de éstos, como por ejemplo, marca, sello de calidad, precio, lugar de origen, empaque e información de la producción).
- ¿Cuál es el aporte que su servicio - producto le brinda al cliente?  
Escriba cual es la contribución de su producto o servicio para el consumidor y que es relevante, como por ejemplo, el servicio, rapidez, facilidad de acceso, propiedades, etc.
- ¿En qué se diferencia su producto o servicio del de la competencia?  
Escriba cuales son los aspectos que posee su producto o servicio que lo hace diferente a los demás ofrecidos por la competencia. Tenga en cuenta que la diferenciación consiste en una estrategia de mercadeo basada en crear una percepción de producto por parte del consumidor que lo diferencie claramente de los de la competencia<sup>16</sup>.
- ¿Qué ventajas tiene sobre otros negocios similares? ¿Qué habilidades tiene que aseguren su éxito y triunfo en el mercado? ¿Qué lo protege de que lo imiten?  
En el primer interrogante escribir aquellas cualidades que hacen que su producto o servicio sobresalga de otros similares por ejemplo seguridad, comodidad, etc.; en el segundo interrogante describa que habilidades es decir que talentos tiene que al desarrollarlos en los productos o prestación del servicio, aseguren su éxito y triunfo en el mercado; y finalmente en el tercer interrogante relacione que lo protege de que lo imiten puede ser por medio de una patente, por confidencialidad absoluta, equipo de trabajo comprometido.

## 3. Segmento de clientes.

El objetivo es de agrupar a los clientes con características homogéneas en segmentos definidos y describir sus necesidades, averiguar información geográfica y demográfica, gustos, etc. Después, uno se puede ocupar de ubicar a los clientes actuales en los diferentes segmentos para finalmente tener alguna estadística y crecimiento potencial de cada grupo.

<sup>16</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Diferenciaci%C3%B3n\\_de\\_producto](http://es.wikipedia.org/wiki/Diferenciaci%C3%B3n_de_producto)



- ¿Quiénes son sus clientes?

Escriba específicamente quiénes son sus clientes, es decir a quien(es) está dirigido su(s) productos o servicios “El cliente es una persona, empresa u otra entidad que adquiere algún bien o servicio producido por otra persona, empresa u otra entidad”<sup>17</sup>; ejemplo: niños, adultos mayores, estratos 4 y 5, estudiantes de universidad etc.

- ¿Puede describir los diferentes segmentos de clientes en los que está enfocado?

Escriba si su modelo de negocios está enfocado a un solo segmento de clientes o a varios; es decir que clientes se decide atender, tenga en cuenta que los factores a considerar son:

- Geográfico: El mercado se divide según variables como estado, región, tamaño del municipio, densidad, clima, etc., basándose en la idea de que las necesidades de los consumidores varían según el área geográfica donde viven<sup>18</sup>.
- Demográficos: En esta segmentación, el mercado está dividido en diferentes grupos en base a variables como edad, sexo, tamaño de la familia, estado civil, nivel educativo, etc.<sup>19</sup>.
- Psicológico: Personalidad, estilo de percepción, actitudes, etc.<sup>20</sup>.
- Estilo de vida: Grupos de referencia, roles sociales, etc.<sup>21</sup>.
- Uso del producto: Frecuencia de uso, marca, actitudes hacia el producto, etc.<sup>22</sup>.
- Beneficios del producto: Prestaciones, necesidades cubiertas, percepción de la marca, satisfacción, etc.<sup>23</sup>.

- ¿En qué se diferencian los segmentos de clientes?

Si posee varios segmentos de clientes, describa en que se diferencia cada uno, el objetivo es agrupar a los clientes con características iguales, por ejemplo, si segmenta por estratos entonces escribir si es 1, 2, 3 o 4; y si al mismo tiempo segmenta por el nivel de ingresos entonces agruparlos por la cantidad de ingresos recibidos; lo anterior se diferencia en que uno indica el estrato socioeconómico y el otro el nivel de ingresos.

<sup>17</sup> <http://www.conducutuempresa.com/2011/07/el-estudio-del-cliente.html>

<sup>18</sup> [http://www.marketinet.com/ebooks/manual de marketing/manual de marketing.php?pg=10](http://www.marketinet.com/ebooks/manual%20de%20marketing/manual%20de%20marketing.php?pg=10)

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> <http://blog.iedge.eu/direccion-marketing/marketing-estrategico/segmentacion/eduardo-liberos-segmentacion-de-mercados-clientes/>

<sup>21</sup> Ibid.

<sup>22</sup> Ibid.

<sup>23</sup> Ibid.



- ¿Quiénes son o serán sus clientes más importantes?  
Especifique quienes serán los clientes más importantes o en los cuales se centrarán sus mayores esfuerzos para captarlos y hacer que permanezcan. Por supuesto son aquellos representativos en términos de rentabilidad.

#### 4. Canales de distribución y comunicación.

Este elemento incluye tanto los canales que vamos a utilizar para explicar a nuestros clientes cuál es la propuesta de valor y como la ofrecerá (venta y postventa). Como explica Osterwalder, en generación de modelos de negocio, se pueden utilizar y combinar diferentes canales (directos e indirectos y propios y de socios). Así, un modelo podría elegir y/o combinar entre un equipo comercial propio, una tienda online, una tienda física propia o de terceros, mayorista, etc.

“Los canales de socios reportan menos márgenes de beneficios, pero permiten a las empresas aumentar su ámbito de actuación y aprovechar los puntos fuertes de cada uno de ellos. En los canales propios, especialmente en los directos, los márgenes de beneficios son mayores, pero el coste de su puesta en marcha y gestión puede ser elevado. El truco consiste en encontrar el equilibrio entre los diversos tipos de canales para integrarlos de forma que el cliente disfrute de una experiencia extraordinaria y los ingresos aumenten lo máximo posible”<sup>24</sup>.

- ¿Cuáles son los mecanismos que utiliza o utilizará para dar a conocer su propuesta de valor?  
En esta casilla escriba porque medios o canales de comunicación va a difundir su propuesta de valor. Por ejemplo, locales de ventas, sitio web, pautas publicitarias, participación en redes sociales, eventos o ferias. Recuerde que los canales pueden ser personales o masivos: los canales personales son aquellos en donde la comunicación es directa, ejemplo, voz a voz. Puede darse de uno a uno o de uno a varios. Los canales masivos pueden ser escritos, radiales, televisivos e informáticos<sup>25</sup>.
- ¿Cómo llega a sus clientes y cómo los conquistará?  
Describa brevemente los mecanismos que utilizará para llegar al cliente, por ejemplo, por medio de comunicación permanente, mediante asesorías personalizadas en la venta y postventa, un servicio técnico personalizado, y las estrategias que utilizará para ello lograr esto.
- ¿Cómo están integrados los canales de distribución del producto o servicio?  
Describa como esta trabajando actualmente para integrar su propuesta de valor, por ejemplo, puede ser mediante sitio Web o presencia en redes sociales donde se mantiene el contacto permanente.

<sup>24</sup> [http://www.emprendedores.es/empresa/estrategia/modelo/modelo\\_4](http://www.emprendedores.es/empresa/estrategia/modelo/modelo_4)

<sup>25</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Canal\\_de\\_comunicaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_comunicaci%C3%B3n)





- ¿Qué tipo de relaciones construye con sus clientes?  
Describa como es la relación que usted constituye con sus clientes puede ser personalizada, por los diferentes medios de comunicación, entre otros; cuyo objetivo es facilitar la interacción con el cliente.
- ¿Cuál es la estrategia de gestión de relaciones?  
Explicar en forma clara y sencilla que acciones estratégicas va a realizar para alcanzar una eficiente relación con el cliente. Por ejemplo, por medio de acompañamiento permanente o asesorías personalizadas.
- ¿Qué tipo de relaciones esperan sus clientes para mantener vínculos con la empresa?  
Escriba que tipo de relación o estrategia utilizada (escritas en el ítem anterior) espera el cliente para sentirse identificado o ser parte del modelo de negocio.
- ¿Son fieles sus clientes a su propuesta de valor?  
Responda brevemente, según las condiciones del mercado si sus clientes se han fidelizado con su producto o servicio ofrecido.

## 5. Aspectos financieros

- ¿Cuáles son los costos más importantes en la ejecución de su modelo de negocios?  
Analice objetivamente y describa cual recurso utilizado en su modelo de negocio es el más costoso, por ejemplo, talento humano requerido, las materias primas, la maquinaria, entre otros; puede tener en cuenta el siguiente listado:
  - Talento humano: En este rubro debe estar representado el tiempo que le dedicarán al proyecto los recursos de la organización, en términos de cantidad de horas por valor hora.
  - Materiales: El costo de los materiales que se necesita comprar para el proyecto. Se llaman materiales pero pueden ser tangibles o intangibles: maquinaria, equipamiento, materiales de construcción, costos de suscripción a algún servicio de información, licencias de software, papel, pintura, etc.
  - Proveedores, consultores y asesores: Cuando el equipo del proyecto no hará todo el trabajo, porque no tiene las habilidades necesarias o porque no estará disponible, se contratan servicios profesionales externos. En este rubro figuran todos los honorarios de estos colaboradores.
  - Alquiler de equipos e instalaciones: Quizás además de comprar materiales se alquilen equipos, maquinarias o instalaciones para uso del proyecto. En



este rubro entran esos costos. Si los equipos o instalaciones serán usados para varios proyectos, se deben prorratear correspondientemente.

- Viajes, alojamiento, alimentos: Si el equipo del proyecto debe incurrir en este tipo de gastos, esto es parte del costo del proyecto. Las propuestas comerciales de proveedores, consultores y asesores externos pueden o no incluir viajes, alojamiento y alimentos. Estos costos debe ser sumados a los costos del equipo del proyecto cuando corresponda<sup>26</sup>.
- ¿Cuál es la estructura de costos que maneja?  
Escriba de forma concreta la estructura de costos que maneja, por ejemplo, si maneja libros contables, lleva control de inventarios, presupuestos de producción, etc.

Para mayor claridad ver el video en el siguiente link:  
<http://www.slideboom.com/presentations/147967/Estructura-de-costos>

- ¿Cómo va usted a generar utilidades con la operación de su negocio?  
Especifique y sea claro en la forma que pretende generar utilidades. Sea por venta en grandes cantidades denominada por rotación y sea por un porcentaje alto de utilidades denominado margen.
- ¿Cuáles son sus diferentes fuentes de ingresos? Desglose las principales.  
Responda brevemente este ítem, escribiendo las fuentes de ingresos si son por generación de ventas relacionadas con las actividades de la empresa, es decir, por ventas de su producto o servicio ó por intereses de inversiones realizadas con otras entidades o por arrendamientos de locales.
- ¿Cuánto dinero cree que puede generar su negocio en 3 - 5 años?  
Realice un cálculo aproximado de acuerdo a las proyecciones que tenga con su modelo de negocio y escriba que monto de dinero cree que puede generar.
- ¿Qué otros tipos de ingresos percibe o proyecta recibir? ¿Pagos de terceros por transacciones, suscripciones y servicios, entre otros?  
Analice y responda, que otros ingresos perciben o piensa percibir y que no hacen parte del desarrollo de la actividad económica de su modelo de negocios. Como pago de terceros por arriendos o ingresos de intereses por inversiones financieras.

---

<sup>26</sup> <http://www.deltaasesores.com/articulos/autores-invitados/iaap/3043-cinco-rubros-para-calculer-los-costos-de-tu-proyecto>



- ¿Cuáles son los recursos más importantes y costosos en su modelo de negocio? Personas, redes, instalaciones, competencias.  
Escriba en este ítem lo que considera como recursos más importante, por ejemplo, puede ser el talento humano empleado, materias primas, e insumos necesarios.

## 5.1. Resumen de inversiones requeridas

- ¿Qué tipo de maquinaria, equipos, tecnología y personal calificado utiliza o necesita para la operación de su modelo de negocio?  
Describa de manera concreta la maquinaria, equipos, tecnología y personal que requiere para llevar a cabo su modelo de negocio; es decir lo que debe utilizar de manera continua en el curso normal de sus operaciones para el desarrollo de su modelo de negocio.

Mencione el monto aproximado de las principales Inversiones que son necesarias para poner en funcionamiento del modelo de negocio, cual es el aporte del o los emprendedores y de otras posibles fuentes de financiación.

Detallar el monto o valor monetario de cada una de las inversiones. Adicionalmente, escriba cual es el aporte total de los emprendedores y si tiene otra fuente de financiación escribir cual es su aporte.

En la casilla de “aporte del emprendedor o emprendedores”: que cantidad de dinero se va a aportar a cada concepto.

En la casilla “aportes otras fuentes de financiación”: Cantidad de dinero necesario para cubrir el concepto correspondiente.

- ¿El equipo emprendedor ha iniciado alguna negociación o gestión respecto a la consecución de los recursos necesarios para fortalecer su modelo de negocio?  
Describa si usted actualmente usted lleva a cabo alguna negociación o gestión de recursos económicos para la financiación y/o apoyo de su proyecto; en caso de ser afirmativo por favor especifique ante qué entidad, empresa u organización se está gestionando dicho apoyo y qué tipo de recursos se van a recibir.

## 6. Red de aliados estratégicos.

- ¿Cuáles alianzas ha creado la empresa, para optimizar el modelo de negocios, ahorrar en recursos o reducir el riesgo?  
Indique las alianzas estratégicas que ha creado para hacer minimizar riesgos y maximizar recursos humanos (capacitación, formación, asesoría,



acompañamiento, consultoría), materiales, económicos, tecnológicos, entre otros, en su modelo de negocio; por ejemplo, con los proveedores con los cuales puede establecerse acuerdos comerciales de disponibilidad y calidad de materias primas.

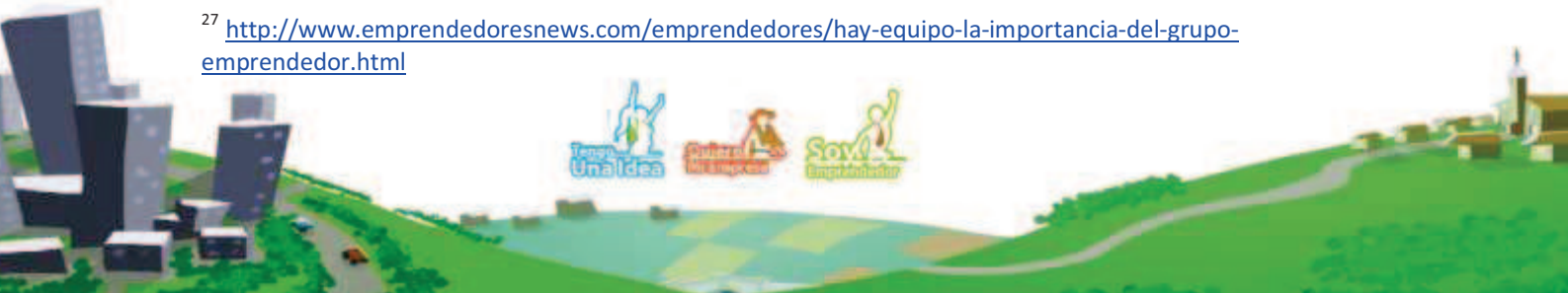
- ¿Quiénes son sus aliados estratégicos más importantes?  
Mencione cuales son sus aliados estratégicos en relación con las instituciones de apoyo, por ejemplo, en asesorías en temas de gestión comercial o capacitación del talento humano, en áreas relacionada con la producción y comercialización de su producto o servicio.
- ¿Quiénes apoyan con recursos estratégicos y actividades?  
Mencione de quien o que recibe como apoyo, ya sea con recursos o actividades, explique en qué actividades, recuerde que se refiere a apoyo externo.
- ¿Cuáles actividades internas se pondrían fuera de la empresa con mayor calidad y menor costo?  
Indique que actividades internas, se pondrían hacer o se hacen por fuera de la empresa con mayor calidad y menor costo. Por ejemplo, lo concerniente al diseño, tecnologías, distribución, servicio post venta, etc.

## 7. Con relación al equipo emprendedor.

Contar con un equipo emprendedor es un componente clave para aumentar las probabilidades de éxito de una nueva empresa. Es imprescindible que las personas estén convencidas, comprometidas y entusiasmadas en la concreción del proyecto<sup>27</sup>.

- Equipo emprendedor: Describir la experiencia de los emprendedores involucrados en el modelo de negocio, y su red de contactos o apoyos.  
Describir como ha sido su aprendizaje en el proceso en el cual se ha ido desarrollando su modelo de negocio, así como todas aquellas personas, instituciones y aliados que han estado apoyándolos durante el proceso de diseño y estructuración del modelo de negocio.
- Describir sintéticamente cómo se originó el equipo de trabajo, cuál es la situación actual del grupo de emprendedores y cuáles son los aportes de cada integrante

<sup>27</sup> <http://www.emprendedoresnews.com/emprendedores/hay-equipo-la-importancia-del-grupo-emprendedor.html>





Relatar cuál es la situación actual del grupo de emprendedores y cuáles son los aportes (tiempo, conocimiento, experiencia, aportes económicos, materiales, entre otros) de cada integrante del modelo de negocio.

## 8. Otros aspectos

- ¿Tienen algún familiar con negocio o empresa?  
Indique si hay en su familia algún integrante que ya tenga negocio o empresa de ser así, por favor indique que parentesco tiene con usted.
- Qué razones les motivaron para poner en marcha su modelo de negocio?  
Marque con una x la opción la cual crea que fue la razón para efectuar el funcionamiento de su modelo de negocio.

**Video:** Es necesario que usted ingrese el enlace electrónico de su video con una duración máxima de 2 minutos y 30 segundos. En la página oficial usted encontrara los pasos para subir su video.

## 5. FUENTE DE CONOCIMIENTO

Por favor indique con una X porque medio se entero de la convocatoria para participar en el 2º Concurso Departamental de Emprendedores “Creo en mi innovación, emprendo desde mi región”.

