

Yo LEONIDAS ALBERTO UBAQUE SANDOVAL, manifiesto en este documento mi voluntad de ceder a la Corporación Universitaria UNITEC los derechos patrimoniales, consagrados en el artículo 72 de la Ley de 1982, de la investigación titulada:

HERRAMIENTA DIGITAL PARA LA INTEGRACIÓN DE ESTUDIANTES Y EGRESADOS PROFESIONALES DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC AL CAMPO DEL EMPRENDIMIENTO.

Producto de mi actividad académica, para optar por el título de ESPECIALISTA EN DISEÑO DE CONTENIDOS DIGITALES. Como autor, me reservo los derechos morales y comerciales de la obra. La Corporación Universitaria UNITEC entidad académica sin ánimo de lucro, queda por lo tanto facultada plenamente para ejercer los derechos para citar, nombrar o usar la obra con fines académicos, en su actividad ordinaria de investigación, docencia y publicación. La cesión otorgada se ajusta a lo que establece la Ley 23 de 1982. Con todo, en mi condición de autor me reservo los derechos morales y comerciales de la obra antes citada, con arreglo al Artículo 30 de la Ley 23 de 1982. En concordancia escribo este documento en el momento mismo que hago entrega del trabajo final a la Biblioteca General de la Corporación Universitaria UNITEC.

Leonidas Alberto Ubaque Sandoval

Nombre Completo del Autor



Firma

10.18.474.972

Cédula

RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN

-RAI-

HERRAMIENTA DIGITAL PARA LA INTEGRACIÓN DE ESTUDIANTES Y EGRESADOS PROFESIONALES DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC AL CAMPO DEL EMPRENDIMIENTO.*

UBAQUE, Leonidas.

1. PALABRAS CLAVE

Empresa; Enseñanza comercial; Economía mixta; Tecnología de la información.

2. DESCRIPCIÓN

Este documento contiene información breve sobre el proyecto Beasyness que busca la integración y la implementación de una aplicación para el emprendimiento.

Para los emprendedores, la información es crucial para poder establecer sus proyectos, sea en temas de organización del proyecto en sí, o sus metodologías. También es importante tener un contacto profesional con otras personas interesadas en temas de emprendimiento.

El boom de las tecnologías digitales, ha llevado a muchas personas a tener acceso a dispositivos móviles, cuando no, por lo menos siempre hay un computador al cual pueden acceder para encontrar información.

Este proyecto busca generar motivación e integración de las personas que usan estos dispositivos, acercándolas más fácilmente a los temas de emprendimiento y es por eso que se busca entregar algo innovador al público.

3. FUENTES

Se consultaron un total de 50 referencias contemplando 20 referencias sobre economía, incluyendo libros digitales y físicos, 5 referencias web sobre tecnología, 7 referencias web sobre opinión pública sobre economía, 3 documentos normativos, 2 referencias sobre datos estadísticos y 13 referencias sobre otros documentos de investigación de Cambridge, La salle, Universidad de Carleton, Universidad Politécnica de Valencia, Universidad Rovira i Virgili, Universidad Nacional del Mar del Plata, Universidad de Duisgur-Essen, Universidad de Groningen, Escuela de Economía de Estocolmo.

4. CONTENIDO

Para el 2019, las tecnologías digitales mantienen vigencia e importancia, debido a las facilidades que los servicios como el internet ofrecen a todo el mundo, permitiendo el acceso a información en cuestión de milisegundos, datos que son provenientes de cualquier rincón del mundo pueden ser encontrados y mantienen un registro histórico, por lo que es posible saber cuándo fue creado y si es relevante o no. Este proyecto analiza una serie de datos que permitirán llegar a un resultado específico, una herramienta que permita a las personas interesadas, tener un espacio donde aprender y emprender, un ecosistema digital de emprendimiento mantenido por una comunidad activa, a través de la información y la interacción. En Colombia, hasta el momento (mayo de 2019), no existe ninguna aplicación que esté directamente enfocada en la generación de una comunidad de emprendimiento, bajo el concepto de aprendizaje e interacción, donde sea vincule a la persona que usa un software, desde un navegador o un dispositivo móvil, al emprendimiento, con conocimientos y experiencias reales y actualizadas. No hay un artículo que hable específicamente sobre ello, pero es posible emplear cualquier navegador para hacer las búsquedas relacionadas a foros de emprendimiento, comunidades de emprendimiento y podrán encontrarse compañías promocionando servicios de consultorías a costos módicos e incluso, servicios para la financiación de

Trabajo de investigación de grado para la especialización en diseño de contenidos digitales.

Autoría: Leonidas Alberto Ubaque Sandoval.

Con la colaboración de:

- *Janeth Puentes Bedoya*
- *Gustavo Urzola Mosquera*

proyectos, en su mayoría de proveniencia internacional. En la tienda de Android, pueden encontrarse aplicaciones de emprendimiento, que dedican sus recursos al discurso motivacional, con algunas excepciones que permiten chats. Si bien es cierto, los usuarios tienen la oportunidad de acceder a alternativas disponibles, todo gracias a que el espacio en la web permite tener creatividad y una aparente libertad de acceso. Con el fenómeno de accesibilidad, ofrecido por sitios como wordpress o blogger de google, donde cualquier persona en simples pasos, puede tener alojada información sobre su negocio en la web, visible para cualquier persona, sea a través de texto, imágenes e incluso vídeos, para facilitar mucho más la generación de espacios de emprendimiento que originalmente no estaban enfocados a ello, sino que son los mismos usuarios quienes hacen que funcione así, estableciéndose ellas, como herramientas sustitutas generadoras de soluciones. Las redes sociales, por su parte han tomado decisiones como la generación de espacios, donde es evidente que las personas pueden comerciar con sus productos y servicios, e incluso mecanismos donde personas y empresas, pueden pautar para darse a conocer ante los usuarios de cada red, sean por ejemplo, anuncios que aparecen dentro de vídeos, o que espontáneamente aparecen siendo parte de la interfaz a la que todos los usuarios tienen acceso. Sin embargo, si se buscara en específico una alternativa exclusiva para emprendedores, que permita un espacio para discutir, aprender e incluso tener contacto con otras personas sobre temas de emprendimiento y temas afines, de forma digital, integrando a un navegador web y a una aplicación, no sería posible encontrar alguna.

5. METODOLOGÍA

Para la calidad en el rendimiento tanto general como específico, el proyecto mantiene una estructura metodológica general, en la que están previstos todos los puntos prioritarios a tener en cuenta, antes durante y después, así como una metodología de desarrollo, basada en el design thinking, para facilitar los procesos de desarrollo, con puntos de retorno empleables en caso de ser necesario.

5.1. Estructura metodológica

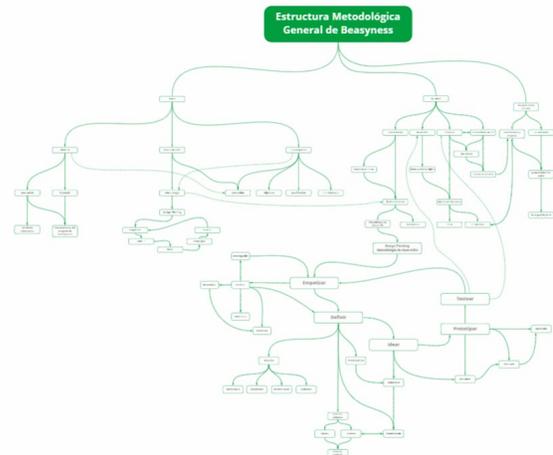


Figura 1: Estructura general de desarrollo, será desglosada a continuación para mejor visualización.

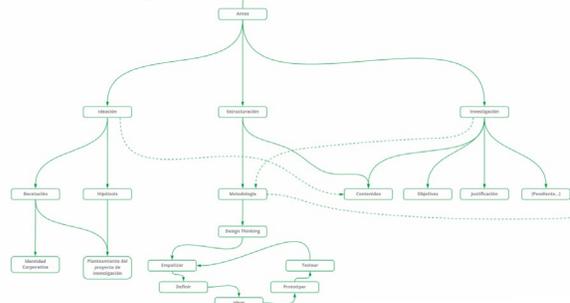


Figura 2: Estructura metodológica antes del desarrollo del proyecto de investigación.

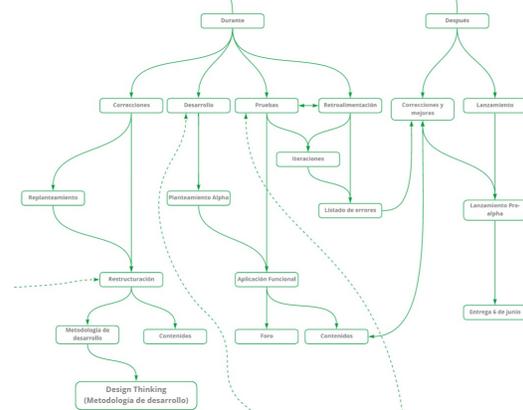


Figura 3: Estructura metodológica durante la ejecución del proyecto de investigación y producción del resultado esperado. Da introducción a la metodología de desarrollo.

5.2. Metodología de desarrollo.



Figura 4: Metodología de desarrollo para la página web, la aplicación, en versión alpha (a_1.0), además del desarrollo de la estrategia y material gráfico de marketing.

6. CONCLUSIONES

El proyecto tiene un cubrimiento bastante amplio, considerando las necesidades que requieren el desarrollo de una página web, de una aplicación móvil, una estrategia de marketing y e-mail marketing, por lo que supone un riesgo mayor la garantía del funcionamiento de cada uno de los elementos puestos allí, con un equipo de trabajo de un único individuo, la ralentización en los tiempos de desarrollo es notoria, aunque resulte gratificante la culminación de las versiones alpha (a_1.0) de ambos elementos.

Las experiencias aprendidas por el autor del proyecto durante la investigación, permitieron establecer parámetros de alto rendimiento y bases sólidas, para que un proyecto de contenidos digitales, enfocado al establecimiento de un ecosistema digital de emprendimiento, sea posible.

Queda en una alta expectativa, lograr implementarlo, de forma que emerja una versión Beta y en lo posible una versión candidata definitiva, que logre romper las barreras que han sido previstas durante el desarrollo de este proyecto.

7. ANEXOS

7.1.1. Cronograma, cuadro de Gantt.

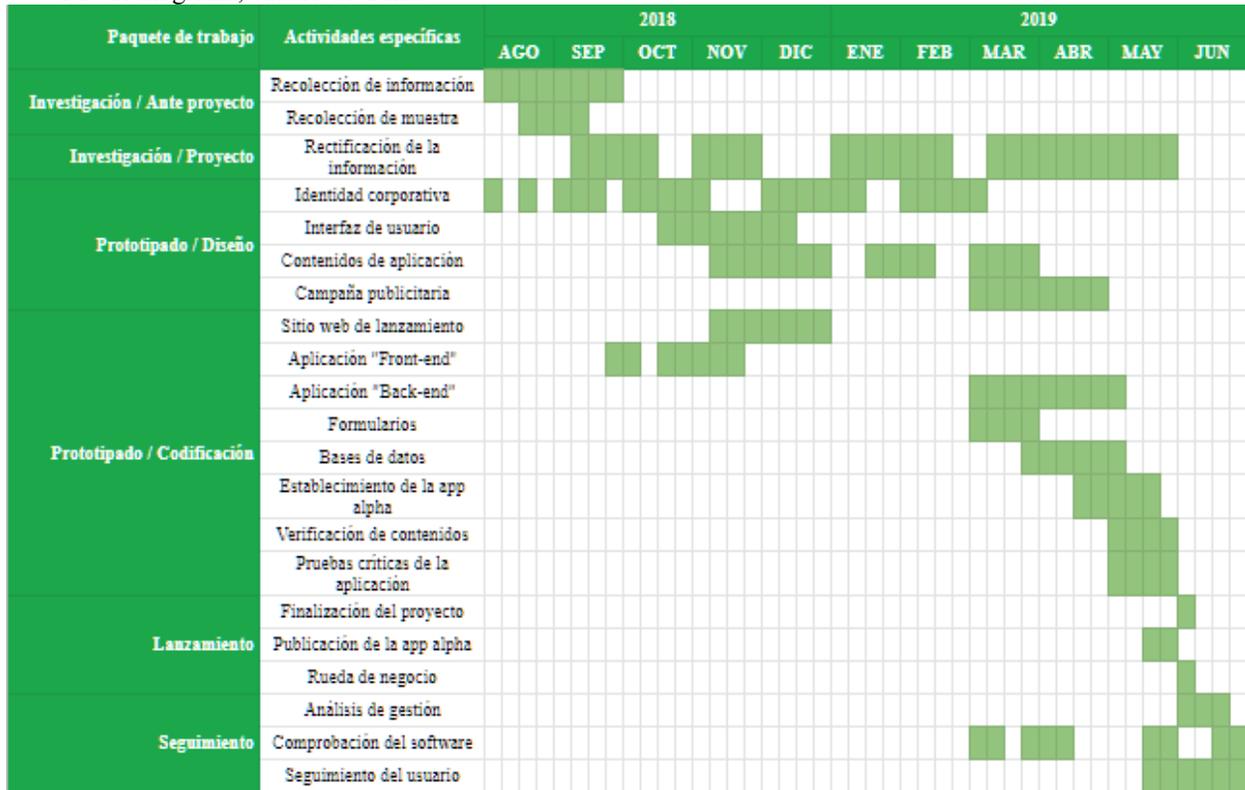


Figura 5: Cronograma, cuadro de Gantt sobre los procesos de desarrollo del proyecto.

7.1.2. Cuadro de hallazgos.

Nombre	Enfoque	Tipo	Página web	Redes	Fecha de creación (Día/Mes/Año)	Link	Seguidores	Taza crecimiento por mes	Posicionamiento	Tono comunicativo
Computrabajo	Empleo	Sustituta	https://www.computrabajo.com.co/	Facebook	26 03 13	https://www.facebook.com/computrabajo/	250,701.00	3,481.96	Busca ser la herramienta líder de búsqueda de empleo en la web. Se logra posicionar en gran parte de la latinoamérica de habla hispana con más de 127 millones de visitas mensuales, según datos de google analytics de febrero de 2019.	Serio
				Facebook	10 09 14	https://www.facebook.com/Compa.Trabajo.Columbia/	81,000.00	1,350.00		
				Twitter	- 05 13	https://twitter.com/computrabajo?lang=es	12,000.00	166.67		
				Twitter	- 09 14	https://twitter.com/CompuTrabajo_co?lang=es	1,878.00	31.30		
Empleo.com	Empleo	Sustituta	https://www.empleo.com/co	LinkedIn	- - -	https://www.linkedin.com/companys/computrabajo/	51,227.00	N/A	Empleo.com de la casa editorial del tiempo, busca ser la herramienta cómoda para que el profesional encuentre empleo fácilmente, en cualquier lugar de Colombia.	Corporativo
				Facebook	01 12 08	https://www.empleo.com/co	323,855.00	2,453.45		
				Twitter	- 08 08	https://twitter.com/empleocom?lang=es	81,601.00	618.19		
				Instagram	- - 19	https://www.instagram.com/empleocom/?hese=la	5,845.00	974.16		
				YouTube	24 06 18	https://www.youtube.com/user/noticiasempleo/	27,305.00	2,275.42		
LinkedIn	Red	Sustituta	https://www.linkedin.com/	LinkedIn	- - -	https://www.linkedin.com/company/linkedin/	6,909,516.00	N/A	Buscan ser una oportunidad para toda persona en el mundo laboral, conectando y creando reedes.	Racional
				Facebook	07 11 09	https://www.facebook.com/linkedin?_ega=SEARCH_BOX	2,056,064.00	17,133.87		
				Twitter	- 02 08	https://twitter.com/linkedin	1,470,000.00	11,136.36		
				Instagram	17 09 12	https://www.instagram.com/p/5p9d4e5V/	34,200.00	407.14		
				YouTube	30 08 06	https://www.youtube.com/user/linkedin	91,041.00	583.60		
The Job Auction	Empleo	Sustituta	https://www.thejobauction.com/	Facebook	07 03 16	https://www.facebook.com/thejobauction/	49,759.00	1,382.19	Se establecen como la herramienta para lograr encontrar las oportunidades que permitan generar mayores ingresos, creando una comunidad laboral, con oferta y demanda de empleos.	Corporativo
				Twitter	- 03 16	https://twitter.com/thejobauction?lang=es	1,769.00	49.14		
				Instagram	05 12 17	https://www.instagram.com/thejobauction/?hese=la	106,000.00	4,416.67		
				LinkedIn	- - -	https://www.linkedin.com/company/the-job-auction/	144.00	N/A		
				YouTube	23 11 17	https://www.youtube.com/channel/UC8vgISapbzis1sGiwGQmwtw/about	8.00	N/A		

Figura 6: Cuadro de hallazgos parte 1.

Amazon	Tienda	Sustituta	https://www.amazon.es/	Facebook	07	03	08	https://www.facebook.com/Amazon/	28,439,851.00	215,453.42	Se muestran como la solución para conectar al mundo, facilitando el envío y el comercio de productos e incluso servicios. Buscan generar comunidad y generar avances tecnológicos importantes.	Dinámico
				Twitter	-	02	09	https://twitter.com/amazon	2,980,000.00	24,833.33		
				Instagram	14	07	15	https://www.instagram.com/amazonmx/?hl=es-la	58,500.00	1,218.75		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/amazon/	7,632,620.00	N/A		
				YouTube	24	09	05	https://www.youtube.com/user/amazon	374,520.00	2,229.29		
Mercado libre	Tienda	Sustituta	https://www.mercadolibre.com.co/	Facebook	12	02	08	https://www.facebook.com/MercadoLibre/	12,772,752.00	96,763.27	La solución argentina, para que el comercio sea mucho más fácil y confiable.	Dinámico
				Twitter	-	07	12	https://twitter.com/ML_Ayuda	86,400.00	1,028.57		
				Instagram	20	07	15	https://www.instagram.com/mercadolibre_arg/?hl=es-la	173,000.00	3,604.17		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/amazon/	152,512.00	N/A		
Little Big Money	Crowdfunding	Sustituta	http://littlebigmoney.org/es/projects	Facebook	20	11	12	https://www.facebook.com/LittleBigMoney/	3,693.00	43.96	Una plataforma de crowdfunding para proyectos de impacto social y ambiental, buscan ser la solución a los problemas de financiación.	Cercano
				Twitter	-	11	12	https://twitter.com/LittleBigMoney	1,351.00	16.08		
				Instagram	15	07	15	https://www.instagram.com/p/KB1F11of	79.00	1.65		
				YouTube	-	-	-	https://www.youtube.com/channel/UCePS1D3PmH8wKxRhLQ8Z1nQ	11.00	N/A		
Uonset	Crowdfunding	Sustituta	uonset.com/es-ES/	Twitter	-	03	14	https://twitter.com/uonset	1,036.00	17.27	Para los artistas musicales, quienes requieren empezar un proyecto que los pueda lanzar a la fama de hecho, sólo para mejorar su propia comunidad.	Cercano
				Youtube	-	-	-	https://www.youtube.com/channel/UCzRn0C1H8sCmRvKTSUlcg	1.00	N/A		
Ideame	Crowdfunding	Sustituta	https://www.idea.me/	Facebook	06	06	11	https://www.facebook.com/ideamecom/	154,397.00	1,608.30	Buscan hacer realidad los proyectos de las personas generando un contacto, donde la comunicación y la experiencia son fundamentales para prosperar, todo bajo tres conceptos, financiamiento, difusión y profesionalización.	Pedagógico
				Twitter	-	05	11	https://twitter.com/ideamecom	16,200.00	168.75		
				Instagram	04	10	12	https://www.instagram.com/ideamecom/?hl=es-la	7,694.00	91.60		

Figura 7: Cuadro de hallazgos parte 2.

Indiegogo	Crowdfunding	Sustituta	https://www.indiegogo.com/	Facebook	13	01	08	https://www.facebook.com/Indiegogo/	552,627.00	4,186.57	Se establecen como el intermediario para solucionar los problemas para emprendedores. Una plataforma donde se pueden lanzar productos o servicios que pueden ser mejorados gracias a sus recomendaciones.	Emocional
				Twitter	-	02	09	https://twitter.com/Indiegogo	341,000.00	2,841.67		
				Instagram	14	07	12	https://www.instagram.com/indiegogo/?hl=es-la	77,600.00	923.81		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/amazon/	20,528.00	N/A		
				YouTube	-	-	-	https://www.youtube.com/channel/UCpA2CocPm69mPweh1w8dg/about	Oculto	N/A		
Ebay	Tienda	Sustituta	https://co.ebay.com/	Facebook	09	10	09	https://www.facebook.com/ebay/	10,842,498.00	90,354.15	Se ofrece como un servicio sencillo, en el que los usuarios pueden comprar, vender e incluso regalar cosas. Su identidad permanece con un estilo clásico, sin demasiados cambios en el tiempo.	Conservador
				Twitter	-	01	09	https://twitter.com/eBay	702,000.00	5,850.00		
				Instagram	27	11	12	https://www.instagram.com/ebay/?hl=es-la	685,000.00	8,154.76		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/ebay/	357,501.00	N/A		
				YouTube	30	10	05	https://www.youtube.com/user/ebay/about	113,961.00	678.34		
Indeed	Empleo	Sustituta	https://co.indeed.com/	Facebook	12	11	07	https://www.facebook.com/Indeed/?brand_redirect=153267465130160	1,771,194.00	12,299.96	Busca posicionarse como la página web número uno de empleo, ofreciendo lo mejor para los candidatos y brindando acceso en empresas de cualquier parte del mundo.	Corporativo
				Twitter	-	12	08	https://twitter.com/indeed	241,000.00	1,825.76		
				Instagram	05	05	15	https://www.instagram.com/indeedtwos/?hl=es-la	65,800.00	1,370.83		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/indeed-com/about/	205,558.00	N/A		
				YouTube	03	03	03	https://www.youtube.com/channel/UCpA2CocPm69mPweh1w8dg/about	Oculto	N/A		

Figura 8: Cuadro de hallazgos parte 3.

Facebook	Red	Sustituta	https://www.facebook.com/	Facebook	15	12	10	https://www.facebook.com/enespanol/	214,086,034.00	1,982,278.09	Busca hacer que el mundo esté más cerca y unido, permaneciendo conectados con la familia y los amigos para descubrir que es lo que pasa en el mundo y expresar lo que verdaderamente importa.	Emocional
				Twitter	-	03	07	https://twitter.com/facebook	13,500,000.00	93,750.00		
				Instagram	08	03	11	https://www.instagram.com/facebook?hl=es-la	3,200,000.00	33,333.33		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/facebook/	3,974,995.00	N/A		
				Youtube	06	05	09	https://www.youtube.com/user/officialfacebook	872,545.00	7,271.21		
Craigslist	Clasificados	Sustituta	https://colombia.craigslist.org/	-	-	-	-	-	N/A	No busca posicionarse	Sin tono	
Wish	Tienda	Sustituta	https://www.wish.com/	Facebook	22	12	11	https://www.facebook.com/wish/	37,431,194.00	389,908.27	Busca ser una herramienta que cualquiera puede usar sin complicaciones, para vender sus productos y servicios. Quiere ser la revolución en la forma en como el comercio debe llevarse a cabo en el futuro.	Divertido y rápido
				Twitter	-	06	14	https://twitter.com/WishShopping	193,000.00	3,216.67		
				Instagram	-	-	-	https://www.instagram.com/wish?hl=es-la	2,400,000.00	N/A		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/contextlogic/	17,638.00	N/A		
				Youtube	15	11	15	https://www.youtube.com/channel/UC30Vz-JLJAV3ihFzIcdHfg	148,575.00	3,095.31		
Kickstarter	Crowdfunding	Sustituta	https://www.kickstarter.com?lang=es	Facebook	21	04	09	https://www.facebook.com/Kickstarter/	1,555,050.00	12,958.75	Busca dar vida a proyectos creativos proveyendo a artistas, músicos, cineastas, diseñadores y otros creadores, los recursos necesarios para llevar sus ideas a la realidad.	Cercano y amigable
				Twitter	-	09	08	https://twitter.com/kickstarter	1,060,000.00	8,030.30		
				Instagram	01	03	13	https://www.instagram.com/kickstarter?hl=es-la	243,000.00	3,375.00		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/kickstarter/about/	55,204.00	N/A		
				Youtube	23	05	06	https://www.youtube.com/user/kickstarter/about	18,611.00	119.30		
Instagram	Red	Sustituta	https://www.instagram.com/about/us/	Instagram	-	-	-	https://www.instagram.com/about/	269,000.00	N/A		
				Facebook	06	10	12	https://www.facebook.com/instagramES/	60,354,387.00	718,504.61		
				Twitter	-	08	10	https://twitter.com/instagram	36,600,000.00	338,888.89		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/instagram/about/	269,724.00	N/A		

Figura 9: Cuadro de hallazgos parte 4.

Idea Impulsa	Consultora	Sustituta	https://www.idealimpulsa.cl/	N/T	-	-	-	-	-	N/A	Buscan establecerse como un grupo de profesionales apasionados por las ideas de emprendimiento, que brindan soluciones afectivas e innovadoras.	Simple
ParqueSoft	Consultora	Sustituta	http://www.parquesoft.com/	Facebook	28	02	08	https://www.facebook.com/parquesoftbog/	7,975.00	60.42	Se establece como un espacio para los emprendedores donde se pueden encontrar soluciones de conocimiento y TICs, generando alianzas entre diferentes sectores de la industria.	Corporativo y amigable
				Twitter	-	06	10	https://twitter.com/parquesoftCall	6,964.00	64.48		
				Youtube	-	-	-	https://www.youtube.com/user/CallParqueSoft	70.00	N/A		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/parquesoft/about/	621.00	N/A		
meetup	Red	Sustituta	https://www.meetup.com/es/about/	Facebook	20	02	08	https://www.facebook.com/meetup/	7,291.00	55.23	Busca posicionarse como un espacio donde las personas puede no solamente compartir información, sino también crear grupos y comunidades para poderse integrar en la vida real	Dinámico
				Twitter	-	11	14	https://twitter.com/MeetupES/	2,643.00	44.05		
				Youtube	19	06	07	https://www.youtube.com/user/meetuppy/about	4,155.00	28.85		
				Instagram	18	12	13	https://www.instagram.com/meetup/	31,400.00	436.11		
Fondo Emprender	Crowdfunding	Sustituta	http://www.fondoemprender.com/SitePages/Home.aspx#	Facebook	23	05	11	https://www.facebook.com/SENAComunicacion/	718,982.00	7,489.40	Se establece como una solución de gobierno, para beneficiar proyectos de la academia, a través de orientación profesional y financiación.	Corporativo y educativo
				Twitter	-	07	09	https://twitter.com/SENAComunica	693,000.00	5,775.00		
				Instagram	-	-	-	https://www.instagram.com/se	177,000.00	N/A		
				Youtube	24	10	08	https://www.youtube.com/user/SENAV/About	77,198.00	584.83		
etsy								https://www.etsy.com/es/				

Figura 10: Cuadro de hallazgos parte 5.

**HERRAMIENTA DIGITAL PARA LA INTEGRACIÓN DE ESTUDIANTES Y
EGRESADOS PROFESIONALES DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC
AL CAMPO DEL EMPRENDIMIENTO.**

Leonidas Alberto Ubaque Sandoval
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

Cohorte 4
Especialización en Diseño de Contenidos Digitales



ÍNDICE

1. Introducción	3
2. Planteamiento del problema	3
3. Objetivo general	4
4. Objetivos específicos	4
5. Marco Referencial	5
5.1. Metodología	5
5.2. Definición del contexto	11
5.3. Antecedentes	13
5.4. La aplicación (Mapa de navegación)	14
5.5. Propuesta de valor	14
5.6. Imagen corporativa	15
5.7. Características de diseño universal UX	15
5.8. Costos de producción y desarrollo	18
5.9. Monetización	27
5.10. Marketing	27
5.11. Iteraciones y resultados	33
5.12. Alcance	40
5.13. Conclusiones	41
6. Anexos	42
7. Referencias	45

1. Introducción.

Para el 2019, el diseño de contenidos digitales mantiene un amplio espectro productivo, en la oferta de productos, servicios y contenidos de entretenimiento, de negocios e incluso de seguridad para todo tipo de público a través de todo tipo de dispositivos.

Para menesteres de este proyecto, el enfoque es mantenido bajo el campo de los negocios, cuyo espectro conceptual y teórico es bastante amplio pero cuyas temáticas más importantes a tener en cuenta serán el emprendimiento y sus estrategias, así como datos sobre, empleo, la economía en Colombia.

Serán visibles varios fenómenos importantes, como la empleabilidad y las tecnologías digitales como herramientas, donde los usuarios tienen acceso a distintas oportunidades, pero su creatividad es la que definirá el grado de éxito de sus ideas.

2. Planteamiento del problema.

La motivación principal para la realización de este proyecto es que hasta la fecha (Mayo de 2019), no hay disponible ninguna aplicación enfocada en generar comunidad bajo el concepto de aprendizaje e interacción, donde pueda vincularse a la persona que usa un software desde un dispositivo móvil o un navegador, al campo del emprendimiento, desde cualquiera de sus perspectivas, con casos reales y temáticas actualizadas por una comunidad activa.

Los fenómenos de empleabilidad, educación, tecnologías digitales y los negocios en la web, son un panorama amplio del cual pueden ser generadas especulaciones, debido a que en lo que corresponde a la World Wide Web, existe un caos general, cuyos paradigmas a comprender someramente en este proyecto, son principalmente los de la economía digital y la web 2.0, enfocados al concepto de los negocios desde el punto de vista de aprendizaje e interacción.

Pero entonces, ¿Cómo a través de una herramienta digital, se puede facilitar a los estudiantes y egresados de la Corporación Universitaria UNITEC, tener una integración al emprendimiento y sus diferentes campos de conocimiento?

Como contraste a la formulación anterior, no es posible encontrar actualmente (Mayo de 2019), una herramienta que permita el acceso a temáticas de emprendimiento, a través de material y multimedia, segmentado y focalizado plenamente para cubrir los rasgos más importantes, antes, durante y después de la creación de proyectos, además de permitir la interacción con otros usuarios, donde la discusión, la opinión y la participación sean fundamentales al momento de crear y retroalimentar los conocimientos y experiencias de las personas.

Por tanto, el proyecto permanecerá enfocado en la información relacionada a los negocios, el aprendizaje y la interacción, pudiendo especular sobre algunos de los beneficios, basando el análisis sobre antecedentes, tendencias y novedades, antes y durante la investigación.

3. Objetivo general.

- Implementar una herramienta que facilite la integración de estudiantes y/o egresados de la Corporación Universitaria UNITEC, en un ecosistema digital de emprendimiento profesional.

4. Objetivos específicos.

- Desarrollar una página web y prototipado de una app que preste el servicio de integración al emprendedor desde múltiples dispositivos de Android y Microsoft.
- Ofrecer al usuario, contenidos multimedia de relevancia e interés, relacionados al emprendimiento, para el aprendizaje y la interacción..

- Brindar los espacios para la generación de suscripciones y registros dando acceso al usuario a información exclusiva.

5. Marco Referencial:

5.1. Metodología.

Para la calidad en el rendimiento tanto general como específico, el proyecto mantiene una estructura metodológica general, en la que están previstos todos los puntos prioritarios a tener en cuenta, antes durante y después, así como una metodología de desarrollo, basada en el design thinking, para facilitar los procesos de desarrollo, con puntos de retorno empleables en caso de ser necesario.

5.1.1. Estructura metodológica

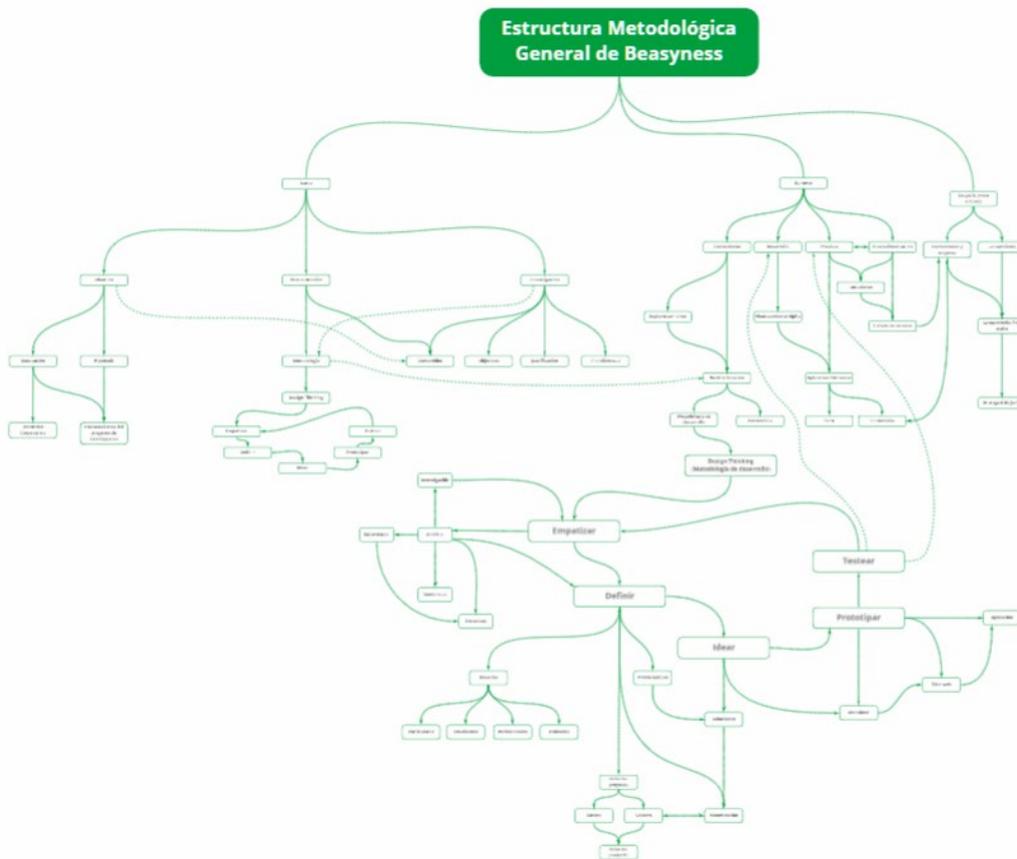


Figura 1: Estructura general de desarrollo, desglosada a

continuación para mejor visualización.

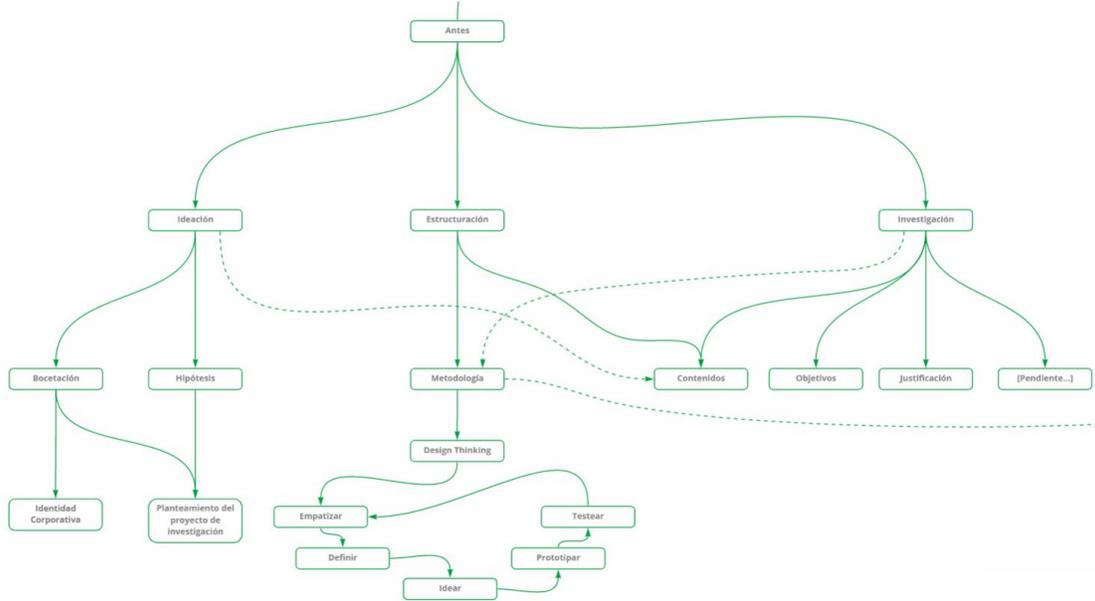


Figura 2: Estructura metodológica antes del desarrollo del proyecto de investigación.

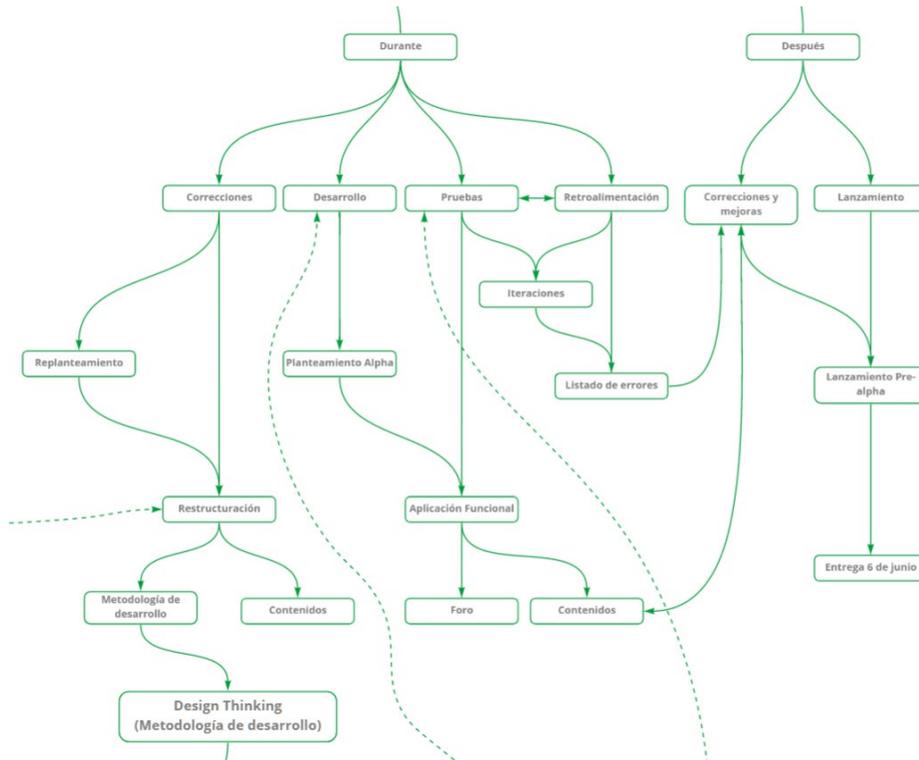


Figura 3: Estructura metodológica durante la ejecución del proyecto de investigación y producción del resultado esperado. Da introducción a la metodología de desarrollo.

5.1.2. Metodología de desarrollo



Figura 4: Metodología de desarrollo para la página web, la aplicación, en versión alpha (a_1.0), además del desarrollo de la estrategia y material gráfico de marketing.

5.1.2. Dofa

Matriz dofa		
Factores	Positivos	Negativos
	Fortalezas	Debilidades
Internos	Innovación en la integración de usuarios e información relacionada al emprendimiento, a través del aprendizaje y la interacción.	Un equipo pequeño de trabajo aumenta el riesgo de carencias o fallas en el desarrollo de la investigación y del resultado final.
	Hay un interés fuerte para que se logren resultados.	La capacidad de producción es mínima respecto a las exigencias del proyecto
	Se obtiene retroalimentación directa de profesionales.	No hay un planteamiento de seguridad informática a causa de la capacidad productiva e intelectual del equipo de trabajo.
	El público objetivo es bastante cercano al proyecto.	
	Oportunidades	Amenazas
Externos	Beneficiar a los egresados de la Corporación Universitaria UNITEC para que se integren al mundo del emprendimiento.	El proyecto no llegue a generar el impacto esperado en el público objetivo.
	Cualquier persona puede llegar a encontrar un equipo de trabajo para desarrollar su proyecto.	Se copie y se ejecute de forma malintencionada el proyecto, por un tercero.
	Se pueden encontrar financiación para proyectos de emprendimiento potenciales.	La aplicación puede sufrir el ataque por software malintencionado de personas inescrupulosas.
	Se puede consolidar una comunidad de emprendimiento.	

Figura 5: Tabla del DOFA, para la planeación, desarrollo y ejecución del proyecto con un equipo de trabajo de una sola persona.

5.1.2. Valoración de riesgos.

Código del riesgo	Descripción	Disparador	Categoría	Temporalidad	Actividad (es) afectada (as)	Mitigación
R-001	Fracaso en la ejecución del proyecto.	Errores en la investigación.	Proyecto.	Global del proyecto.	Todas.	Verificar la correcta argumentación y sustentación del proyecto.
R-002	Fallos irreparables en la aplicación o página web.	Bugs en la codificación.	Fase de desarrollo, codificación de los prototipos.	Mes de mayo. (Pruebas críticas de la aplicación).	Las correspondientes al paquete de "Lanzamiento" según el cronograma.	Hacer las respectivas pruebas, buscar la asesoría necesaria para la comprobación.
R-003	Falencias o desaciertos	Tiempo insuficiente y generación de elementos erróneos o faltantes en la página web, la aplicación, o los elementos gráficos de marketing.	Fase de desarrollo, codificación de los prototipos.	Mes de mayo. (Pruebas críticas de la aplicación).	Las correspondientes al paquete de "Lanzamiento" según el cronograma.	Hacer las respectivas pruebas, buscar la asesoría necesaria para la comprobación.
R-004	Rechazo de la aplicación por parte del público objetivo.	Fallos o falta de interés en el servicio.	Fase de lanzamiento	6 de junio (Rueda de negocio)	Las correspondientes al paquete de "Lanzamiento" según el cronograma.	Encontrar la forma de que la estrategia publicitaria logre un impacto que conzenga al público.
R-005	Perdida en la integridad de datos administrados por la aplicación	Ataque por software mal intencionado	Fase de lanzamiento	Mes de mayo y 6 de junio (Rueda de negocio)	Las correspondientes al paquete de "Lanzamiento" según el cronograma.	Establecer un sistema de seguridad informática que permita proteger datos.

Figura 6: Tabla de valoración de riesgos, para la ejecución del proyecto con un equipo de trabajo de una sola persona.

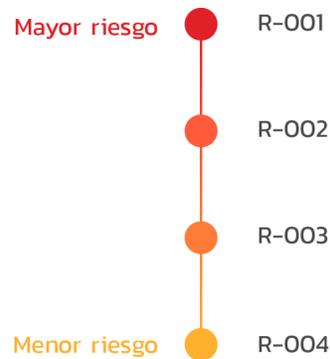


Figura 7: Escala de riesgos, de la tabla de valoración de riesgos, para la ejecución del proyecto con un equipo de trabajo de una sola persona.

5.2. Definición del contexto.

Aunque el proyecto es escalable, resulta ideal empezar por los estudiantes y egresados de la Corporación Universitaria UNITEC, los cuales estén interesados en empezar o continuar un proyecto de emprendimiento en el campo profesional e intereses que correspondan según su visión profesional.

Aquellos que cruzaron la conversión y ahora son usuarios de la aplicación, tendrán acceso a contenidos multimedia sobre temas afines al emprendimiento, donde podrán .

Son personas que pueden tener conceptos aprendidos en la academia, sobre lo que es emprendimiento y quieren aplicarlo, aunque también pueden ser aquellos que no tienen ningún conocimiento sobre el tema, pero quieren arriesgarse a crear algo nuevo y tienen la disposición de hacerlo.

El público esperado, tiene un arquetipo como el mago o el explorador (Consultar los 12 arquetipos de marca en los anexos), son aquellos que realmente están harán lo posible por cumplir sus objetivos, asumiendo cualquier tipo de riesgo y esperando lograr resultados importantes.

Para comprender mejor el arquetipo de dicho público, fue preparada gráficamente, una infografía que muestra un personaje con las características ideales, más fuertes.

Perfil Personal
María Gonzales es una ingeniera que recién terminó de cursar su carrera universitaria.

La ingeniería le ha tomado 9 semestres en total y la mitad de ese tiempo recurrió a la financiación a través de bancos, ahora desea devolver el dinero y empezar a obtener ganancias por su trabajo.

Ella está interesada en construir una empresa desde cero (0) y a lo largo de su carrera consiguió muy buenas amistades que están dispuestas a trabajar con ella.

Sin embargo, ella no sabe nada de lo que es crear una empresa y mucho menos sobre cómo administrarla cuando no hay fondos de ninguna proveniencia.

Antes de tomar cualquier decisión ella hace una búsqueda minuciosa en la internet sobre toda la información que necesita, pero aun así no comprende cual metodología tomar y tampoco tiene el dinero para pagar asesoría profesional.

Con los contactos disponibles y ciertas herramientas e información que aun no comprende, María Gonzales se encuentra en un dilema enmarcado en la inexperiencia.



María Gonzales
"Sé lo que quiero hacer, pero no sé como hacerlo"

Descripción

- 22 años.
- Recién egresado de la universidad.
- Busca emprender una nueva empresa para ofrecer servicios.

Atributos Personales

- Joven.
- Femenino.
- Sin experiencia laboral.
- Con buenos contactos.
- Egresada de Unitec en Ingeniería.

Necesidades

- Espacio de asesoramiento.
- Financiación.
- Información clara y actualizada sobre cómo montar un negocio.
- Material multimedia que facilite comprender ciertas temáticas.

Escenario
María se encuentra confundida y no entiende con claridad las temáticas que conllevan crear una empresa, desde el marco técnico y metodológico del emprendimiento o incluso el marco legal, elementos importantes para que el negocio sea estable..

Se encuentra atrapada en un círculo donde sabe lo que tiene que hacer y tiene algunas herramientas con las cuales empezar a trabajar, pero no sabe cómo empezar verdaderamente.

Comportamiento
A través de un anuncio en redes sociales, María se entera de que existe una aplicación, para los emprendedores, e intuye que podría encontrar algo de información sobre cómo emprender un nuevo negocio.

María no quiere crear más cuentas, así que primero explora la APP, y se da cuenta de que hay personas con diferentes proyectos, debatiendo sobre diferentes temas metodológicos y estratégicos, y se da cuenta de que existen guías que podría usar para poder iniciar exitosamente su negocio.

Finalmente se convence de registrarse y logra acceder a las guías básicas de emprendimiento; Usando el foro, logra resolver sus dudas. Es momento de que María cumpla sus sueños.

Ficha De Arquetipo • Presentada por: Leonidas Alberto Ubaque Sandoval • Contenidos Interactivos Digitales



Figura 8: La figura anterior, alude al tipo de usuario ideal, al cual el proyecto espera llegar.

5.3. Antecedentes

El foco sobre el desarrollo de aplicaciones y servicios no es nuevo, desde las indagaciones fueron encontradas distintas herramientas a las cuales los emprendedores pueden tener acceso, aunque originalmente no fueron creadas con tal fin, las redes sociales juegan un papel crucial en la oferta de productos y servicios, pues en los últimos años, realizaron adaptaciones que permiten a todo tipo de negocio, comprar planes para pautar y llegar a sus públicos objetivos de forma más directa, entrando en contacto con el público de formas creativas a través de vídeos, animaciones, imágenes o incluso chat-bots.

Aparte de redes sociales fueron encontrados también sitios web, en su mayoría de proveniencia internacional, que disponen sus esfuerzos para ofrecer al público servicios de calidad en cuanto a financiación y consultoría de proyectos, a un costo módico, los usuarios tienen acceso a la asesoría profesional en pro de tener un mejor desempeño, con conferencias y foros presenciales donde emprendedores y aprendices pueden asistir para informarse, aprender y generar conexiones.

Todo lo anterior, fue consignado y ordenado de forma detallada en un cuadro que puede ser consultado en los anexos.

Para Beasyness, fueron tomadas esas lecciones aprendidas para poder generar un proyecto digital que cubriera las necesidades del público, dentro del marco de la interacción (Sitio web, aplicación y redes sociales), de forma que logre una familiarización más fácil con el público, para poder encaminar a la participación hacia el nuevo ecosistema digital de emprendimiento propuesto.

5.4. La aplicación.

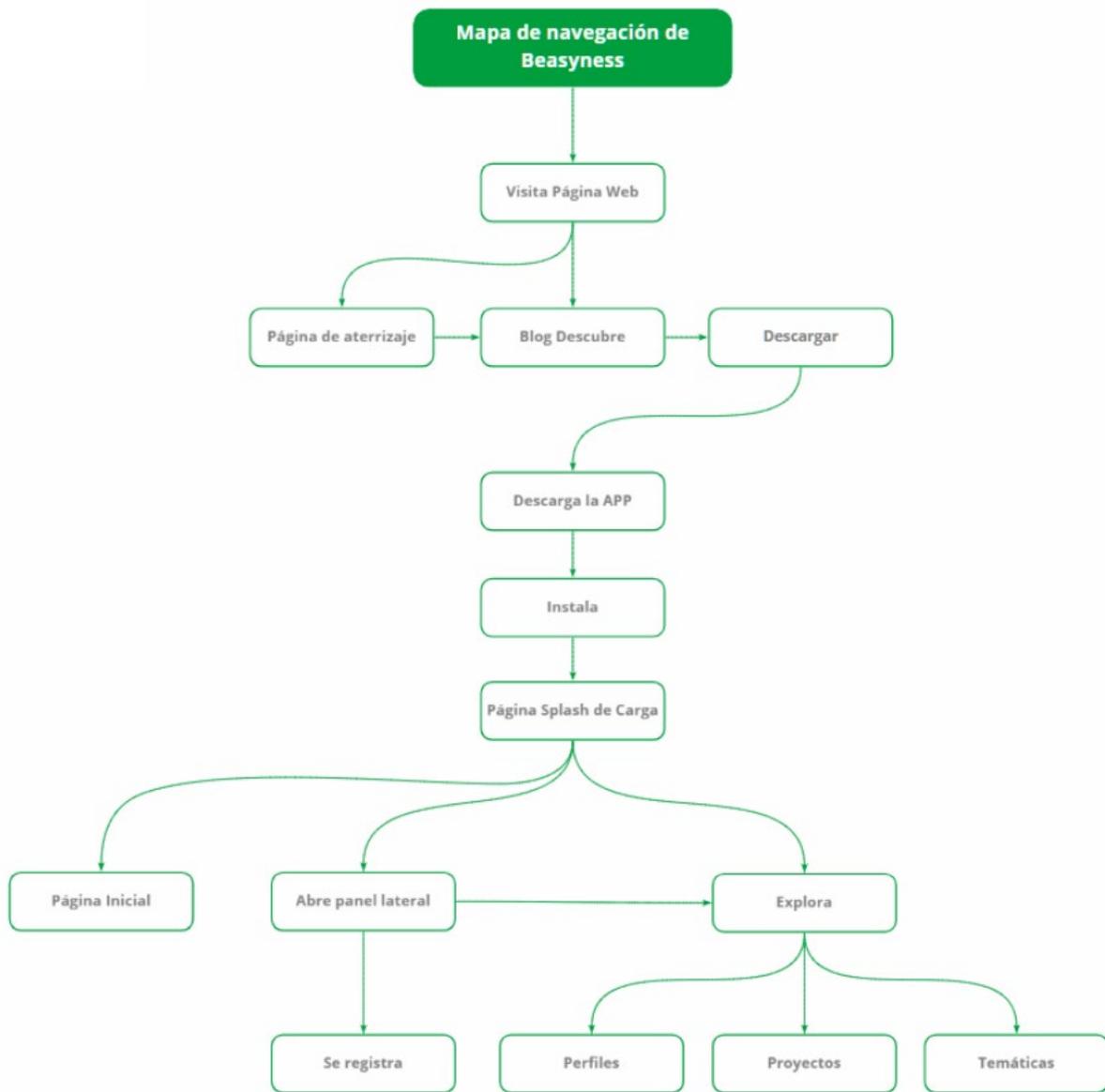


Figura 9: La figura anterior, muestra el esquema de navegación actual de Beasyness, desde que el usuario visita la página web, hasta que la descarga y la explora.

5.5. Propuesta de valor:

Beasyness, quiere dejar una marca limpia, sólida y enfocada en la mejora del aprendizaje sobre los conocimientos de emprendimiento, aceptando tanto a expertos como aprendices, para que juntos consoliden no sólo a la misma comunidad, sino a sus propios proyectos.

Una comunidad puede llegar a mantener una cantidad de información, amplia y variada, actualizada de forma crítica y oportuna según sus mismas necesidades.

El beneficio de que las personas logren integrarse para exponer sus conocimientos, expectativas y cuestionamientos, es que la información puede llegar a ser potencialmente útil, tanto para quienes la crean, corrigen y demandan, como para aquellos que la desconocen pero en algún momento la pueden necesitar con fines académicos..

5.6. Imagen corporativa

Pueden ser apreciados dos identificadores, diseñados bajo un concepto enfocado a los negocios, que tuviera la intención de sensibilizar frente a la necesidad de una comunidad amigable y una herramienta divertida.



Figura 10: Identificador corporativo, para disposiciones móvil y para web.

5.7. Características de diseño universal UX

El sitio web de Beasyness, en su versión alpha (a_1.0), fue lanzado el 25 de marzo de 2018, fue diseñado y desarrollado de forma que el usuario, con un simple manejo del ratón de un ordenador, o el sensor dactilar, pudiera navegar de forma libre, conociendo las temáticas que fueron redactadas y preparadas para ser comprendidas rápidamente, sin un lenguaje técnico ni iconografía irreconocible para el usuario.



iDebes ser parte de 

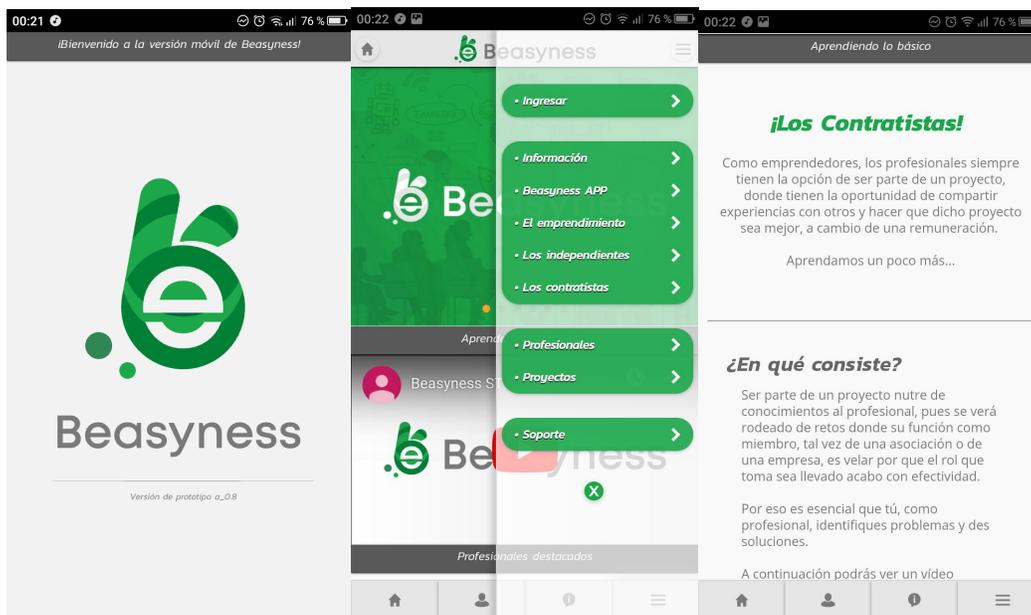
Figura 11: Página inicial de Beasyness, para el aterrizaje del público frente a la información sobre los servicios ofrecidos.



Figura 12: Página del blog descubre, para la interacción con los usuarios, generando temas de conversación y de conocimiento público, relacionados al emprendimiento.

La aplicación en su versión alpha (a_0.8), que fue lanzado el el 27 de Mayo de 2019 y que fue relanzado en su versión alpha (a_1.0) el 6 de Junio de 2019, fue pensada para el establecimiento de una herramienta que fuera capaz de hacer muestra del funcionamiento, en cuanto a la mecánica funcional de almacenamiento de información interactiva y la disposición de características bajo una perspectiva impuesta y evolucionada por las redes sociales, con la consulta de perfiles de profesionales y proyectos existentes.

La app mostrará una interfaz pensada en el manejo desde un dispositivo móvil, requiriendo un esfuerzo mínimo para el uso con una sola mano, principalmente la derecha.



Figuras 13, 14 y 15 (De izquierda a derecha): Interfaz de usuario de la aplicación Beasyness, consistente en una barra de navegación superior e inferior y adicionalmente un panel de navegación lateral derecho.

5.8. Costos de producción y desarrollo.

Una matriz de costos, permitió considerar los costos directos e indirectos, sean estos variables o fijos, dicha matriz puede ser consultada en su totalidad en los anexos del documento.

Costos	Directos	Cantidad	Tiempo (Meses)	Valor unitario	Sub Total
Variables	Equipos	5	12	\$150,000.00	\$9,000,000.00
	Servidores	1	6	\$250,000.00	\$1,500,000.00

Figura 16: Costos directos y variables.

Indirectos	Cantidad	Tiempo (Meses)	Valor unitario	Sub total
Alimentación	5	12	\$70,000.00	\$4,200,000.00
Transporte	5	12	\$5,000.00	\$300,000.00
Mantenimiento	5	2	\$250,000.00	\$2,500,000.00

Figura 17: Costos indirectos y variables.

Costos	Directos	Cantidad	Tiempo (Meses)	Valor unitario	Sub Total
Fijos	Diseñador	1	8	\$4,140,580.00	\$33,124,640.00
	Desarrollador	1	3	\$4,140,580.00	\$12,421,740.00
	Gestor de contenidos	1	12	\$828,116.00	\$9,937,392.00
	Asesor de soporte	2	12	\$828,116.00	\$19,874,784.00
	Factor de consultoría	1.50%	-	-	\$1,130,378.34

Figura 18: Costos directos y fijos.

Indirectos	Cantidad	Tiempo (Meses)	Valor unitario	Sub total
Servicios públicos	1	12	\$150,000.00	\$1,800,000.00
Internet	1	12	\$120,000.00	\$1,440,000.00
Licencia Adobe	1	12	\$158,300.00	\$1,899,600.00
Licencia Microsoft	1	12	\$34,548.00	\$414,576.00
Administración	2.50%	-	-	\$2,690,354.33
Imprevistos	2.50%	-	-	\$2,690,354.33
Utilidad	2.50%	-	-	\$2,690,354.33

Figura 19: Costos indirectos y fijos.

Gasto total (12 meses)	\$107,614,173.34	Gasto mensual	\$8,967,847.78
-------------------------------	------------------	----------------------	----------------

Figura 20: Costos totales y mensuales.

CÁLCULO DE INVERSIÓN PARA LA FASE DE DESARROLLO Y LANZAMIENTO				
Ingresos mínimos necesarios para cubrir los gastos totales al cumplir 12 meses, si el proyecto consigue financiación en los últimos 6 meses				
Factor de inversión (F.I)	Porcentaje(%)	Tiempo (meses)	Total (\$/mes)	Total (\$/año)
F.I. Por inversión	61.00%	6	\$10,940,774.29	\$65,644,645.74
F.I. Por donaciones	30.00%	6	\$5,380,708.67	\$32,284,252.00
F.I. Fondos propios	9.00%	12	\$807,106.30	\$9,685,275.60
F.I. Total (Mes)	100.00%	1	\$17,128,589.26	
Factor de inversión (F.I)	Porcentaje(%)	Tiempo (meses)	-	Total(\$/año)
F.I. (Año)	100.00%	12	-	\$107,614,173.34

Figura 21: Cálculo de inversión necesaria para el desarrollo completo de la app, en un año.

Mantenimiento y supervisión	\$38,533,560.78		
Deuda por inversión (+20%)	\$78,773,574.89		
Deuda por fondos propios (+15%)	\$11,138,066.94		
Deuda total (12 meses)	\$128,445,202.61	Deuda a recuperar (mensual)	\$10,703,766.88

Figura 22: Cálculo de la deuda generada por inversión.

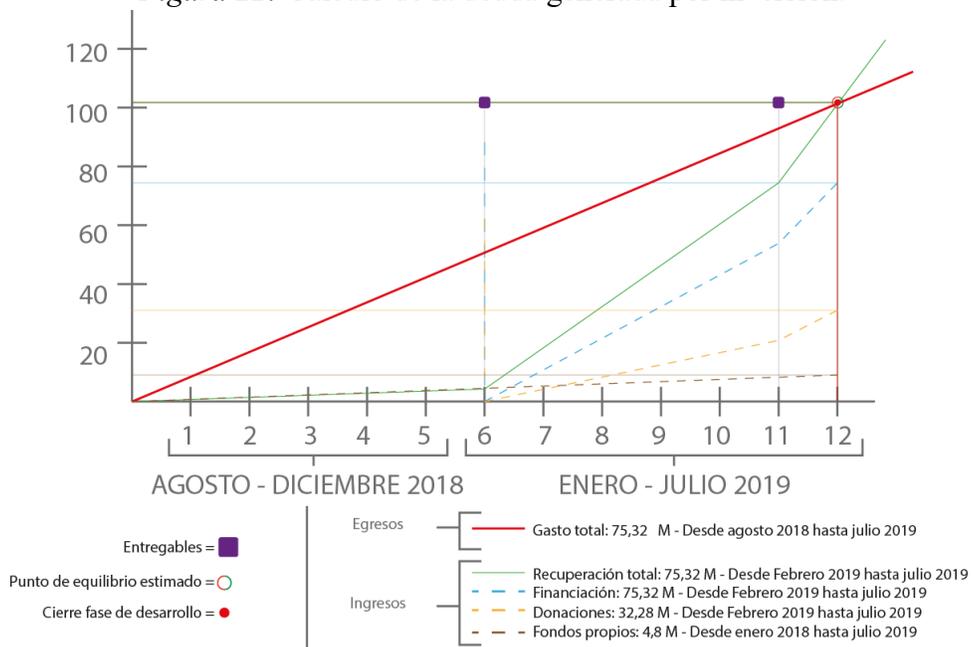


Figura 23: Proyección del punto de equilibrio entre los gastos generados y cubiertos con a través de las inversiones.

En las figuras 16,17, 18, 19 y 20, es visible el balance de los costos directos, indirectos variables y fijos, donde fueron reunidos todos los elementos necesarios para la producción del proyecto, el elemento más importante, es el factor inversión (*Figura 21*), necesario para el cubrimiento total de los gastos generados antes y durante el desarrollo.

CÁLCULO DE GANANCIAS PARA LA FASE DE COMERCIALIZACIÓN Y RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN				
Ingresos mínimos necesarios para cubrir la deuda por inversión.				
Factor de recuperación	Porcentaje (%)	Tiempo (meses)	Total (\$/mes)	Total(\$/año)
F.R. Por publicidad	50.00%	12	\$5,351,883.44	\$64,222,601.30
F.R. Por suscripciones	30%	12	\$3,211,130.07	\$38,533,560.78
F.R. Por donaciones	20%	12	\$2,140,753.38	\$25,689,040.52
F.R. Total (Mes)	100.00%	1	\$10,703,766.88	
Factor de recuperación	Porcentaje (%)	Tiempo (meses)	Total (\$/mes)	Total(\$/año)
F.R (Año)	100.00%	12		\$128,445,202.61

Figura 24: Cálculo de ganancias durante comercialización y recuperación de la inversión.

VALOR TOTAL DEL PROYECTO **\$354,089,063.92**

Figura 25: Cálculo del valor total del proyecto, que sobrepasa la deuda generada por producción e inversión..

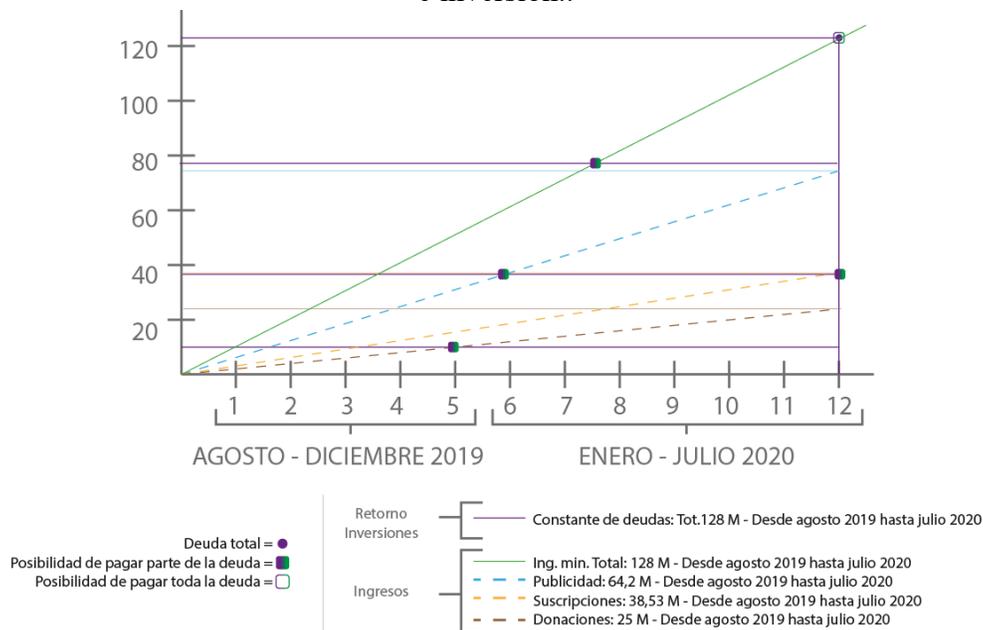


Figura 26: Proyección del punto de los puntos de equilibrios específicos y el general, cuando los ingresos de la aplicación empiecen a cubrir las deudas generadas por inversión.

5.9. Monetización

La monetización esperada, está enfocada a la recolección de fondos provenientes de publicidad en la página web o en la app, preferiblemente institucional o empresarial, ya que estos pueden pautar para ofrecer productos, servicios, en espacios determinados por el administrador de la aplicación.

Las suscripciones son fundamentales, pues son los usuarios a los que más ha generado confianza la aplicación, aunque hay una suscripción gratuita (Freemium), la suscripción premium ofrece al usuario acceso a material multimedia más exclusivo y personalizado, alcanzando incluso, la posibilidad de mentorías personalizadas con expertos.

Las donaciones, gestionadas por una campaña de marketing enfocada en ángeles inversores o capital semilla provenientes de empresas o entidades, permitirían al proyecto tener un espectro más alto de ingresos acelerando la gestión inversora y de mantenimiento.

5.10. Marketing

Beasyness como herramienta para los emprendedores, necesita llegar a su público objetivo, para ello logra el empleo de una estrategia de marketing completa, donde busca generar un llamado a la acción directo con el público objetivo, o indirecto con público ajeno a lo esperado, pretendiendo un alto impacto, por lo que la narrativa digital cobra valor, transmitiendo un mensaje específico y claro, “Intégrate, aprende y emprende, los buenos emprendedores lo hacen, los nuevos emprendedores lo hacen más simple con Beasyness...”, dirigido bajo una dinámica de expectativa.

5.10.1. Justificación de la estrategia de Marketing

El emprendimiento en Colombia es una materia en desarrollo y evolución constante, tanto en el sector privado, como también en el público. Temas como el de la economía naranja influyen incluso en los discursos políticos como argumento para el desarrollo económico de Colombia.

Como tal, “la economía naranja se postula como un conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

El universo naranja está compuesto por: i) la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad.” (Iván Duque Márquez, 2013)

Las tecnologías digitales a pleno 2019 se vuelven los principales canales con los que las personas divulgan y transforman la información, enviándola o recibéndola mucho más rápido y de forma mucho más simple.

Allí es donde cobra importancia el marketing digital, que asume un rol de influencia sobre los públicos, ofreciendo una información con un tono determinado que invita a todas las personas a interesarse más en un tema específico o a ejecutar alguna acción.

Incluso las tecnologías digitales, con su inmenso cubrimiento y capacidad, le dan acceso a las personas a todo tipo de oportunidades, en las cuales se facilitan cosas tan aparentemente básicas como la comunicación.

Las redes sociales llegan incluso a tomar papeles decisivos en la decisión de las personas al momento de ofertar, demandar, de tomar partido en cuestiones polémicas, todo con un carácter mucho más “libre” y “desinhibido”.

La cercanía de los dispositivos móviles en buena parte de la población, así como la comodidad de los dispositivos fijos en el hogar o la oficina, permiten generar cercanía conectando a las personas con información proveniente desde cualquier parte del mundo.

En las redes sociales, en lo que respecta al mundo de los negocios, cada vez se ven más casos de emprendimiento, asumiendo entonces, adaptaciones en cada una de las redes sociales, permitiendo espacios para ofertar artículos y servicios, además de espacios publicitarios donde las personas y empresas pueden hacerse más visibles, ajustando la oferta a través de algoritmos para que la información relevante llegue al público relevante.

El emprendimiento en redes sociales toma lugar, cuando vemos empresas como “Platzi”, donde a través de YouTube muestran información de la que su público puede aprender y en facebook y otras, publican información para orientar, ya que el objetivo de platzi, es que todo su público navegue en su sitio web, o que descargue su app, en las que comercian con información ofreciendo cursos para personas interesadas en la tecnología, cosa que hasta el momento ha sido un éxito total, teniendo una comunidad grande, activa e integral.

Beasyness, quiere toma todo ese aprendizaje sobre casos de “éxito” y “fracaso”, para establecer fortalezas que permitan crear una estrategia de marketing digital funcional, para atraer a su público y hacerlo sentir en un espacio amigable y útil donde compartir información, interactuar con ella y tener contacto con otros usuarios de cualquier parte.

5.10.2. Objetivos de la estrategia de Marketing.

General: Generar un impacto sobre el público objetivo, informando sobre la existencia de una comunidad llamada Beasyness, a la cual tienen acceso desde cualquier dispositivo y en la cual encontrarán un espacio con información y personas hablando específicamente sobre temas de Emprendimiento.

Específicos:

- Generar interés sobre Beasyness como herramienta de integración al mundo del emprendimiento.
- Convencer al público objetivo, de que Beasyness es una herramienta para emprendedores.
- Comunicar sobre las funciones, ventajas y valor agregado del producto, “una comunidad de emprendimiento”.
- Incentivar el uso de la aplicación invitando al usuario a integrarse a la comunidad Beasyness.

5.10.3. Metas de la estrategia de Marketing.

- Al culminar con la campaña de marketing en un período de 8 meses, se espera haber logrado captar la atención de los posibles primeros "stakeholders", interesados en invertir o pautar en Beasyness.
- Al culminar con la campaña de marketing, en un período de 8 meses, se espera que el público se haya interesado en suscribirse, teniendo acceso a material exclusivo y garantizando la sostenibilidad del proyecto y del servicio.

- Con la campaña realizada al menos en un 80%, en un periodo de 6 meses, se espera poder animar al público objetivo a que permanezcan activamente en la comunidad, aprendiendo y fortaleciendo conocimientos fundamentales del emprendimiento.

5.10.4. Targets de la estrategia de Marketing.

Para este proyecto se tienen 3 grupos poblacionales, a los cuales se quiere llegar:

Tipo 1: Estudiantes y egresados universitarios, quienes principalmente pueden llegar a estar interesados en emprender proyectos dentro de sus respectivos campos profesionales.

Aunque el proyecto es escalable, se quiere empezar por los estudiantes y egresados de la corporación universitaria unitec, los cuales estén interesados en empezar o continuar un proyecto de emprendimiento en el campo profesional e intereses que correspondan según su visión profesional.

Son personas que pueden tener conceptos aprendidos en la academia, sobre lo que es emprendimiento y quieren aplicarlo, aunque también pueden ser aquellos que no tienen ningún conocimiento sobre el tema, pero quieren arriesgarse a crear algo nuevo y tienen la disposición de hacerlo.

Se podría definir que el público esperado, tiene un arquetipo como el “mago” o el “explorador”, son aquellos que realmente están harán lo posible por cumplir sus objetivos, asumiendo cualquier tipo de riesgo y esperando lograr resultados importantes.

Tipo 2: Se quiere empezar por Bogotanas, que pueden no estar relacionados a alguna entidad, sino que son independientes, con intenciones de aprender y emprender,

Generalmente estas personas, han conseguido interesarse lo suficiente como para emprender un proyecto de negocio y puede que necesiten la información más relevante y detallada posible, así como contactos con los que puedan llegar a generar una conexión importante.

Se podría definir que el público esperado, tiene un arquetipo divergente entre el "forajido" y el "inocente" pues aspiran a innovar rompiendo con estándares, aunque puede que también estén desorientados y vulnerables al fracaso.

Tipo 3: Entidades del sector público y privado, quienes principalmente pueden llegar a estar interesados en beneficiar proyectos o programas de emprendimiento, en cualquier campo profesional, ya que en la mayoría se pueden presentar casos potenciales de emprendimiento.

Estas entidades pueden tener programas de emprendimiento con los cuales esperan tener alguna clase de proyecto ayudando a sus respectivos públicos, además tienen intenciones de pautar e invertir, para darse a conocer consolidándose como parte de la solución, orientando a sus públicos a tomar ciertas decisiones que les beneficien.

Se podría definir que el público esperado, tiene un arquetipo como el "héroe" o el "cuidador", en general son "mentores" que buscan cuidar y orientar, enfrentando cualquier riesgo que se pueda presentar, de forma calculada y preventiva, reduciendo porcentajes importantes en daños o pérdidas.

5.10.5. Embudos de conversión.

5.10.5.1. Usuarios tipo 1 y 2.



Figura 27: Embudo de conversión para usuarios tipo 1 y 2, a los cuales se quiere llegar a generar un impacto y una relación amigable, integrándolos en un espacio profesional para aprender a emprender, generando conexiones con otros usuarios e interacciones con el material multimedia disponible.

5.10.5.2. Usuarios de tipo 3.



Figura 28: Embudo de conversión para usuarios tipo 3, a los cuales se quiere llegar a generar un impacto y una relación formal, invitándolos a un espacio profesional para pautar y orientar, generando conexiones con los usuarios y otras entidades.

5.10.5.3 Conclusiones de embudo de conversión.

En los embudos de conversión se visualiza la orientación que tiene la campaña de marketing con relación al público objetivo.

Para esta estrategia se crean dos (2), uno enfocado específicamente en los usuarios interesados en usar Beasyness como herramienta para aprender a emprender y otro para usuarios interesados en utilizar Beasyness como herramienta para pautar y orientar.

Por lo que las variaciones entre ambos son leves, pero enfocadas en generar un impacto diferente para que se entiendan las alternativas posibles desde la plataforma, para beneficio de los públicos escogidos, apropiándose de un rol importante para la comunidad.

Para cada punto se tomará un periodo de 2 meses atendiendo respectivamente a eventualidades, cambios y mejoras; No se cesará en su ejecución pero se cambiará su prioridad, para facilitar el tratamiento del público (Usuarios tipo 1 y 2), en cada fase según sea programada en el cronograma.

5.10.6. Ejercicio de Benchmarking.

Se realizó un ejercicio de Benchmarking en el que se tuvieron en cuenta 2 realidades importantes:

A. No existe competencia directa con el servicio que se busca ofrecer.

B. Existen alternativas “sustitutas” a las cuales los usuarios acceden

Previamente se había realizado un cuadro de hallazgos que permitió hacer un reconocimiento respecto a temas de usabilidad y enfoque, lo que permitió determinar en una primera instancia la posible competencia.

5.10.6.1 Conclusiones del ejercicio de Benchmarking

Se encontraron diferentes casos, algunos particulares donde aunque carecían de herramientas de marketing o de información, no significa que sean propiamente proyectos fracasados, sino que posiblemente tienen alguna estrategia de posicionamiento que les permite permanecer años en el mercado, posiblemente alianzas.

Con el ejercicio de Benchmarking se logró reafirmar dicha información y ampliarla al máximo, consiguiendo incluso información sobre más alternativas “sustitutas”, de las cuales no se hace tan fácil conocer, pero al revisar blogs, artículos y páginas web informativas que hablan específicamente sobre temas de emprendimiento (Negocios, empleabilidad, crowdfunding), se hace más tangible la información.

Finalmente, se logró establecer un panorama mucho más claro respecto a cuáles son los recursos que están en la web, para el público objetivo, lo que permitirá reconocer fortalezas y debilidades que podrían beneficiar el proyecto en construcción y el servicio ofrecido.

5.10.7. Tono comunicativo.

Se quiere establecer una relación directa y personalizada, para un segmento específico de “interesados en el emprendimiento”. De forma que el público se sienta en la capacidad de interactuar con Beasyness y sus usuarios desde cualquier medio, pero más importante aún, desde la aplicación donde están las herramientas multimedia y de interacción para generar la integración a la comunidad.

5.10.8. Contenidos.

Actualidad: Hablar sobre el emprendimiento en latinoamérica y colombia, es interesante para los que quieren proyectarse a hacer algo, como montar un negocio o participar en uno, de esta forma las personas pueden estar enteradas de movimientos importantes respecto a la economía.

Tendencias: El crowdfunding es una de las alternativas que tienen los emprendedores, pero las personas desconocen cómo acceder a él, sea desde medios privados o de gobierno, podría interesarles saber más.

Legalidad: Cualquier emprendimiento tiene un costo, y muchos se pueden preguntar “¿Cuánto vale emprender?”, la información sobre mecanismos que utilizan los gobiernos puede ser vital para las personas que buscan información rápida y actualizada.

Negocios: Se puede orientar a las personas para mostrarles “que pueden decidir”, si tal vez ser independientes, o tal vez estar vinculados a una empresa. Saber los pros y los contras sería una ventaja para aquel que apenas se va a integrar al campo competitivo profesional laboral.

Emprendimiento: Existen ciertos conceptos que las personas no suelen ver, que son importantes y que pueden ser expuestos de forma muy sencilla para poder empezar a comprender lo que verdaderamente significa el ejercicio de emprender un proyecto, los beneficios y responsabilidades que este trae y las ventajas de hacerlo.

Casos: Mostrarles a las personas ejemplos de emprendedores y proyectos de emprendimiento importantes, pero orientado más a aquellos que son diferentes, aunque sean de cualquier parte del mundo, existen proyectos exitosos de los que poco se habla, podría resultar inspirador, mostrar a la persona del “común”, como otras personas del “común”, han logrado grandes avances.

Portafolio: Ofrecer a las personas servicios de Beasyness, que les pueden ser interesantes para empezar a aprender e integrarse en la comunidad, invitándolos a registrarse y a sacar provecho de la herramienta.

Los anteriores contenidos permiten la generación de una parrilla de publicaciones para la web, que inicialmente está desarrollada para dos semanas, cubriendo, para empezar, dos (2) horarios diferentes cada día, de manera que el público note actividad en la comunidad.

5.11. Iteraciones y resultados

A través de dos tipos de análisis, emergió información sobre lo que el público objetivo conoce y prefiere en términos de emprendimiento, además de una serie de evaluaciones en tres (3) enfoques distintos, el de la población objetivo (Grupo A), el de un público ajeno a la población objetivo pero relacionado a las intenciones del proyecto (Grupo B) y uno completamente ajeno (Grupo C), para conocer la percepción sobre los desarrollos logrados.

5.11.1. Iteraciones

A través de unos cuadros de iteraciones compartidos con tres públicos distintos, se recogieron los siguientes datos:

GRUPO A (Página web)				
Item a evaluar	Carlos L.	María F	Karen	Janeth P.
Actualizable	5	5	5	5
Adaptable	5	5	5	5
Amigable	5	5	5	5
Cantidad de	5	4 (Se demora la	5	3
Contemporanea	5	5	5	hacerlo evidente
Eficiente	5	5	5	5
Fiable	5	5	5	hacerlo evidente
Funcional	4	4	4	4
Interacción	5	5	5	5
Legible	4	4	4	3
Mantenible	5	5	5	3
Navegabilidad	5	4	4	hacerlo evidente
Programable	5	5	5	hacerlo evidente
Simple	5	5	5	5
Universal	5	N/R	N/R	N/R
Usable	5	5	5	5

Figura 29: Iteraciones con el grupo A. Público objetivo. Tienen un criterio profesional, ya que son estudiantes y docente de la especialización de diseño de contenidos digitales.

GRUPO B (Página web y aplicación)							
Item a evaluar	Wilson A.	Edgar C.	Angélica J.	Esperanza T.	Julian M.	John T.	Angela P
Comprensión	5	5	4	5	5	5	5
Diseño	5	3	4	5	5	5	5
Eficiencia	5	4	5	5	5	5	5
Facilidad de	4	4	3	N/R	5	4	5
Integración	5	4	4	4	5	4	4
Interacción	4	4	4	5	5	4	4
Lectura	5	5	4	N/R	5	3	4
Navegabilidad	5	5	5	5	5	4	5
Percepción	4	5	3	5	5	3	4
Pertinencia	5	5	5	5	5	4	4
Posibilidad de	4	3	3	N/R	5	3	5

Figura 30: Iteraciones con el grupo B. Tienen un criterio profesional, ya que son profesionales en sistemas, diseño y administración de archivo, que hacen parte de un emprendimiento en curso.

GRUPO C (Página web y aplicación)			
Item a evaluar	Leonidas U.	Edith S.	Jorge U.
Comprensión	5	5	4
Diseño	5	5	4
Eficiencia	5	5	5
Facilidad de	4	5	5
Integración	5	4	4
Interacción	4	4	4
Lectura	5	5	4
Navegabilidad	5	5	5
Percepción	4	5	3
Pertinencia	5	5	5
Posibilidad de	4	3	3

Figura 31: Iteraciones con el grupo C. No tienen un criterio enfocado al emprendimiento, ya que son profesionales vinculados a empresas y tienen un cargo específico, no están interesados en ser parte de un emprendimiento.

5.11.2. Encuestas

Nivel de educación

111 respuestas

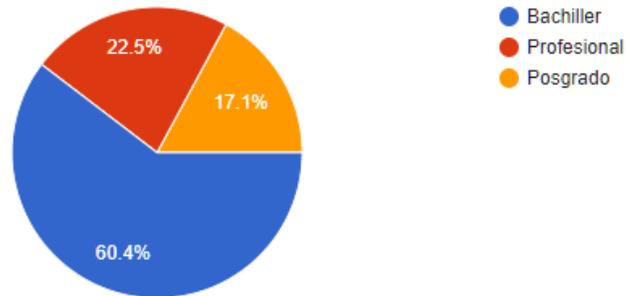


Figura 32: Nivel de educación. Para conocer el tipo de población encuestado.

¿En qué rango de edad te encuentras?

111 respuestas

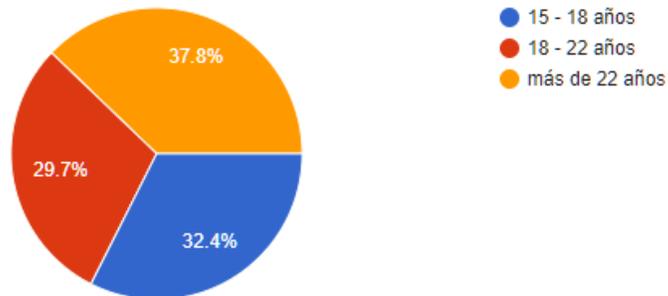


Figura 33: Rango de edad. Para reconocer parte de los patrones de conducta de los encuestados.

¿Has pensado en internet como alternativa para el emprendimiento?



113 respuestas

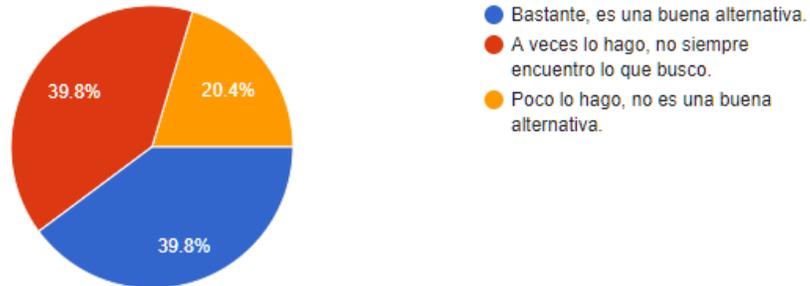


Figura 34: Internet como alternativa para emprender. Para conocer las preferencias de los encuestados.

¿Qué nivel de conocimientos tienes sobre el concepto de emprendimiento y sus procesos?



113 respuestas

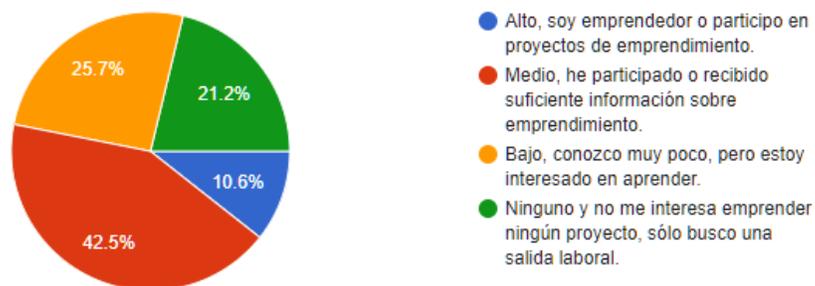


Figura 35: Nivel de conocimientos sobre emprendimiento. Para conocer los niveles de interés de los encuestados.

¿Usas internet para buscar productos o servicios de carácter profesional?



113 respuestas

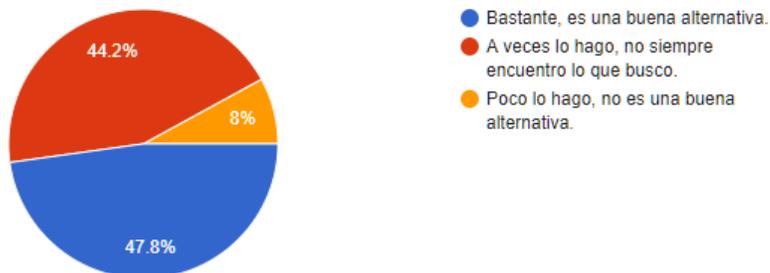


Figura 36: Internet para búsqueda de productos o servicios. Para comprender las preferencias y opiniones de los encuestados.

¿Conoces algunas de las siguientes páginas de empleo, tiendas web o crowdfunding?

113 respuestas

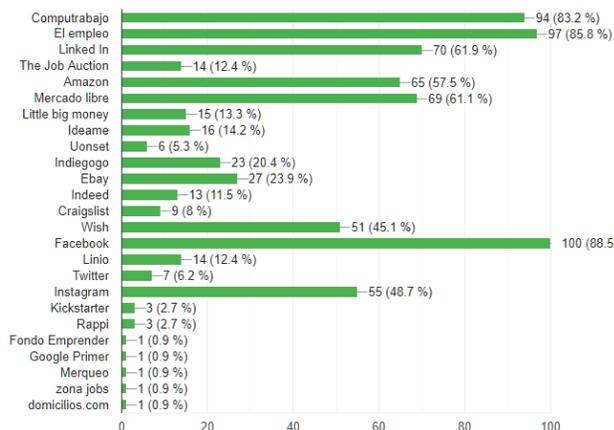


Figura 37: Conocimiento de páginas de empleo, tiendas web o de financiación. Para comprender parte de los conocimientos de los encuestados.

¿Cuántas veces visitas páginas web de empleo, tiendas web o crowdfunding, antes de encontrar una solución a lo que buscas?

113 respuestas

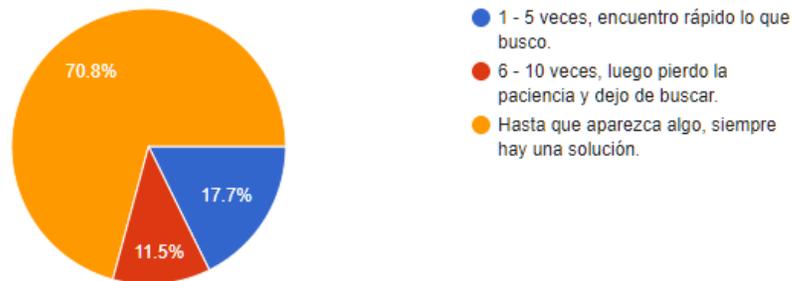


Figura 38: Persistencia del usuario para encontrar algo en diferentes páginas web. Para comprender el nivel de persistencia para tomar una decisión de empleo, compra o financiación.

5.11.2.1 Conclusiones de las encuestas.

Las encuestas fueron realizadas bajo dos (2) vías, a través entrevista y en línea, de ambas fueron obtenidos datos relevantes frente a los intereses, la opinión, en incluso la persistencia, para comprar, vender o ser financiados.

Hay personas que no les interesa emprender, manifestaban durante la entrevista que preferían una estabilidad laboral, ya que ignoran, les causa temor, o les incomoda el manejo de los impuestos y creen que un emprendimiento podría resultar en un fracaso.

Hay personas que desconfían bastante del comercio en la web pues temen estafas.

Registró personas mayores de 22 años solo son bachilleres y les gustaría aprender de emprendimiento.

Personas entrevistadas directamente, que tienen 18 a 22 años (recién cumplidos) o son mayores de 22 años que solo son bachilleres, manifestaron no les interesa en lo absoluto la tecnología.

Se encontraron personas mayores de 22 años, que son emprendedores y tienen amplio conocimiento del emprendimiento, pero están de acuerdo en que les gustaría algo práctico para mantenerse actualizados.

Con facebook, las personas que fueron entrevistadas directamente, manifestaron que en ocasiones no distinguían el facebook para negocios, de una red social, de hecho creen que sólo es para entretenimiento y les resulta molesta la publicidad.

Las personas que fueron entrevistadas, manifestaban un mayor interés por quedarse en internet buscando hasta encontrar lo que les interesa, principalmente por que van a comprar algo o necesitan empleo.

Los más jóvenes manifestaron que suelen consultar internet más para ocio, pero cuando necesitaban buscar cosas que necesitan comprar, no presentaban mayor dificultad para encontrarlo.

5.12. Alcance, mejoras y oportunidades.

Es importante para proyecto ser escalable, y buscar beneficiar en primera instancia a estudiantes y egresados de la Corporación Universitaria Unitec, quienes oportunamente pueden ser intervenidos y motivados por el programa de emprendimiento de la universidad, para participar en la comunidad, donde podrán interactuar, inicialmente con la página web y luego con la aplicación, donde ampliar su espectro de expectativas, del margen de lo académico, al margen de lo laboral, vinculándose o proponiendo proyectos.

Sería ideal lograr que los usuarios tengan conexiones sólidas con personas más experimentadas o también a su nivel de conocimiento, para que se asesoren o integren a sus proyectos, mientras que aprenden más sobre temas afines al emprendimiento, interactuando con el contenido multimedia disponible en la aplicación. La página web ofrece una información sobre facilidades del servicio ofrecido a estudiantes, particulares y entidades, públicas y privadas, que en algún momento pudieren tener la necesidad o la motivación de comprar, invertir o participar en alguno de los proyectos.

La interactividad con la información adicional dentro de la aplicación, a la que el usuario tendrá acceso luego de su suscripción, permitirá reconocer información más profunda sobre la aplicación, sobre el emprendimiento y temas afines que puedan ser de relevancia y pertinencia para la comunidad. La información puesta, tanto en el sitio web, como en la aplicación podría tener la oportunidad de ser retroalimentada por la misma comunidad, manteniéndola actualizada y ordenada, para ser consultada desde cualquier dispositivo con acceso a internet, lo que supondría una ventaja para aquellos usuarios, que generan interacciones con otros, o con la misma información alojada en servicios en línea.

5.13. Conclusiones

El proyecto tiene un cubrimiento bastante amplio, considerando las necesidades que requieren el desarrollo de una página web, de una aplicación móvil, una estrategia de marketing y e-mail marketing, por lo que supone un riesgo mayor la garantía del funcionamiento de cada uno de los elementos puestos allí, con un equipo de trabajo de un único individuo, la ralentización en los tiempos de desarrollo es notoria, aunque resulte gratificante la culminación de las versiones alpha (a_1.0) de ambos elementos (Página web y aplicación) y de una estrategia de marketing pensada para un alto rendimiento en el alcance de un público variado.

Las experiencias aprendidas por el autor del proyecto durante la investigación, permitieron establecer parámetros de alto rendimiento y bases sólidas, para que un proyecto de contenidos digitales, enfocado al establecimiento de un ecosistema digital de emprendimiento, sea posible, no solo en materia de producción, sino también de inversión y retribución económica.

Queda en una alta expectativa, lograr implementarlo, de forma que emerja una versión Beta y en lo posible una versión candidata definitiva, que logre romper las barreras que han sido previstas durante el desarrollo de este proyecto.

6. Anexos

6.1.1. Cronograma, cuadro de Gantt.

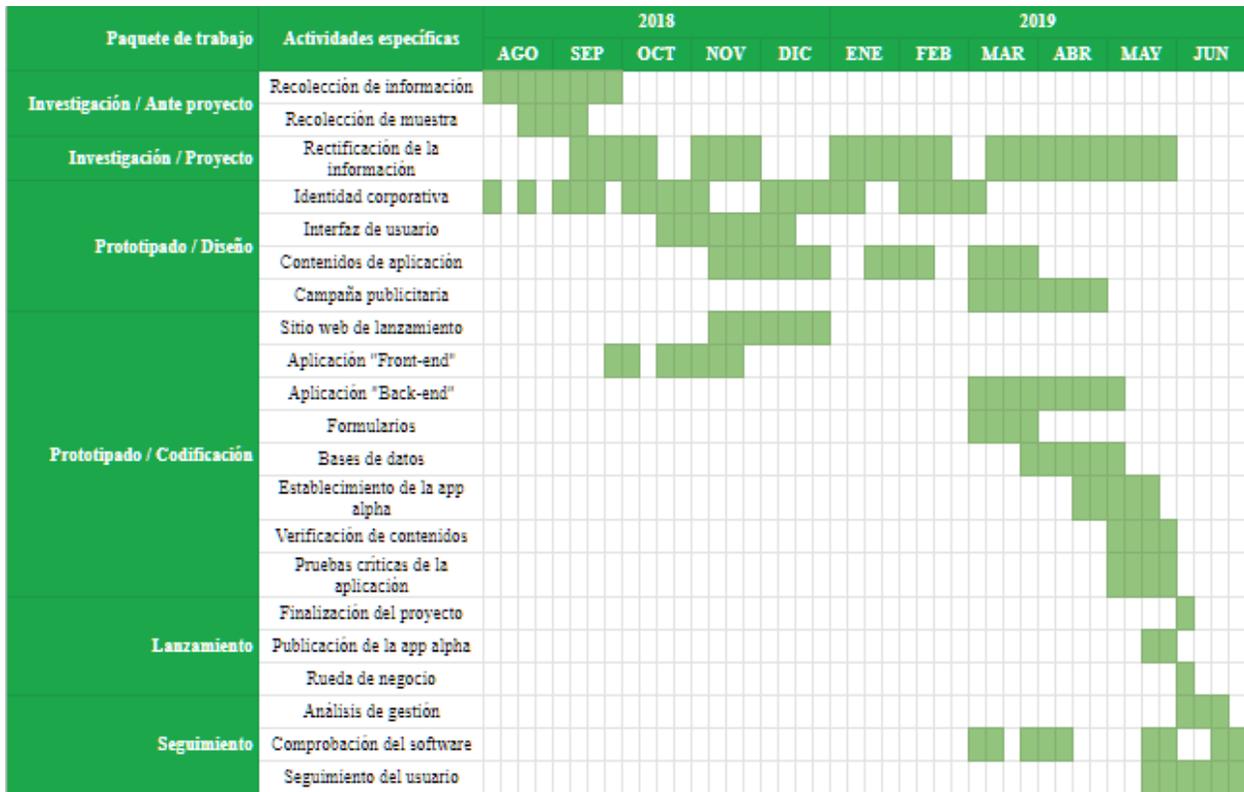


Figura 39: Cronograma, cuadro de Gantt sobre los procesos de desarrollo del proyecto.

6.1.2. Cuadro de hallazgos.

Nombre	Enfoque	Tipo	Página web	Redes	Fecha de creación (Día/Mes/Año)	Link	Seguidores	Taza crecimiento por mes	Posicionamiento	Tono comunicativo
Computrabajo	Empleo	Sustituta	https://www.computrabajo.com.co/	Facebook	26 03 13	https://www.facebook.com/computrabajo/	250,701.00	3,481.96	Busca ser la herramienta líder de búsqueda de empleo en la web. Se logra posicionar en gran parte de la latinoamérica de habla hispana con más de 127 millones de visitas mensuales, según datos de google analytics de febrero de 2019.	Serio
					10 09 14	https://www.facebook.com/CompuTrabajoColombia/	81,000.00	1,350.00		
				Twitter	- 05 13	https://twitter.com/computrabajo?lang=es	12,000.00	166.67		
					- 09 14	https://twitter.com/CompuTrabajo_co?lang=es	1,878.00	31.30		
Empleo.com	Empleo	Sustituta	https://www.empleo.com/co	Facebook	- - -	https://www.linkedin.com/company/empleo.com/	51,227.00	N/A	Empleo.com de la casa editorial del tiempo, busca ser la herramienta cómoda para que el profesional encuentre empleo fácilmente, en cualquier lugar de Colombia.	Corporativo
					01 12 08	https://www.empleo.com/co	323,855.00	2,453.45		
				Twitter	- 08 08	https://twitter.com/empleo.com?lang=es	81,601.00	618.19		
					- - 19	https://www.instagram.com/empleo.com/?hl=es-la	5,845.00	974.16		
				LinkedIn	- - -	https://www.linkedin.com/company/empleo/	207,180.00	N/A		
					24 06 18	https://www.youtube.com/user/noticiasempleo/	27,305.00	2,275.42		
LinkedIn	Red	Sustituta	https://www.linkedin.com/	LinkedIn	- - -	https://www.linkedin.com/company/linkedin/	6,909,516.00	N/A	Buscan ser una oportunidad para toda persona en el mundo laboral, conectando y creando redes.	Racional
					07 11 09	https://www.facebook.com/linkedin?epa=SEARCH_BOX	2,056,064.00	17,133.87		
				Twitter	- 02 08	https://twitter.com/linkedin	1,470,000.00	11,136.36		
					17 09 12	https://www.instagram.com/p/Ps9d4zaE3/	34,200.00	407.14		
					30 08 06	https://www.youtube.com/user/linkedin	91,041.00	583.60		
The Job Auction	Empleo	Sustituta	https://www.thejobauction.com/	Facebook	07 03 16	https://www.facebook.com/thejobauction/	49,759.00	1,382.19	Se establecen como la herramienta para lograr encontrar las oportunidades que permitan generar mayores ingresos, creando una comunidad laboral, con oferta y demanda de empleos.	Corporativo
					- 03 16	https://twitter.com/thejobauction?lang=es	1,769.00	49.14		
				Instagram	05 12 17	https://www.instagram.com/thejobauction/?hl=es-la	106,000.00	4,416.67		
					- - -	https://www.linkedin.com/company/the-job-auction/	144.00	N/A		
					23 11 17	https://www.youtube.com/channel/UC6vgSa0bz1aGiwGQxtw/about	8.00	N/A		

Figura 40: Cuadro de hallazgos parte 1.

Amazon	Tienda	Sustituta	https://www.amazon.es/	Facebook	07 03 08	https://www.facebook.com/Amazon/	28,439,851.00	215,453.42	Se muestran como la solución para conectar al mundo, facilitando el envío y el comercio de productos e incluso servicios. Buscan generar comunidad y generar avances tecnológicos importantes.	Dinámico
					- 02 09	https://twitter.com/amazon	2,980,000.00	24,833.33		
					14 07 15	https://www.instagram.com/amazomex/?hl=es-la	58,500.00	1,218.75		
					- - -	https://www.linkedin.com/company/amazon/	7,632,620.00	N/A		
					24 09 05	https://www.youtube.com/user/amazon	374,520.00	2,229.29		
Mercado libre	Tienda	Sustituta	https://www.mercadolibre.com.co/	Facebook	12 02 08	https://www.facebook.com/MercadoLibre/	12,772,752.00	96,763.27	La solución argentina, para que el comercio sea mucho más fácil y confiable.	Dinámico
					- 07 12	https://twitter.com/ML_Ayuda	86,400.00	1,028.57		
				Instagram	20 07 15	https://www.instagram.com/mercadolibre.arg/?hl=es-la	173,000.00	3,604.17		
					- - -	https://www.linkedin.com/company/amazon/	152,512.00	N/A		
Little Big Money	Crowdfunding	Sustituta	http://littlebigmoney.org/es/projects	Facebook	20 11 12	https://www.facebook.com/LittleBigMoney/	3,693.00	43.96	Una plataforma de crowdfunding para proyectos de impacto social y ambiental, buscan ser la solución a los problemas de financiación.	Cercano
					- 11 12	https://twitter.com/LBigMoney	1,351.00	16.08		
				Instagram	15 07 15	https://www.instagram.com/p/5K9LFTLz/	79.00	1.65		
					- - -	https://www.youtube.com/channel/UCaPS1D3PmH8wksRnLQBZLhQ	11.00	N/A		
Uonset	Crowdfunding	Sustituta	uonset.com/es-ES/	Twitter	- 03 14	https://twitter.com/uonset	1,036.00	17.27	Para los artistas musicales, quienes requieren empezar un proyecto que los pueda lanzar a la fama de hecho, sólo para mejorar su propia comunidad.	Cercano
					- - -	https://www.youtube.com/channel/UCZgRn0C1H8sCmRevKTSUjog	1.00	N/A		
Ideame	Crowdfunding	Sustituta	https://www.idea.me/	Facebook	06 06 11	https://www.facebook.com/ideamecom/	154,397.00	1,608.30	Buscan hacer realidad los proyectos de las personas generando un contacto, donde la comunicación y la experiencia son fundamentales para prosperar, todo bajo tres conceptos, financiamiento, difusión y profesionalización.	Pedagógico
					Twitter	- 05 11	https://twitter.com/ideamecom	16,200.00		
				Instagram		04 10 12	https://www.instagram.com/ideamecom/?hl=es-la	7,694.00		

Figura 41: Cuadro de hallazgos parte 2.

Indiegogo	Crowdfundin g	Sustituta	https://www.indiegogo.com/	Facebook	13	01	08	https://www.facebook.com/indiegogo/	552,627.00	4,186.57	Se establecen como el intermediario para solucionar los problemas para emprendedores. Una plataforma donde se pueden lanzar productos o servicios que pueden ser mejorados gracias a sus recomendaciones.	Emocional
				Twitter	-	02	09	https://twitter.com/Indiegogo	341,000.00	2,841.67		
				Instagram	14	07	12	https://www.instagram.com/indiegogo/?hl=es-la	77,600.00	923.81		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/iamazon/	20,528.00	N/A		
				YouTube	-	-	-	https://www.youtube.com/channel/UCpziAZQcPm69imPwEhW9dg/about	Oculto	N/A		
Ebay	Tienda	Sustituta	https://co.ebay.com/	Facebook	09	10	09	https://www.facebook.com/ebay/	10,842,498.00	90,354.15	Se ofrece como un servicio sencillo, en el que los usuarios pueden comprar, vender e incluso regalar cosas. Su identidad permanece con un estilo clásico, sin demasiados cambios en el tiempo.	Conservador
				Twitter	-	01	09	https://twitter.com/eBay	702,000.00	5,850.00		
				Instagram	27	11	12	https://www.instagram.com/ebay/?hl=es-la	685,000.00	8,154.76		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/ebay/	357,501.00	N/A		
				YouTube	30	10	05	https://www.youtube.com/user/ebay/about	113,961.00	678.34		
Indeed	Empleo	Sustituta	https://co.indeed.com/	Facebook	12	11	07	https://www.facebook.com/indeed/?brand_redir=15267465130180	1,771,194.00	12,299.96	Busca posicionarse como la página web número uno de empleo, ofreciendo lo mejor para los candidatos y brindando acceso en empresas de cualquier parte del mundo.	Corporativo
				Twitter	-	12	08	https://twitter.com/indeed	241,000.00	1,825.76		
				Instagram	05	05	15	https://www.instagram.com/indeedworks/?hl=es-la	65,800.00	1,370.83		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/indeed-com/about/	205,558.00	N/A		
				YouTube	-	-	-	https://www.youtube.com/	Oculto	N/A		

Figura 42: Cuadro de hallazgos parte 3.

Facebook	Red	Sustituta	https://www.facebook.com/	Facebook	15	12	10	https://www.facebook.com/enespanol/	214,086,034.00	1,982,278.09	Busca hacer que el mundo esté más cerca y unido, permaneciendo conectados con la familia y los amigos para descubrir que es lo que pasa en el mundo y expresar lo que verdaderamente importa.	Emocional
				Twitter	-	03	07	https://twitter.com/facebook	13,500,000.00	93,750.00		
				Instagram	08	03	11	https://www.instagram.com/facebook/?hl=es-la	3,200,000.00	33,333.33		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/facebook/	3,974,995.00	N/A		
				Youtube	06	05	09	https://www.youtube.com/user/theofficialfacebook	872,545.00	7,271.21		
Craigslist	Clasificados	Sustituta	https://colombia.craigslist.org/	-	-	-	-	-	N/A	No busca posicionarse	Sin tono	
Wish	Tienda	Sustituta	https://www.wish.com/	Facebook	22	12	11	https://www.facebook.com/wish/	37,431,194.00	389,908.27	Busca ser una herramienta que cualquiera puede usar sin complicaciones, para vender sus productos y servicios. Quiere ser la revolución en la forma en como el comercio debe llevarse a cabo en el futuro.	Divertido y rápido
				Twitter	-	06	14	https://twitter.com/WishShopping	193,000.00	3,216.67		
				Instagram	-	-	-	https://www.instagram.com/wish/?hl=es-la	2,400,000.00	N/A		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/contextlogic/	17,638.00	N/A		
				Youtube	15	11	15	https://www.youtube.com/channel/UCSDY-LJLJAV3ihzHcdhfg	148,575.00	3,095.31		
Kickstarter	Crowdfundin g	Sustituta	https://www.kickstarter.com/?lang=es	Facebook	21	04	09	https://www.facebook.com/kickstarter/	1,555,050.00	12,958.75	Busca dar vida a proyectos creativos proveyendo a artistas, músicos, cineastas, diseñadores y otros creadores, los recursos necesarios para llevar sus ideas a la realidad.	Cercano y amigable
				Twitter	-	09	08	https://twitter.com/kickstarter	1,060,000.00	8,030.30		
				Instagram	01	03	13	https://www.instagram.com/kickstarter/?hl=es-la	243,000.00	3,375.00		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/kickstarter/about/	55,204.00	N/A		
				Youtube	23	05	06	https://www.youtube.com/user/kickstarter/about	18,611.00	119.30		
Instagram	Red	Sustituta	https://www.instagram.com/about/us/	Instagram	-	-	-	https://www.instagram.com/instagram/	269,000.00	N/A		
				Facebook	06	10	12	https://www.facebook.com/instagramES/	60,354,387.00	718,504.61		
				Twitter	-	08	10	https://twitter.com/instagram	36,600,000.00	338,888.89		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/instagram/about/	269,724.00	N/A		

Figura 43: Cuadro de hallazgos parte 4.

Idea Impulsa	Consultora	Sustituta	https://www.ideaimpulsa.cl/	N/T	-	-	-	-	-	N/A	Buscan establecerse como un grupo de profesionales apasionados por las ideas de emprendimiento, que brindan soluciones afectivas e innovadoras.	Simple
ParqueSoft	Consultora	Sustituta	http://www.parquesoft.com/	Facebook	28	02	08	https://www.facebook.com/parquesoftboj/	7,975.00	60.42	Se establece como un espacio para los emprendedores donde se pueden encontrar soluciones de conocimiento y TICs, generando alianzas entre diferentes sectores de la industria.	Corporativo y amigable
				Twitter	-	06	10	https://twitter.com/parquesoftCall	6,964.00	64.48		
				Youtube	-	-	-	https://www.youtube.com/user/CallParqueSoft	70.00	N/A		
				LinkedIn	-	-	-	https://www.linkedin.com/company/parquesoftabout/	621.00	N/A		
meetup	Red	Sustituta	https://www.meetup.com/es/about/	Facebook	20	02	08	https://www.facebook.com/meetup/	7,291.00	55.23	Busca posicionarse como un espacio donde las personas puedan no solamente compartir información, sino también crear grupos y comunidades para poderse integrar en la vida real	Dinámico
				Twitter	-	11	14	https://twitter.com/MeetupES/	2,643.00	44.05		
				Youtube	19	06	07	https://www.youtube.com/user/meetupv/about	4,155.00	28.85		
				Instagram	18	12	13	https://www.instagram.com/meetup/	31,400.00	436.11		
Fondo Emprender	Crowdfundin g	Sustituta	http://www.fondoprender.com/SitePages/Home.aspx#f	Facebook	23	05	11	https://www.facebook.com/SENAColombiaOficial/	718,982.00	7,489.40	Se establece como una solución de gobierno, para beneficiar proyectos de la academia, a través de orientación profesional y financiación.	Corporativo y educativo
				Twitter	-	07	09	https://twitter.com/SENAComunica	693,000.00	5,775.00		
				Instagram	-	-	-	https://www.instagram.com/se/	177,000.00	N/A		
				Youtube	24	10	08	https://www.youtube.com/user/SENATV/about	77,198.00	584.83		
etsy			https://www.etsy.com/es/									

Figura 44: Cuadro de hallazgos parte 5.

7. Referencias

- Abreu, M., Oner, O., Brouwer, A., & van Leeuwen, E. (2018). *Well-being effects of self-employment: A spatial inquiry*. Universidad de Cambridge, Departamento de tierra y economía. Cambridge: Elsevier. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de www.elsevier.com/locate/jbusvent
- Accenture. (2017). *Modelos de financiación*. Recuperado el 20 de agosto de 2018, de www.accenture.com
- Aldana Garzón, P. A., & Benavides Gutierrez, O. A. (25 de Octubre de 2008). *Propuesta para la creación de la bolsa de empleo de administradores de empresas lasallistas*. Trabajo de grado, Universidad de La Salle, Bogotá. Recuperado el agosto de 12 de 2018
- American Psychological Association. (2010). *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association* (6 ed.). D.F, México: Editorial El Manual Moderno.
- Araya Esquivel, M. (2017). *La cumbre global de liderazgo*. Costa Rica. Recuperado el 10 de Octubre de 2018
- Awanzo. (2019). *Awanzo e-commerce*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2018, de <http://www.awanzo.com/>
- Bailetti, T. (2012). *Technology Entrepreneurship: Overview, Definition, and Distinctive Aspects*. Estudio, Universidad de Carleton, Departamento de sistemas e ingeniería de computación., Ottawa. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de www.timreview.ca
- Butkiewicz, M., Madhyastha, H. V., & Sekar, V. (2012). *Understanding Website Complexity: Measurements, Metrics, and Implications*. Berlín, Estados Unidos. Recuperado el 1 de septiembre de 2018
- Butzbach, E. R. (2012). *Crowdfunding: La eclosión de la financiación colectiva, un cambio tecnológico, social y económico* (1 edición ed.). Barcelona, España: Microtemas. Recuperado el 20 de junio de 2018
- Comunidad de madrid. (2015). *¿Qué es una página web?* Madrid, España. Recuperado el 1 de septiembre de 2018, de Emprendelo: http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/GuiaEmprendedor/tema7/F49_7.9_WEB.pdf
- Cuevas Guarnizo, M. (28 de junio de 2014). *Condenados a la mala educación*. Bogotá, Colombia. Recuperado el 11 de agosto de 2018, de El espectador: <https://www.elespectador.com/noticias/educacion/condenados-mala-educacion-articulo-501245>
- DANE. (2018). *Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) Mercado laboral*. Estadística, Gobierno de Colombia, Información y estrategia, Bogotá. Recuperado el 11 de agosto de 2018, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#2018>
- Diffily, S., & Macgovern, G. (2006). *The Website Managers Handbook*. Morrisville, Carolina del norte, Estados Unidos. Recuperado el 25 de agosto de 2018

- Dinero. (05 de Mayo de 2017). *Las 10 Profesiones con mayor oferta laboral en el arranque de 2017*. Bogotá, Colombia. Recuperado el 11 de agosto de 2018, de Revista dinero: <https://www.dinero.com/economia/articulo/las-profesiones-que-mas-consiguen-empleo-en-colombia-2017/244934>
- Dinero. (17 de 10 de 2017). El 56% de los colombianos cree que las universidades no están formando emprendedores. Bogotá, Colombia. Recuperado el 12 de 08 de 2018, de Dinero: <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/asociacion-de-emprendedores-de-colombia-y-los-retos-de-las-startups/251272>
- Disposiciones generales para la protección de datos personales, Decreto 1377 de 2013 (LEY ESTATUTARIA 1581 17 de Octubre de 2012). Recuperado el 2 de septiembre de 2018, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=49981>
- Domènech de Soria, J. (2017). *Análisis del Mercado Laboral a través de las Bolsas de Empleo Online*. Tesis, Universidad Politécnica de València, Valencia. Recuperado el 14 de enero de 2019
- Duque Márquez, I. (8 de Agosto de 2018). Festival Naranja 2018. Bogotá, Colombia. Recuperado el 15 de Mayo de 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=Un9SGFNe0N8>
- Duque Márquez, I., & Buitrago, F. (2013). *La economía naranja, una oportunidad infinita*. Bogotá: Puntoaparte Bookvertising. Recuperado el 20 de marzo de 2019
- Fondo Emprender. (2018). *Convocatoria Nacional para financiación de iniciativas empresariales* (68 ed.). Bogotá. Recuperado el 10 de Octubre de 2018
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local*. Bahía Blanca: Instituto de investigaciones económicas y sociales del sur.
- Garzulla Gascón, A. (2011). *Diseño y desarrollo de una herramienta virtual como herramienta de ampliación de negocio*. Tesis, Universidad Rovira i Virgili, Departamento de Ingeniería, Informática y Matemática., Cataluña. Recuperado el 10 de Octubre de 2018
- Gobierno de Colombia, M. (2018). *ABC de la economía naranja*. Bogotá: literatura. Recuperado el 20 de marzo de 2019
- Gonzales Ramos, A. (2015). *Financiamiento de Proyectos de Inversión PyME en el Mercado de Capitales: Un estudio local*. Tesis, Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Mar del Plata. Recuperado el 15 de Enero de 2019
- ICEF. (5 de Febrero de 2019). *BOGOTÁ – REGIÓN CERRÓ 2018 CON 764.639 EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO*. Recuperado el 23 de mayo de 2019, de <http://www.icef.com.co/index.php/component/k2/item/3756-bogota-region-cerro-2018-con-764-639-empresas-y-establecimientos-de-comercio>
- Iván Duque Márquez, F. B. (2013). *La economía naranja, una oportunidad infinita*. Bogotá, Colombia: puntoaparte bookvertising. Recuperado el 20 de marzo de 2019
- Jacques Fillion, L. (2011). *Defining The Entrepreneur*. Montreal: HEC. Recuperado el 22 de Mayo de 2019

- Josep, D. (2017). *Análisis del mercado laboral a través de las bolsas de empleo online*. Valencia, España. Recuperado el 15 de agosto de 2018
- Kolmann, T., Stöckman, C., & Kensbock, J. (2018). *I can't get no sleep—The differential impact of entrepreneurial*. Universidad de Duisburg-Essen, Alemania., Departamento de economía y administración de negocios. Maastricht: Elsevier. Recuperado el 18 de 05 de 22, de www.elsevier.com/locate/jbusvent
- Luzardo, A., de Jesus, D., & Pérez Kenderish, M. (2017). *Economía naranja, Innovaciones que no sabías que eran de américa latina y el caribe*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado el 18 de agosto de 2018
- Macian, R. (2015). *Diseño e implementación de una tienda virtual*. Tesis, Universidad Politécnica de Valencia, Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática, Valencia. Recuperado el 10 de Octubre de 2018
- Ministerio de Educación Nacional. (2012). *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos* (39 ed.). Bogotá: Panamericana. Recuperado el 20 de enero de 2019, de www.mineducacion.gov.co
- Mollick, E. (13 de agosto de 2013). *The dynamics of crowdfunding: An exploratory study*. (T. J. Venturing, Recopilador) Wharton, Pennsylvania, Estados Unidos: Elsevier. Recuperado el 22 de agosto de 2018
- Motoa, F. (29 de mayo de 2017). *Condiciones de la corte, medidas contra vendedores ambulantes*. Bogotá, Colombia. Recuperado el 12 de agosto de 2018, de El Tiempo: <http://www.eltiempo.com/bogota/condiciones-de-la-corte-a-sanciones-contravendedores-ambulantes-93238>
- Naciones Unidas. (2013). *Economía digital para el cambio estructural y la igualdad*. Santiago de Chile, Chile: naciones Unidas. Recuperado el 6 de septiembre de 2018, de <http://www.cepal.org/Socinfo>.
- Neira, A. (27 de Enero de 2018). *En 2017 aumentó el abismo entre millonarios y pobres*. Bogotá, Colombia. Recuperado el 11 de Febrero de 2019, de El tiempo: <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/desigualdad-aumento-en-el-2017-y-la-brecha-entre-ricos-y-pobres-175900>
- Nikolova, M. (2018). *Switching to self-employment can be good for your health*. Universidad de Groningen, Facultad de economías y negocios, economía global y administración. Groningen: Elsevier. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de www.elsevier.com/locate/jbusvent
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio* (Primera Edición ed.). Barcelona, España: Grupo Planeta. Recuperado el 15 de Abril de 2018
- Peregrina, C. (2017). *La realidad de los consumidores online*. KPMG, España. Recuperado el 2 de Septiembre de 2018
- Portafolio.co. (07 de febrero de 2016). *El país necesita menos abogados y más ingenieros, 2016*. Bogotá, Colombia. Recuperado el 11 de agosto de 2018, de Portafolio:

- <http://www.portafolio.co/economia/empleo/carreras-proyeccion-colombia-95306>
Portafolio.co. (05 de diciembre de 2017). *Para un joven Colombiano Cada vez es más difícil emprender*. Bogotá, Colombia. Obtenido de Portafolio:
<http://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/las-dificultades-de-un-joven-emprendedor-en-colombia-512329>
- Portafolio.co. (22 de Enero de 2019). *En Colombia se crearon 328.237 empresas en 2018*. Bogotá, Colombia. Recuperado el 28 de Marzo de 2019, de
<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/en-colombia-se-crearon-328-237-empresas-en-2018-525506>
- Real Academia Española. (2018). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 02 de 29 de 2019, de Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/?id=Esip2Nv>
- Rodríguez, T. (15 de marzo de 2016). El Crowdfunding: Una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos. *Revista pensar en Derecho*(3), 23. Recuperado el 2 de Septiembre de 2018
- Shir, N., Nikolaev, B., & Wincent, J. (2017). *Entrepreneurship and well-being: The role of psychological*. Escuela de economía de estocolmo. Estocolmo: Elsevier. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de www.elsevier.com/locate/jbusvent
- Sobre derechos de autor, Ley 23 de 1982 Nivel Nacional (LEY 23 28 de Enero de 1982). Recuperado el 2 de Septiembre de 2018, de
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3431>
- UNAD. (2017). *Fuentes de Financiación y Cooperación para Proyectos de Investigación*. Obtenido de https://noticias.unad.edu.co/images/C%C3%A1psula_informativa_-_Financiaci%C3%B3n_Externa.pdf
- Vallejo Chávez, L. (2016). *Guía práctica de emprendimientos*. Riobamba, Ecuador: La Caracola Editores. Recuperado el 7 de Diciembre de 2018
- Vice Colombia. (22 de Noviembre de 2017). *Estudiantes de la U. los andes protestan contra matrícula astronómica que supera los \$16 millones*. Bogotá, Colombia. Recuperado el 12 de agosto de 2018, de El Espectador:
<https://www.elespectador.com/noticias/educacion/estudiantes-de-la-u-los-andes-protestan-contra-matricula-astronomica-que-supera-los-16-millones-articulo-724513>
- W3C. (2017). Recuperado el 2 de septiembre de 2018, de www.w3.org:
<https://www.w3.org/WebCommerce/>