

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 1 de 84

FORMATO TRABAJO DE GRADO¹ SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO²

Un Tal Juancho.

Agencia de branding y marketing digital.

Autor: Juan David Cubillos Ospina

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad El Bosque, Bogotá

Programa de Administración de Empresas

Correo electrónico: jcubilloso@unbosque.edu.co

¹ Adaptado del formato de Plan de Negocios del Fondo Emprender (SENA),

² Trabajo de grado para obtener el Título de Administrador de Empresas, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá. 2020.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 2 de 84

Resumen

Un Tal Juancho es una agencia digital híbrida especializada en consultoría y servicios de *branding* y *marketing*, con un enfoque distintivo en el *storytelling* y la metodología *inbound*.

El *storytelling* consiste en crear y comunicar historias auténticas y relevantes que conecten emocionalmente con la audiencia, ayudando a las marcas a construir relaciones duraderas y significativas. La metodología *inbound*, por su parte, se centra en atraer a los clientes mediante contenido de valor y estrategias no intrusivas, guiándolos naturalmente a través de su proceso de decisión de compra. La misión de Un Tal Juancho es transformar la narrativa de las marcas mediante la creación e implementación de estrategias de branding y marketing que impulsen el crecimiento sostenible y la diferenciación en el mercado.

El enfoque de Un Tal Juancho es totalmente personalizado, respaldado por la metodología exclusiva "N.E.O. (*Navigation-Engagement-Optimization*)" desarrollada por Juan Cubillos, Founder & CEO. Esta metodología asegura soluciones a medida, adaptándose de manera precisa a las necesidades específicas de cada marca, permitiéndoles establecer conexiones emocionales y memorables con su audiencia a través de narrativas cautivadoras.

Abstract

Un Tal Juancho is a hybrid digital agency specialized in branding and marketing consulting and services, standing out for its focus on storytelling. Its mission is to transform the narrative

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 3 de 84

of brands through the creation and implementation of branding and marketing strategies with an inbound approach, driving sustainable growth and differentiation in the market.

Un Tal Juancho's approach is fully personalized, supported by the exclusive "N.E.O. (Navigation-Engagement-Optimization)" methodology developed by Juan Cubillos, Founder and CEO. This methodology ensures tailored solutions, adapting precisely to the specific needs of each brand, allowing them to establish emotional and memorable connections with their audience through captivating narratives.

Necesidad de mercado

En el contexto actual, las empresas y profesionales independientes en Colombia enfrentan una creciente necesidad de conectar emocionalmente con su audiencia y destacar en un entorno digital saturado. El mercado colombiano de *marketing* digital y *branding* ha evolucionado rápidamente, impulsado por la transformación digital y la demanda de soluciones personalizadas que logren diferenciar a las marcas a través de la creación de contenido auténtico y de alta calidad (IAB Colombia, 2023).

La personalización de estrategias y el *storytelling* emocional son cruciales para que las empresas y profesionales logren no solo aumentar su visibilidad, sino también consolidar su identidad de marca y generar relaciones duraderas con sus clientes. En particular, los segmentos de Pymes, startups tecnológicas y profesionales independientes buscan estrategias

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 4 de 84

que no solo impulsen su posicionamiento, sino que también les permitan transmitir su valor único de manera efectiva y emocionalmente resonante.

Un Tal Juancho responde a esta necesidad ofreciendo soluciones de *branding* y *marketing* digital enfocadas en la creación de narrativas personalizadas que conecten con el público objetivo y refuercen la identidad de marca. La tendencia en crecimiento hacia la creación de contenido relevante y emocionalmente atractivo en el mercado colombiano (ANDA, 2023) subraya la importancia de contar con estrategias que generen conexiones más profundas y auténticas con el público, lo que representa una oportunidad clara para este tipo de servicios.

Antecedentes

En el mercado colombiano actual, existen diversas agencias y plataformas que ofrecen soluciones de *marketing* digital y *branding*, pero muchas de estas propuestas tienden a centrarse en servicios estandarizados que no siempre responden a las necesidades específicas de los clientes. Competidores directos como Sí Señor Agencia o Fantástica se destacan por sus soluciones creativas y disruptivas, pero su enfoque a menudo se limita a grandes empresas, dejando de lado a las pequeñas y medianas empresas que requieren un trato más cercano y una adaptación profunda a sus necesidades. La falta de un acompañamiento verdaderamente personalizado y el enfoque en campañas de gran escala

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 5 de 84

puede hacer que las PYMES y emprendedores no encuentren en estas agencias una solución completamente ajustada a su contexto y capacidades.

Por otro lado, los competidores indirectos, como Crehana y Domestika, aportan valor al mercado ofreciendo formación en marketing digital a través de cursos accesibles. Sin embargo, estas plataformas educativas no ofrecen un acompañamiento continuo ni adaptan los contenidos a los casos específicos de cada cliente, lo que limita la efectividad de las estrategias para aquellos que no cuentan con conocimientos avanzados en *marketing*. De esta manera, las empresas y profesionales independientes encuentran que, aunque pueden acceder a soluciones y formación en *marketing* digital, estas alternativas no logran capturar la esencia y la autenticidad de su marca, ni ofrecen un enfoque práctico y adaptado para su implementación efectiva (Kotler, P., & Armstrong, G., 2020).

El mercado de agencias y plataformas digitales en Colombia presenta fortalezas destacables. Las agencias competidoras, como Sí Señor Agencia y Fantástica, han logrado consolidarse a través de enfoques creativos y disruptivos, especialmente en campañas de gran escala que alcanzan audiencias masivas y generan alto impacto. Estas agencias han desarrollado metodologías efectivas para manejar cuentas de alto perfil y poseen los recursos y experiencia para ejecutar proyectos de gran envergadura.

Por otro lado, las plataformas educativas como Crehana y Domestika han democratizado el acceso a herramientas y conocimientos de marketing digital, permitiendo a emprendedores y profesionales independientes formarse en estas competencias y aplicarlas

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 6 de 84

en sus negocios. Gracias a estas plataformas, muchos usuarios han adquirido habilidades básicas para gestionar sus marcas en el entorno digital, lo que contribuye al desarrollo general del sector.

A pesar de estas fortalezas, sigue existiendo una oportunidad significativa para empresas como Un Tal Juancho, cuyo enfoque especializado en storytelling y personalización de estrategias responde a una demanda insatisfecha en el mercado: la necesidad de una conexión emocional genuina y una narrativa auténtica que resuene con audiencias específicas. Un Tal Juancho desarrollará su estrategia de storytelling mediante una metodología propia que incluye una inmersión profunda en la historia, valores y visión de cada cliente, para construir narrativas que no solo promocionen, sino que humanicen la marca, generando un vínculo emocional con el público objetivo.

Este enfoque es especialmente relevante para pequeñas y medianas empresas, startups y profesionales independientes que buscan destacarse en un mercado saturado. El mercado potencial para Un Tal Juancho incluye a las PYMES y emprendimientos en crecimiento en Bogotá y otras ciudades principales de Colombia, un sector que, según datos del Ministerio de Comercio, representa aproximadamente el 90% del tejido empresarial colombiano. Al apuntar a este segmento mediante *storytelling*, la agencia espera captar una cuota significativa de clientes que valoran la autenticidad y buscan estrategias de alto valor añadido, estimando una expansión progresiva en el sector de marketing digital con un enfoque de cercanía y personalización.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 7 de 84

Propuesta de valor

Un Tal Juancho ofrece una propuesta de valor diferenciada, enfocada en la creación de narrativas personalizadas y estrategias de *branding* y *marketing* digital que conectan emocionalmente con las audiencias. La metodología exclusiva "N.E.O." (*Navigation-Engagement-Optimization*), desarrollada por el fundador, garantiza que cada cliente reciba una solución a medida, adaptada a sus necesidades y objetivos específicos.

Este enfoque personalizado permite a las marcas no solo destacarse visualmente, sino también construir una identidad sólida que inspire confianza y fidelidad entre sus consumidores. A través de un proceso en el que se analizan profundamente los valores, objetivos y personalidad de cada cliente, Un Tal Juancho desarrolla estrategias que conectan emocionalmente con las audiencias y refuerzan el compromiso del consumidor con la marca. A diferencia de los competidores que ofrecen soluciones más genéricas, Un Tal Juancho se enfoca en identificar los puntos clave que diferencian a cada cliente, creando campañas que van más allá de la promoción y reflejan verdaderamente la historia y esencia de la marca. Este enfoque se traduce en resultados medibles, como el aumento en el engagement, la retención de clientes y el fortalecimiento de la lealtad hacia la marca.

Además, la agencia integra tecnología de vanguardia y técnicas creativas específicas para asegurar que sus estrategias sean tanto innovadoras como efectivas. Utilizando herramientas avanzadas de análisis de datos, Un Tal Juancho realiza estudios detallados sobre el comportamiento de los consumidores y las tendencias del mercado, lo cual permite

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 8 de 84

personalizar cada estrategia a las necesidades y objetivos de cada cliente. A través de metodologías como el *storytelling* digital y la creación de contenido interactivo, la agencia logra captar la atención y generar una conexión emocional genuina con el público. Al centrarse en las necesidades específicas de Pymes, startups tecnológicas y profesionales independientes, Un Tal Juancho se posiciona como un aliado estratégico que no solo ayuda a estas marcas a destacarse, sino también a construir relaciones duraderas y significativas con sus audiencias. Este enfoque convierte a la agencia en un actor clave en un mercado en constante evolución, donde la autenticidad y la personalización son esenciales para la lealtad del cliente.

DATOS GENERALES:

¿En dónde se localizará la empresa (Ciudad donde se ubicará la sede principal de la empresa)?

La sede principal de Un Tal Juancho estará ubicada en Bogotá Colombia.

I. ¿QUIÉN ES EL PROTAGONISTA?

Segmento 1: Emprendimientos y startups tecnológicas

Perfil del segmento:

Este segmento de mercado incluye startups y emprendedores innovadores en sectores de tecnología y digitalización, especialmente aquellos que desarrollan productos o servicios

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 9 de 84

en áreas como aplicaciones móviles, software especializado, inteligencia artificial y plataformas de servicios en línea. Estas empresas suelen ubicarse en etapas tempranas de crecimiento, con una base de ingresos variable, pero con alto potencial de expansión. A nivel demográfico, se enfocan en atraer clientes jóvenes y adultos, entre 25 y 45 años, interesados en soluciones digitales que aporten valor añadido a su vida cotidiana o profesional. Geográficamente, la mayoría de estas empresas operan en Bogotá y otras ciudades principales, con potencial de expansión nacional e internacional.

Estas startups necesitan servicios que les ayuden a construir una identidad de marca fuerte y atractiva para captar la atención no solo de clientes, sino también de inversionistas y talento calificado. Sus necesidades específicas incluyen posicionamiento digital, desarrollo de narrativas de marca y estrategias de marketing digital personalizadas que reflejen sus valores de innovación y compromiso con el cliente. Además, este segmento prioriza estrategias que les permitan destacar en el mercado, fidelizar a su audiencia y proyectar su visión de crecimiento a largo plazo en un entorno altamente competitivo.

Localización:

Estas empresas suelen estar concentradas en zonas estratégicas de Bogotá, donde el ecosistema empresarial es dinámico y ofrece recursos clave para su crecimiento. Chapinero es una de las principales áreas de desarrollo de startups en la ciudad, específicamente en sectores como Quinta Camacho y Chapinero Alto, donde se encuentran incubadoras y

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 10 de 84

espacios de coworking reconocidos, como *WeWork Chapinero* y *Impact Hub Bogotá*. Según un informe de la Cámara de Comercio de Bogotá, Chapinero concentra alrededor del 30% de los espacios de coworking y aceleradoras en la capital, lo que facilita la colaboración y networking entre empresas emergentes y grandes corporaciones.

Áreas comerciales como la Zona T y el Parque de la 93 también destacan por su alta densidad de empresas tecnológicas y de servicios creativos, lo cual se refleja en la presencia de espacios como *Spaces 93* y *Selina CoWork*, que albergan numerosas startups en tecnología y marketing digital. Estos sectores no solo brindan proximidad a grandes corporaciones, sino también acceso a eventos de networking organizados por entidades como Invest in Bogotá (2024), que reporta que el 35% de las startups tecnológicas en la ciudad participan activamente en estos eventos de colaboración y capacitación empresarial.

Justificación:

El ecosistema de startups en Bogotá está en pleno crecimiento y es una de las fuerzas motrices del desarrollo económico del país. Para Un Tal Juancho, este segmento es clave porque los startups, por su naturaleza innovadora, necesitan diferenciarse y construir una narrativa sólida desde sus primeras etapas, algo que puede lograrse mediante servicios de branding y marketing personalizados. Según un informe de StartupBlink 2024, Bogotá ocupa el primer lugar a nivel nacional y se posiciona como la segunda ciudad más relevante para startups en Sudamérica, situándose en el puesto 63 a nivel global. Según el Colombia Tech

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 11 de 84

Report 2023-2024, hay 1720 startups en Colombia, de las cuales 8 de cada 10 se encuentran ubicadas en Bogotá y Medellín. Según el DANE, el acceso a financiamiento para startups en Bogotá ha aumentado un 20 % en los últimos tres años, lo que significa que hay un entorno propicio para que estas empresas tecnológicas inviertan en servicios como los que ofrece Un Tal Juancho.

Segmento 2: Pymes en etapa de crecimiento

Perfil del segmento:

Este segmento está compuesto por Pymes en etapa de crecimiento que buscan consolidar su presencia en el mercado. Se encuentran en sectores como comercio, tecnología y servicios, y requieren optimizar su identidad de marca para expandirse. Estas empresas se enfocan en mejorar su presencia digital, aumentar su visibilidad, y diferenciarse de la competencia mediante estrategias de marketing y branding efectivas. Las Pymes en crecimiento enfrentan retos relacionados con la escalabilidad y la eficiencia operativa, por lo que valoran soluciones personalizadas y adaptadas a sus necesidades, que les permitan mejorar su posicionamiento y atraer nuevos clientes.

Localización:

Las Pymes en etapa de crecimiento suelen estar ubicadas en zonas estratégicas de Bogotá, donde el acceso a servicios empresariales, comerciales y financieros es más alto.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 12 de 84

Estas áreas incluyen zonas como Chapinero, Teusaquillo y Usaquén, donde se concentran espacios de coworking, centros empresariales y zonas de alto tráfico comercial. Adicionalmente, muchas Pymes optan por ubicarse en parques industriales y tecnológicos, como el Parque Empresarial Connecta y el Parque de Innovación de Bogotá, buscando acceso a infraestructura y servicios especializados que faciliten su expansión y operación eficiente.

Justificación:

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) representan un pilar fundamental del tejido empresarial en Bogotá y a nivel nacional. Estas empresas enfrentan retos relacionados con la visibilidad y la competitividad en mercados altamente saturados. De acuerdo con BBVA Research 2024, Colombia cuenta con 1,7 millones de empresas formales, de las cuales el 99,5 % son mipymes. Estas generan el 79 % del empleo y contribuyen entre un 35 % y un 40 % del PIB anual. Para seguir creciendo y consolidarse, las Pymes invierten alrededor del 10 % de sus ingresos en estrategias de marketing y publicidad, con el objetivo de fortalecer su posicionamiento y aumentar su presencia de marca (Infobae, 2024). Esto convierte a las Pymes en un segmento clave para Un Tal Juancho, ya que son conscientes de la necesidad de apostar por el marketing digital como herramienta de crecimiento y diferenciación.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 13 de 84

Segmento 3: Profesionales independientes

Perfil del segmento:

Este segmento agrupa a *freelancers* y consultores autónomos que ofrecen servicios especializados, tales como diseño, marketing, tecnología, consultoría empresarial, y otras áreas creativas o técnicas. Su principal desafío es diferenciarse en un mercado competitivo y aumentar su visibilidad. Estos profesionales, al gestionar sus propias marcas personales, buscan estrategias efectivas para mejorar su posicionamiento digital y atraer clientes de manera constante. Necesitan crear una narrativa sólida que refleje su experiencia y capacidades, mientras construyen relaciones de confianza con su audiencia. Están enfocados en generar impacto a través de su marca personal y buscan soluciones integrales de branding, *copywriting*, y *marketing* digital que les permitan destacar en un entorno digital cada vez más saturado.

Localización:

Estos profesionales independientes suelen estar concentrados en áreas con un alto nivel de desarrollo económico y tecnológico. Algunas zonas clave de Bogotá donde es probable que se ubiquen estos profesionales incluyen: Chapinero, que es un epicentro empresarial y creativo en Bogotá, con numerosos coworking, espacios de trabajo compartido. Usaquén es otro punto de referencia para profesionales independientes y emprendedores. Zonas como Santa Bárbara, Cedritos y el Parque Usaquén albergan un ambiente más

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 14 de 84

tranquilo y residencial, pero con un creciente número de oficinas, centros de negocios y espacios de coworking. En la Zona T y el Parque de la 93, hay una gran concentración de oficinas de tecnología, comunicación y startups, lo que crea un ecosistema en el que muchos freelance y profesionales independientes buscan servicios para posicionar su marca y atraer más clientes.

Justificación:

En Bogotá, el crecimiento de profesionales independientes ha sido constante, con un incremento significativo en aquellos que buscan fortalecer su marca personal para atraer más clientes y oportunidades. Según el Ministerio del Trabajo, en 2024, aproximadamente el 23 % de los trabajadores en Bogotá son independientes o freelance, con ingresos promedio de \$4.5 millones mensuales. Este grupo cuenta con la capacidad económica para invertir en su desarrollo profesional. El segmento de profesionales independientes y freelance es clave para Un Tal Juancho, ya que están motivados a diferenciarse y mejorar su visibilidad en mercados competitivos. Estos profesionales reconocen el valor de invertir en estrategias de branding y marketing digital para posicionarse como referentes en sus sectores (HubSpot, 2024).

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 15 de 84

Necesidades del segmento

Segmento 1: Emprendimientos y startups tecnológicas

Las startups tecnológicas enfrentan varios desafíos desde el inicio: necesitan construir una identidad de marca fuerte y diferenciada, alcanzar visibilidad en el mercado, atraer talento, y establecer relaciones sólidas con inversores. Un Tal Juancho ofrece soluciones integrales de *branding* y *marketing digital*, diseñadas de manera personalizada para ayudar a estas empresas a resolver sus problemáticas específicas. Al definir una narrativa clara y emocional que resuene con el público objetivo, estas empresas logran establecer una presencia sólida en el mercado.

Alegrías esperadas:

El principal objetivo de este segmento es lograr una conexión emocional con su audiencia desde el primer contacto. Las startups tecnológicas esperan que su marca no sólo destaque, sino que se posicione como un referente en innovación. Su alegría radica en ser reconocidas por la originalidad y la capacidad de transformar industrias, lo que las posiciona como disruptivas en el mercado.

Alegrías deseadas:

Estas startups desean no solo generar ventas, sino también captar la atención de inversores y talento especializado. Tener una narrativa de marca clara que transmita su valor permitirá que consigan el financiamiento necesario y los profesionales adecuados para crecer y escalar su negocio.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 16 de 84

Alegrías inesperadas:

Una sorpresa positiva para estas empresas podría ser el fortalecimiento de su reputación gracias a la claridad de su misión y visión. Muchas startups no anticipan el impacto que una marca bien definida puede tener en su credibilidad, y al comunicar claramente su propósito y valores, pueden atraer colaboraciones estratégicas e incluso asociaciones con empresas más consolidadas. Este enfoque en una identidad sólida y auténtica puede diferenciar a la startup y abrir puertas a nuevas oportunidades de crecimiento.

Aliviadores de frustraciones:

Un Tal Juancho alivia frustraciones comunes entre los emprendedores tecnológicos, como la falta de reconocimiento en un mercado sobresaturado o la dificultad para acceder a inversión temprana debido a una propuesta de valor poco clara. Para ello, la agencia implementa un proceso de consultoría y *branding* que incluye la definición de valores clave, objetivos diferenciadores y un *storytelling* atractivo que resuene con sus audiencias objetivo. A través de talleres de co-creación y sesiones de estrategia, Un Tal Juancho ayuda a desarrollar una narrativa visual y textual sólida que clarifica su propuesta de valor, facilitando el proceso de diferenciación y atrayendo a potenciales inversores.

Segmento 2: Pymes en crecimiento

Las Pymes en crecimiento enfrentan el desafío de aumentar su competitividad y fortalecer su presencia de marca en un mercado saturado. Estas empresas buscan estrategias de marketing que las diferencien y les permitan conectar mejor con su público objetivo,

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 17 de 84

generar confianza y consolidar su identidad empresarial. Al estar en una etapa de expansión, requieren soluciones innovadoras que les permitan escalar sus operaciones sin perder la cercanía con sus clientes y la coherencia en su narrativa de marca.

Alegrías esperadas:

Las Pymes buscan el aumento de la visibilidad de la empresa, la atracción de nuevos clientes y la posibilidad de entrar en nuevos mercados o nichos. También buscan consolidar su reputación dentro de su sector y obtener un retorno tangible sobre su inversión en marketing.

Alegrías deseadas:

Estas empresas desean atraer y retener tanto a clientes como a empleados talentosos. Quieren que su marca sea reconocida no solo por la calidad de sus productos o servicios, sino también por su cultura empresarial, su capacidad de innovación y su relevancia dentro de la industria.

Alegrías inesperadas:

Estas empresas pueden descubrir que, gracias a una estrategia de *marketing* sólida, logran generar lealtad entre sus clientes existentes y crear embajadores de marca que los recomienden de manera orgánica. Este tipo de reconocimiento puede abrir puertas a nuevas oportunidades de negocio, asociaciones estratégicas y una mayor rentabilidad.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 18 de 84

Aliviadores de frustraciones:

Un Tal Juancho alivia frustraciones comunes que enfrentan las Pymes en crecimiento, como la falta de recursos internos para desarrollar estrategias de marketing efectivas o la dificultad para comunicar su propuesta de valor al público adecuado. La agencia, a través de soluciones personalizadas y accesibles, orienta a estas empresas para optimizar su inversión en marketing, ayudándolas a maximizar el impacto de sus recursos. Con un enfoque integral y creativo, Un Tal Juancho contribuye a que las Pymes logren destacarse en un entorno competitivo y a construir resultados sostenibles, sin comprometer su presupuesto.

Segmento 3: Profesionales independientes

Los profesionales independientes buscan constantemente mejorar su visibilidad y consolidar su marca personal. Estos individuos, altamente especializados en áreas como el diseño, la consultoría, el desarrollo web, el mercadeo o la producción de contenidos, se enfrentan al reto de posicionarse de manera competitiva en un mercado saturado. Además, deben transmitir de manera clara y coherente su propuesta de valor para captar clientes y oportunidades de colaboración.

Alegrías esperadas:

Estos profesionales buscan aumentar la cantidad de clientes, mejorar su reputación y tener una presencia destacada en el mercado. Esperan ser reconocidos por su experiencia, confiabilidad y capacidad para entregar resultados excepcionales.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 19 de 84

Alegrías deseadas:

Los profesionales independientes desean la posibilidad de acceder a proyectos de mayor envergadura, tener estabilidad en la demanda de sus servicios y posicionarse como referentes en su campo. Anhelan que su trabajo sea reconocido y valorado, no solo por clientes actuales, sino también por potenciales colaboradores y socios estratégicos.

Alegrías inesperadas:

Una ventaja adicional para estos profesionales es el reconocimiento dentro de su industria, lo que les permite acceder a oportunidades de crecimiento personal y profesional que no habían anticipado. La recomendación boca a boca o el reconocimiento en redes sociales pueden ser factores determinantes para su éxito.

Aliviadores de frustraciones:

Un Tal Juancho pretende aliviar frustraciones como la dificultad para captar nuevos clientes, la falta de diferenciación frente a otros *freelances* o la falta de tiempo y conocimiento para implementar estrategias de *marketing* efectivas. La agencia proporciona soluciones que permiten a estos profesionales enfocarse en su trabajo, mientras que Un Tal Juancho se encarga de mejorar su presencia y posicionamiento en el mercado.

II. ¿EXISTE OPORTUNIDAD EN EL MERCADO?

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 20 de 84

Tendencia de crecimiento del mercado

Aumento en la demanda de contenidos personalizados:

En el mercado colombiano, las marcas están enfocándose cada vez más en estrategias que les permitan conectar emocionalmente con sus audiencias. Según estudios recientes del DANE y del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MinTIC), el uso de internet en el país ha crecido un 23 % entre 2020 y 2023, lo que ha impulsado a las empresas a reforzar su presencia digital y, en particular, a mejorar la personalización de su contenido para resonar con los consumidores colombianos. Esto se evidencia en la alta demanda de *storytelling* y *branding*, ya que las marcas buscan destacar en un mercado saturado con un enfoque en la autenticidad.

Crecimiento del *inbound marketing*:

El marketing de contenidos es clave en el contexto colombiano, donde más del 70 % de las empresas invierten en estrategias de contenido digital para atraer clientes de manera orgánica, según “*Informe Anual de Comercio Electrónico en Colombia, 2023*” de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE). La adopción del *inbound marketing* ha sido especialmente relevante, ya que las empresas buscan atraer clientes mediante la creación de contenido que ofrezca valor. En un estudio titulado “*Informe sobre el estado del inbound marketing en Latinoamérica, 2023*” de HubSpot Latinoamérica, el 64 % de los negocios

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 21 de 84

colombianos que implementaron estrategias de inbound marketing reportaron un aumento significativo en la conversión de clientes potenciales.

Auge en el contenido de video corto:

Colombia ha experimentado un boom en el consumo de contenido audiovisual, especialmente en plataformas como Instagram, TikTok, y YouTube. Según We Are Social, el 72 % de los colombianos prefieren consumir videos cortos en sus dispositivos móviles, y las marcas han respondido aumentando su inversión en la producción de contenido audiovisual. Además, el 54 % de las empresas en Colombia tienen previsto destinar más de la mitad de su presupuesto de marketing digital a la creación de videos cortos en los próximos años (IAB Colombia, 2023).

Análisis de la competencia

Competencia				
	Competidor 1 (Directo) Sí Señor Agencia	Competidor 2 (Directo) Wilma Núñez	Competidor 3 (Indirecto) Crehana	Competidor n (Indirecto) WeWork
Descripción (100 palabras máx)	Agencia de Growth Marketing	Marca personal y agencia	Plataforma de cursos en línea	Renta de espacios de trabajo y networking
Localización (100 palabras máx)	Colombia, y el mercado de habla hispana.	Hispanohablantes con un foco muy	Hispanoamérica (Plataforma en línea)	Bogotá, Colombia (y a nivel global)

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 22 de 84

		fuerte en Colombia, EE.UU y España.		
Bienes y servicios (atributos) (100 palabras máx)	Agencia especializada en branding, diseño gráfico, diseño web, storytelling y producción audiovisual.	Consultoría de marketing digital, cursos online en branding, embudos de venta y copywriting.	Formación online en marketing digital, diseño gráfico, branding, desarrollo web, entre otros.	Espacios de coworking, oficinas privadas, y servicios de networking, donde se pueden contratar freelancers independientes que suplan necesidades de marketing y branding.
Precios (100 palabras máx)	Costos variables dependiendo del servicio, con proyectos desde 10.000.000 COP.	Los cursos y consultorías van desde los 300.000 COP hasta más de 1.000.000 COP por programas avanzados.	Ofrecen cursos desde 75.000 COP hasta suscripciones anuales que rondan los 450.000 COP.	Planes mensuales desde 700.000 COP para un espacio de coworking básico, hasta más de 3.500.000 COP para oficinas privadas de mayor tamaño.
Logística de distribución (100 palabras máx)	Ofrecen servicios a nivel nacional e internacional, combinando reuniones presenciales y	Servicios 100 % en línea, a través de plataformas educativas y videoconferencias.	Plataforma completamente en línea, los estudiantes acceden a los cursos a demanda.	Espacios físicos en varias ciudades, incluyendo Bogotá. Facilitan la colaboración y

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 23 de 84

	virtuales con clientes.			las conexiones entre profesionales y empresas emergentes.
Otros, ¿cuáles? (100 palabras máx)	Se destacan por la capacidad de generar conceptos creativos altamente personalizados, que permiten a las marcas crear una conexión emocional con su audiencia. Han trabajado con grandes marcas nacionales e internacionales. Su precio elevado podría ser una barrera para pymes y startups con presupuestos limitados.	Vilma Núñez se posiciona como una referencia en marketing digital, especialmente en temas de embudos de venta y estrategias de conversión. Ofrece tanto contenido gratuito como pago, lo que le permite atraer a una amplia gama de emprendedores. Sin embargo, su enfoque masivo podría ser percibido como menos personalizado por clientes que buscan un trato cercano y a medida.	Su modelo de negocio se basa en ofrecer una formación accesible para todo tipo de personas, desde emprendedores hasta profesionales que buscan mejorar sus habilidades. Sin embargo, la falta de asesoría personalizada podría limitar su efectividad en proyectos que requieran soluciones adaptadas a las necesidades específicas de un cliente.	WeWork ofrece un ecosistema ideal para startups y freelancers que buscan un ambiente colaborativo. Aunque su valor agregado está en los espacios físicos y la red de contactos, no ofrece servicios directos de branding o marketing.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 24 de 84

La principal competencia de Un Tal Juancho es Sí Señor Agencia. Esta agencia se ha posicionado como uno de los principales referentes en el mercado colombiano, destacándose por su enfoque creativo y disruptivo en el ámbito del *branding* y *marketing* digital. Al igual que Un Tal Juancho, Sí Señor Agencia ofrece servicios integrales de *branding* y *marketing* digital, lo que los convierte en competidores directos al dirigirse a un segmento similar de clientes, como Pymes, startups y grandes empresas que buscan una identidad de marca sólida y estrategias de comunicación emocionalmente efectivas.

Se escogió a Sí Señor Agencia como el principal competidor por la similitud en la oferta de servicios y en la metodología que ambas agencias implementan, enfocadas en soluciones creativas y personalizadas. Además, Sí Señor Agencia ha consolidado una fuerte presencia en el mercado local, con un portafolio de clientes que abarca desde emprendedores hasta grandes corporaciones. Sin embargo, Un Tal Juancho se diferencia por su enfoque aún más personalizado, con la metodología exclusiva "N.E.O.", que busca generar una conexión emocional más profunda y personalizada entre las marcas y sus audiencias.

III. ¿CUÁL ES MI SOLUCIÓN?

Concepto del negocio

Un Tal Juancho es una agencia híbrida digital que se especializa en consultoría y prestación de servicios de *branding* y *marketing* digital, teniendo como base el *storytelling*.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 25 de 84

El objetivo principal de la empresa es ayudar a las marcas a construir y comunicar una narrativa auténtica y diferenciada que conecte emocionalmente con su audiencia. Mediante un enfoque personalizado, Un Tal Juancho desarrolla soluciones que impulsan la visibilidad y el posicionamiento de empresas y emprendedores en un entorno digital competitivo.

La agencia ofrece una amplia gama de servicios que incluyen, entre muchas otras, el diseño de identidad de marca, la creación de estrategias de *marketing* digital, la producción de contenidos de alta calidad y la gestión de redes sociales. Además, se enfoca en la generación de campañas de publicidad en línea y en el desarrollo de narrativas coherentes que permiten a las marcas comunicar sus valores y conectar de manera efectiva con su público objetivo.

Un Tal Juancho se caracteriza por su capacidad de adaptar cada proyecto a las necesidades específicas de sus clientes, proporcionando soluciones integrales que abarcan desde la fase creativa hasta la ejecución y seguimiento de campañas. Esto permite a las marcas no solo mejorar su presencia en línea, sino también fidelizar a sus clientes y generar relaciones duraderas.

La empresa está dirigida tanto a startups en etapas de crecimiento como a PYMES y profesionales independientes que buscan una mayor visibilidad en el mercado. A través de su enfoque estratégico y su experiencia en el mercado, Un Tal Juancho se convierte en un aliado clave para las marcas que desean destacarse y crecer de manera sostenible en el entorno digital.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 26 de 84

Componente innovador (200 palabras máx):

Variable	Descripción de la innovación
Concepto del negocio	
Bien o servicio	
Proceso (Metodología)	<p>Un Tal Juancho implementa la metodología N.E.O. (Navigation-Engagement-Optimization) basada en los principios de innovación incremental, descritos en el Manual de Oslo. Este enfoque permite mejoras continuas en las estrategias de branding y marketing, adaptándolas a las necesidades específicas de cada cliente y garantizando soluciones siempre actualizadas.</p> <p>La metodología se aplica en tres fases clave: <i>Navigation</i> (definición de ruta de posicionamiento), <i>Engagement</i> (creación de narrativas personalizadas) y <i>Optimization</i> (ajuste de estrategias según resultados). Lo que la hace única es su flexibilidad para evolucionar constantemente, ajustando cada fase a las tendencias y el comportamiento de los consumidores. Esto asegura que las soluciones de Un Tal Juancho no se estanquen y sigan siendo efectivas en un entorno competitivo.</p>

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 27 de 84

La barrera de imitación radica en que cada implementación de N.E.O. es única, ya que se personaliza y se ajusta con cada cliente. Su enfoque flexible y en constante evolución lo hace difícil de replicar, garantizando exclusividad en las soluciones ofrecidas.

Modelo Canvas

BUSINESS MODEL CANVAS					VERBALIZACIÓN
EMPRESA	UN TAL JUANCHO			FECHA	11/10/2023
ALIADOS [1]	ACTIVIDADES CLAVE [2]	OFERTA DE VALOR [3]	RELACION CON EL CLIENTE [4]	SEGMEN TO. [5]	
Cámara de Comercio Fundación Coomeva INPulsia	Investigación Capacitación Innovación Creación de contenido	Transformación comunicativa mediante la personalización de servicios creativos especializados, que le permitan a las marcas contar su propia historia de manera original. Producto Branding Growth Marketing Marketing Digital Creación de Contenido E-Learning (cursos, assets digitales) Consultorías Personalizadas	Cercana Empática Confiable Fuera del status quo Reservada	Clientes Mipymes Profesionales Independientes Start Ups Artistas e Influencers	Un Tal Juancho es un agencia digital que busca: La transformación comunicativa de negocios y marcas mediante estrategias de growth marketing, branding y marketing digital, con la finalidad de impulsar el crecimiento sostenida y la diferenciación en el mercado, al utilizar técnicas de storytelling ligadas a una metodología de trabajo propia llamada "N.E.O." (Navigation-Empowerment-Optimization), la cual permite, a través de la personalización, construir y contar una historia de marca original. Para: MIPYMES, Startups, Profesionales Independientes, Artistas e Influencers. Lo hace al ofrecer servicios de: Branding, Growth Marketing, Marketing Digital, Creación de Contenido, E-Learning y Consultorías Personalizadas. La relación con el cliente es: Cercana, empática, fuera del status quo, confiable, reservada. Esto es posible porque Un Tal Juancho cuenta con: Talento, creatividad, experiencia, constante aprendizaje y la utilización de N.E.O. que permite personalizar cada proyecto de manera original. Y lo hace mejor que nadie: Porque Un Tal Juancho es una agencia que sabe escuchar y empatizar con la necesidad real del cliente, para personalizar todos sus servicios. Las fuentes de Ingreso son: Venta de servicios, consultorías, talleres. Y la estructura de costo es: Capacitaciones, gastos de representación, servicios, salarios, publicidad, costos financieros, tercerización.
	RECURSOS CLAVE [6] Físicos y Digitales Equipos Audiovisuales Inteligencia Artificial Intelectuales Metodología propia N.E.O. Humanos Densidad de talento humano. Personal empático.		CANALES [7] Redes Sociales Marketing Digital Asesores Externos Networking Word of Mouth	Dolor del segmento Desorganización Sin planeación Mala gestión en Marketing Digital Sin concepto creativo en el contenido Sin contenido de valor	
	ESTRUCTURA DE COSTOS [8] Variables: Capacitaciones Transporte Viáticos Tercerización			ESTRUCTURA DE INGRESOS Venta de Servicios Consultorías Talleres	
Fijos: Servicios Públicos Tributos Salarios, honorarios y comisiones. Gastos Bancarios Publicidad Gastos de Representación					

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 28 de 84

Un Tal Juancho cuenta con varias ventajas competitivas frente a otras agencias de marketing y branding en el mercado colombiano. Primero, su metodología N.E.O. (Navigation-Engagement-Optimization) es un enfoque flexible, basado en innovación incremental que se personaliza para cada cliente, lo que le permite adaptarse a las necesidades específicas de las empresas. Esta metodología asegura que las soluciones sean únicas y difíciles de replicar, protegiendo al negocio de la imitación directa.

Otra ventaja es el enfoque en el storytelling y la creación de narrativas emocionales que conectan a las marcas con su audiencia. Mientras muchas agencias ofrecen servicios estándar de branding o marketing digital, Un Tal Juancho se diferencia al centrar sus estrategias en la creación de experiencias memorables que refuercen la identidad de marca de sus clientes. Este enfoque permite a las marcas construir relaciones más profundas y significativas con sus consumidores.

Adicionalmente, la empresa está siempre en constante actualización, aprovechando las últimas tendencias tecnológicas y del mercado, lo que le permite estar a la vanguardia en un entorno altamente competitivo. Además, la flexibilidad y adaptabilidad del equipo multidisciplinario asegura que los proyectos sean ejecutados con una alta capacidad de personalización y atención al detalle, asegurando la satisfacción del cliente y su fidelización.

Finalmente, la formación y experiencia de su fundador, Juan Cubillos, en marketing digital y branding aporta una visión estratégica única, respaldada por años de experiencia en

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 29 de 84

el mercado, lo que fortalece la capacidad de la agencia para ofrecer soluciones efectivas y exitosas.

Validación del mercado

La validación de la aceptación en el mercado para el proyecto Un Tal Juancho se realizó a través de un enfoque práctico basado en la experiencia del fundador, la implementación de un Producto Mínimo Viable (MVP), y un análisis exhaustivo de las necesidades de los clientes.

Juan Cubillos, fundador de la agencia, aprovechó sus más de 12 años de experiencia en la asesoría de marcas para identificar una creciente demanda en el sector de startups, PYMES y emprendimientos que buscan soluciones personalizadas en marketing digital, branding y storytelling. En agosto de 2022, Un Tal Juancho lanzó un MVP que incluía servicios como estrategia digital, creación de contenido y asesoría en marketing, todo promocionado de manera orgánica y a través de recomendaciones de clientes.

Los resultados iniciales del MVP fueron contundentes: en tan solo cuatro meses, la agencia alcanzó ventas superiores a los 22 millones de pesos. Este éxito no solo validó la demanda por los servicios, sino que también permitió, a través de encuestas y retroalimentación directa, identificar las motivaciones principales de los clientes. Se observó un marcado interés en desarrollar una narrativa de marca auténtica que conectara

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 30 de 84

emocionalmente con su audiencia y una fuerte necesidad de diferenciarse en un mercado competitivo.

Durante esta fase, se realizó un análisis detallado de la retroalimentación de los clientes, lo que permitió ajustar la oferta de servicios. Esto llevó a la evolución de la propuesta de valor, con la integración de soluciones E-learning y la creación de paquetes personalizados de servicios digitales.

Este proceso de validación, basado en la experiencia, la respuesta del mercado y el ajuste de la oferta, consolidó la posición de Un Tal Juancho en el sector, asegurando que la propuesta estuviera alineada con las necesidades reales de los clientes.

Para complementar el proceso de validación de Un Tal Juancho, se emplearon metodologías como el Lean Canvas y las Tarjetas Persona para estructurar y analizar la oferta del proyecto. El Lean Canvas, una herramienta estratégica que ayuda a resumir y visualizar modelos de negocio de forma ágil, permitió identificar y detallar los problemas clave que enfrentaban los clientes de Un Tal Juancho, como la necesidad de diferenciarse en el mercado y construir una narrativa de marca poderosa. Esta herramienta sirvió para evaluar aspectos como el segmento de mercado, los canales de distribución, las relaciones con los clientes y las fuentes de ingresos, todo ello alineado con las oportunidades detectadas en el sector de branding y marketing digital.

Las Tarjetas Persona, por otro lado, se utilizaron para profundizar en el perfil de los clientes potenciales. Estas tarjetas detallaron las motivaciones, deseos y frustraciones de los

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 31 de 84

tres segmentos de mercado principales: emprendedores, PYMES y profesionales independientes. A través de estas tarjetas, se pudo establecer una estrategia de personalización en los servicios, que no solo abordara los desafíos técnicos, sino también los aspectos emocionales y sociales que impulsan la toma de decisiones en estos perfiles de clientes.

El uso combinado del LEAN Canvas y las Tarjetas Persona permitió no solo validar la aceptación del proyecto, sino también ajustar continuamente la propuesta de valor a medida que se adquiría más retroalimentación del mercado. Este proceso de validación y refinamiento garantizó que las soluciones de Un Tal Juancho no solo fueran atractivas a nivel técnico, sino que también conectaran emocionalmente con sus clientes, diferenciándose en un mercado saturado.

La constante retroalimentación, el benchmarking (proceso de comparar los servicios y estrategias de la agencia con los de los principales competidores en el mercado) y las mejoras continuas han permitido que Un Tal Juancho mantenga una oferta competitiva y relevante en el mercado actual.

Avance logrado a la fecha

Aspecto	Avance
Técnico – productivo	A la fecha, Un Tal Juancho ha logrado desarrollar un Producto Mínimo Viable (MVP) que incluye servicios de branding,

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 32 de 84

	<p>creación de contenido y estrategia de <i>marketing</i> digital. Se han implementado herramientas tecnológicas para la gestión de proyectos, como plataformas de análisis de redes sociales y <i>software</i> de diseño, que permiten la entrega eficiente de los servicios. El equipo está capacitado y cuenta con el equipo técnico necesario para operar, incluyendo estaciones de trabajo con software especializado en diseño gráfico y edición audiovisual. Estos avances permiten ofrecer servicios personalizados y de alta calidad.</p>
Comercial	<p>En la fase inicial del proyecto, Un Tal Juancho ha generado ventas superiores a los 22 millones de pesos, lo que valida la demanda por sus servicios. Se ha creado una estrategia de promoción basada en marketing orgánico y referencias, aprovechando la red de contactos del fundador. La agencia ha trabajado con empresas emergentes y PYMES en sectores diversos, desarrollando estrategias de <i>marketing</i> personalizadas. Actualmente, se está implementando un plan de expansión comercial con presencia digital, que incluye redes sociales, campañas de <i>inbound marketing</i> y eventos de <i>networking</i>.</p>

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 33 de 84

Legal	<p>El proyecto Un Tal Juancho se encuentra a la espera de un capital semilla de Fondo Emprender para comenzar con el proceso de formalización ante la Cámara de Comercio de Bogotá y el registro de marca. La empresa ha asegurado la contratación de un contador especializado para cumplir con las obligaciones fiscales y administrativas. También se han formalizado acuerdos de prestación de servicios con proveedores clave, como plataformas de software y herramientas digitales, asegurando el cumplimiento de las normativas legales y la protección de los derechos de autor en el desarrollo de contenido creativo para los clientes.</p>
-------	--

Ficha técnica de portafolio de productos

Item		Descripción
Producto específico:	Denominación común del bien o servicio	Modelo por horas
Nombre comercial:	Denominación comercial que se propone	Horas de consultoría
Unidad de medida:	Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer (Ej: kilogramo,	Horas prestadas de consultoría.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 34 de 84

	tonelada, paquete de 12 unidades, horas de consultoría, etc)	
Descripción general: (100 palabras máx)	Descripción de las características técnicas del bien o servicio	Planes de horas y auditorías personalizadas según la necesidad del cliente.
Condiciones especiales: (100 palabras máx)	Describa las advertencias o condiciones especiales del almacenamiento o uso del producto / servicio	Requiere un equipo flexible, plataformas de videoconferencia (Zoom), y herramientas colaborativas para optimizar el tiempo y gestión eficiente de proyectos.
Composición (si aplica) (100 palabras máx)	Descripción de la composición del producto	Reunión inicial, estrategia en sesiones, y resúmenes con análisis de resultados.
Otros (100 palabras máx)	¿cuál? _____	Pago por adelantado.

Item		Descripción
Producto específico:	Denominación común del bien o servicio	Assets Digitales de bajo costo
Nombre comercial:	Denominación comercial que se propone	Assets Digitales de bajo costo
Unidad de medida:	Unidad de medida a través de la cual se comercializará	Número de productos vendidos.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 35 de 84

	el bien o servicio a ofrecer (Ej: kilogramo, tonelada, paquete de 12 unidades, horas de consultoría, etc)	
Descripción general: (100 palabras máx)	Descripción de las características técnicas del bien o servicio	Plantillas, E-Books, Whitebooks, entre otros. Assets digitales que sean de alta demanda.
Condiciones especiales: (100 palabras máx)	Describa las advertencias o condiciones especiales del almacenamiento o uso del producto / servicio	Plataforma de ventas digitales con transacciones automatizadas y alta producción de contenido gráfico de calidad (Canva o Adobe).
Composición (si aplica) (100 palabras máx)	Descripción de la composición del producto	Creación del asset (activo), promoción digital, y venta automatizada con entrega inmediata.
Otros (100 palabras máx)	¿cuál? _____	Pago del 100 % por plataforma digital.

Item		Descripción
Producto específico:	Denominación común del bien o servicio	Talleres presenciales
Nombre comercial:	Denominación comercial que se propone	Talleres personalizados presenciales

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 36 de 84

Unidad de medida:	Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer (Ej: kilogramo, tonelada, paquete de 12 unidades, horas de consultoría, etc)	Venta de tickets para talleres personalizados, en diferentes temáticas.
Descripción general: (100 palabras máx)	Descripción de las características técnicas del bien o servicio	Talleres de manera presencial, prácticos y disruptivos, para transmitir conocimiento sobre diferentes necesidades y soluciones específicas del negocio.
Condiciones especiales: (100 palabras máx)	Describa las advertencias o condiciones especiales del almacenamiento o uso del producto / servicio	Espacio adecuado con tecnología (proyectores), logística de catering si es necesario, y material didáctico preparado.
Composición (si aplica) (100 palabras máx)	Descripción de la composición del producto	Planificación, ejecución presencial y seguimiento post-taller con material complementario.
Otros (100 palabras máx)	¿cuál? _____	Pago por adelantado.

Item		Descripción
Producto específico:	Denominación común del bien o servicio	Cursos Digitales

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 37 de 84

Nombre comercial:	Denominación comercial que se propone	Cursos digitales.
Unidad de medida:	Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer (Ej: kilogramo, tonelada, paquete de 12 unidades, horas de consultoría, etc)	Número de suscripciones.
Descripción general: (100 palabras máx)	Descripción de las características técnicas del bien o servicio	Cursos digitales de diferentes áreas en marketing y branding.
Condiciones especiales: (100 palabras máx)	Describa las advertencias o condiciones especiales del almacenamiento o uso del producto / servicio	Plataforma de e-Learning, contenido audiovisual de alta calidad, equipo de grabación profesional y actualización constante del material.
Composición (si aplica) (100 palabras máx)	Descripción de la composición del producto	Desarrollo de módulos, promoción digital, y entrega inmediata tras la compra.
Otros (100 palabras máx)	¿cuál? _____	Pago por plataforma.

Item	Descripción
------	-------------

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 38 de 84

Producto específico:	Denominación común del bien o servicio	High Cost Services
Nombre comercial:	Denominación comercial que se propone	Servicios de alto costo y complejidad
Unidad de medida:	Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer (Ej: kilogramo, tonelada, paquete de 12 unidades, horas de consultoría, etc)	Cantidad de servicios vendidos.
Descripción general: (100 palabras máx)	Descripción de las características técnicas del bien o servicio	Un servicio especializado, según la necesidad del cliente, que supera los \$4'000.000 COP
Condiciones especiales: (100 palabras máx)	Describa las advertencias o condiciones especiales del almacenamiento o uso del producto / servicio	Equipo experto, planificación detallada con cronograma claro, y reuniones semanales de seguimiento.
Composición (si aplica) (100 palabras máx)	Descripción de la composición del producto	Reunión inicial, desarrollo estratégico, y entrega con optimización continua del proyecto.
Otros (100 palabras máx)	¿cuál? _____	70 % para cerrar el negocio y el 30 % restante, antes de la entrega final.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 39 de 84

Item		Descripción
Producto específico:	Denominación común del bien o servicio	Mid Cost Services
Nombre comercial:	Denominación comercial que se propone	Servicios de categoría media
Unidad de medida:	Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer (Ej: kilogramo, tonelada, paquete de 12 unidades, horas de consultoría, etc)	Cantidad de servicios vendidos.
Descripción general: (100 palabras máx)	Descripción de las características técnicas del bien o servicio	Servicios personalizados, según la necesidad del cliente. Estos rondan entre \$1'500.000 y \$3'499.000 COP.
Condiciones especiales: (100 palabras máx)	Describa las advertencias o condiciones especiales del almacenamiento o uso del producto / servicio	Equipo dedicado, soluciones personalizadas y uso de herramientas colaborativas para feedback constante.
Composición (si aplica) (100 palabras máx)	Descripción de la composición del producto	Definición del alcance del proyecto, ejecución de las estrategias y reportes mensuales de resultados.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 40 de 84

Otros (100 palabras máx)	¿cuál? <hr/>	70 % del pago para cerrar el negocio y el 30 % restante antes de los entregables finales.
-----------------------------------	-----------------	---

	Item	Descripción
Producto específico:	Denominación común del bien o servicio	Low Cost Services
Nombre comercial:	Denominación comercial que se propone	Servicios personalizados de bajo costo
Unidad de medida:	Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer (Ej: kilogramo, tonelada, paquete de 12 unidades, horas de consultoría, etc)	Cantidad de servicios vendidos.
Descripción general: (100 palabras máx)	Descripción de las características técnicas del bien o servicio	Servicios personalizados de baja complejidad, según la necesidad del cliente. Estos valen menos de \$1'500.000 COP.
Condiciones especiales: (100 palabras máx)	Describe las advertencias o condiciones especiales del almacenamiento o uso del producto / servicio	Automatización de procesos, alta eficiencia operativa mediante plantillas, y feedback automático del cliente.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 41 de 84

Composición (si aplica) (100 palabras máx)	Descripción de la composición del producto	Servicios predefinidos, mínima interacción y entrega automatizada con retroalimentación digital.
Otros (100 palabras máx)	¿cuál? <hr style="width: 100%;"/>	Se paga el 100 % del servicio por adelantado.

IV. ¿CÓMO DESARROLLO MI SOLUCIÓN?

Ingresos

Un Tal Juancho generará ingresos a través de la prestación de servicios especializados de *branding* y *marketing* digital, con un enfoque personalizado para startups, PYMES y profesionales independientes. Los principales servicios incluyen consultorías, creación de contenido, desarrollo de identidad de marca, y estrategias digitales. La empresa ofrecerá además productos digitales como E-books y cursos de E-Learning, diversificando las fuentes de ingreso. Los ingresos se generarán a través de tarifas por proyectos, suscripciones a productos digitales y consultorías por hora, con la posibilidad de incluir paquetes personalizados según las necesidades de los clientes.

Condiciones comerciales

Cliente

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 42 de 84

Volúmenes y frecuencia de compra	<p>Los volúmenes y la frecuencia de compra varían dependiendo del tipo de servicio solicitado. Las empresas suelen contratar servicios de <i>marketing</i> y <i>branding</i> a largo plazo, con contratos que pueden ir desde un mes hasta un año. Los profesionales independientes y pequeñas empresas generalmente solicitan servicios por proyectos puntuales o asesorías específicas que pueden requerir compras cada 3-6 meses.</p>
Características	<p>La calidad es primordial. Las empresas requieren un alto estándar en la ejecución de estrategias de <i>branding</i>, <i>marketing</i> y contenido. Además, la presentación y los informes periódicos son esenciales para evaluar el desempeño de las estrategias implementadas. La personalización es otro factor crucial, ya que los clientes buscan soluciones adaptadas a sus necesidades específicas.</p>
Sitio de compra	<p>Los servicios pueden ser adquiridos directamente a través de la página web oficial de Un Tal Juancho, por redes sociales, o mediante contacto directo con el equipo comercial vía WhatsApp.</p>
Forma de pago	<p>Se aceptan pagos mediante transferencia bancaria, pagos en línea a través de plataformas seguras (como PayU o PayPal), y</p>

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 43 de 84

	<p>también se contemplan acuerdos de pago a plazos para proyectos de mayor envergadura.</p>
Precio	<p>Los precios varían según el tipo de servicio. Consultorías o asesorías específicas pueden tener un costo a partir de COP \$1.000.000, mientras que servicios completos de <i>branding</i> o estrategias de <i>marketing</i> digital pueden superar los COP \$10.000.000 dependiendo de la duración y complejidad.</p>
Requisitos post - venta	<p>Se ofrece seguimiento constante durante la ejecución del proyecto, con reportes mensuales sobre el desempeño de las campañas y estrategias implementadas. Además, se brindan servicios postventa como soporte técnico o ajustes menores tras la entrega final del proyecto.</p>
Garantías	<p>Un Tal Juancho ofrece una garantía de satisfacción del cliente, comprometiéndose a realizar los ajustes necesarios si los resultados no cumplen con las expectativas acordadas en el contrato inicial, hasta un máximo de cambios, estipulado previamente.</p>
Margen de comercialización	<p>El margen de comercialización oscila entre el 30 % y el 40 %, dependiendo del tipo de servicio y el volumen del proyecto.</p>

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 44 de 84

Proyección de cantidades y precios de venta.

Al tener servicios muy variados y en grandes cantidades, se decidió agrupar los productos por categorías:

Modelo x Horas											
Valor x Hora	Costo x Hora	Utilidad	# de horas x día	Venta de horas diarias	# de horas x semana	Venta de horas semanales	# de horas por mes	Venta de horas mensuales	# de horas por año	Venta de horas anuales	Costo anual
\$150.000	\$70.000	\$80.000	2	\$300.000	8	\$1.200.000	32	\$4.800.000	384	\$57.600.000	\$26.880.000
Assets Digitales x 1 USD											
Precio de venta	Costo (CAC)	Utilidad	# de assets x día	Venta de assets digitales diarios	# de assets x semana	Venta de assets digitales semanales	# de assets por mes	Venta de assets digitales mensuales	# de assets por año	Venta de assets digitales anuales	Costo anual
\$4.000	\$800	\$3.200	15	\$60.000	105	\$420.000	420	\$1.680.000	5040	\$20.160.000	\$4.032.000
Talleres: Presenciales											
Precio de Taller	Costo (CAC)	Utilidad	# de talleres x día	Venta de talleres diarios	# de talleres x semana	Venta de talleres semanales	# de talleres por mes	Venta de talleres mensuales	# de talleres por año	Venta de talleres anuales	Costo anual
\$150.000	\$45.000	\$105.000	0,3333333333	\$50.000	2,5	\$375.000	10	\$1.500.000	120	\$18.000.000	\$5.400.000
Tickets: Cursos Digitales											
Precio del Ticket	Costo (CAC)	Utilidad	# de tickets x día	Venta de tickets diarios	# de tickets x semana	Venta de tickets semanales	# de tickets por mes	Venta de tickets mensuales	# de tickets por año	Venta de tickets anuales	Costo anual
\$70.000	\$21.000	\$49.000	1	\$70.000	7,5	\$525.000	30	\$2.100.000	360	\$25.200.000	\$7.560.000
High Cost Services											
Precio del Servicio	Costo (CAC)	Utilidad	# de servicios x día	Venta de servicios diarios	# de servicios x semana	Venta de servicios semanales	# de servicios por mes	Venta de servicios mensuales	# de servicios por año	Venta de servicios anuales	Costo anual
\$3.500.000	\$700.000	\$2.800.000	0,0333333333	\$16.667	0,25	\$875.000	1	\$3.500.000	12	\$42.000.000	\$6.400.000
Mid Cost Services											
Precio del Servicio	Costo (CAC)	Utilidad	# de servicios x día	Venta de servicios diarios	# de servicios x semana	Venta de servicios semanales	# de servicios por mes	Venta de servicios mensuales	# de servicios por año	Venta de servicios anuales	Costo anual
\$1.600.000	\$320.000	\$1.280.000	0,0666666667	\$106.667	0,5	\$800.000	2	\$3.200.000	24	\$38.400.000	\$7.680.000
Low Cost Services											
Valor x pack vendido	Costo (CAC)	Utilidad	# de servicios x día	Venta de servicios diarios	# de servicios x semana	Venta de servicios semanales	# de servicios por mes	Venta de servicios mensuales	# de servicios por año	Venta de servicios anuales	Costo anual
\$800.000	\$160.000	\$640.000	0,1333333333	\$106.667	1	\$800.000	4	\$3.200.000	48	\$38.400.000	\$7.680.000

Tabla – Proyección de servicios

Estimación mensual

1. Modelos X Horas:

Valor comercial: \$150.000 COP

Cantidad estimada: 32 horas.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 45 de 84

Se estima que, debido a la alta demanda del mercado en temas de consultoría en temas creativos y de estrategia en marketing, se vendan aproximadamente 32 horas mensuales de acompañamiento en proyectos.

2. Assets Digitales Low Cost

Valor comercial: Entre \$4.000 y \$50.000 COP

Cantidad estimada: 420 unidades

Los assets digitales de bajo costo (E-Books, Plantillas, WhiteBooks, etc) tienden a ser accesibles y en demanda por pequeñas empresas y emprendedores, lo que justifica la venta de 420 unidades mensuales.

3. Talleres Presenciales:

Valor comercial: \$150.000 COP x persona.

Cantidad estimada: 10 unidades

Se proyecta la organización de un taller presencial mensual con cupo para 10 personas.

4. Cursos Digitales:

Valor comercial: \$70.000 COP x persona.

Cantidad estimada: 30 unidades

Los cursos digitales permiten mayor flexibilidad y alcance, siendo factible vender 30 tickets al mes en un entorno donde el E-Learning está en crecimiento.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 46 de 84

5. High Cost Services:

Valor comercial: Desde \$3.500.000 COP para arriba

Cantidad estimada: 1 servicio

Servicios de alto costo y valor añadido tiene una demanda estable entre medianas empresas y proyectos específicos. Se proyecta una venta de 1 servicio de alto costo al mes.

6. Mid Cost Services:

Valor comercial: \$1.600.00 COP

Cantidad estimada: 2 servicios

Los servicios de costo medio se proyectan en una demanda estable, permitiendo la venta de 2 servicios mensuales.

7. Low Cost Services:

Valor comercial: \$800.000 COP

Cantidad estimada: 4 servicios

Los servicios de bajo costo, accesibles a una amplia gama de clientes, justifican la proyección de 4 servicios mensuales.

Forma de Pago:

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 47 de 84

Un Tal Juancho ofrece diversas políticas de pago para adaptarse a las necesidades de los clientes:

- **Pago Anticipado:** Los clientes pueden pagar en su totalidad antes de recibir el servicio.
- **Pago 70 - 30:** 70 % del valor para empezar el servicio y el 30 % restante cuando se vaya a hacer la entrega final.
- **Pagos en Cuotas:** Para servicios de alto valor, se ofrece la opción de pagos en cuotas, facilitando la accesibilidad.
- **Descuentos por Volumen:** Descuentos aplicables a clientes que contraten múltiples servicios.

Normatividad

- **Normatividad empresarial (constitución empresa):** La empresa debe estar registrada ante la Cámara de Comercio, obtener el RUT y el NIT, y cumplir con las obligaciones del Registro Mercantil. El valor a pagar para constituir la empresa oscila entre COP \$500.000 a \$1.000.000, dependiendo del tamaño de la empresa, y el tiempo de constitución es de aproximadamente una semana.
- **Normatividades tributarias:** Se debe estar al día con el régimen tributario de la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales), como la declaración de IVA, impuesto de renta y retenciones en la fuente, según aplique.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 48 de 84

- **Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos):** En cuanto a licencias, se requiere el cumplimiento de normativas locales para la actividad publicitaria (CIU 7310). Para servicios digitales, no se requieren licencias específicas adicionales.
- **Normatividad laboral:** Cumplir con los requisitos del Código Sustantivo del Trabajo para contrataciones, pago de seguridad social, ARL, prestaciones sociales, entre otros.
- **Normatividad ambiental:** Aunque los servicios no tienen un impacto ambiental significativo, se debe promover buenas prácticas de sostenibilidad digital y manejo responsable de recursos.
- **Registro de marca – Propiedad intelectual:** Es importante registrar la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). El costo puede variar entre COP \$1.000.000 y \$1.500.000, y el tiempo promedio es de 4 a 6 meses.

Condiciones técnicas

Para la operación de Un Tal Juancho, que se enfoca en servicios de *marketing* digital, *branding* y consultoría, se requieren varias condiciones técnicas clave que aseguren una operación eficiente y competitiva:

1. **Infraestructura tecnológica:** Es esencial contar con equipos informáticos de alto rendimiento, como computadoras, software de edición y diseño gráfico (Adobe

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 49 de 84

Creative Suite, Final Cut Pro, entre otros) y herramientas de gestión de proyectos (Trello, Monday, Asana). Además, es crucial tener una conexión a internet de alta velocidad para la producción de contenido digital, reuniones virtuales y gestión de campañas en tiempo real.

2. **Plataformas digitales:** El acceso a plataformas de *marketing* digital y redes sociales es imprescindible. Esto incluye herramientas de gestión de campañas publicitarias como Facebook Ads, Google Ads, LinkedIn Campaign Manager y plataformas de análisis de datos como Google Analytics y SEMrush, que permiten monitorear y optimizar las estrategias de los clientes.
3. **Seguridad digital:** Implementar sistemas de seguridad informática es vital para proteger la confidencialidad y privacidad de los datos de los clientes. El uso de antivirus, firewalls, y protocolos de respaldo en la nube garantizan que la información esté protegida de posibles amenazas cibernéticas.
4. **Espacios colaborativos:** La operación también requiere de un entorno de trabajo que fomente la colaboración del equipo. Oficinas con infraestructura adecuada para reuniones y presentaciones, o el uso de espacios de coworking, donde los empleados puedan acceder a zonas de trabajo compartidas y privadas, es un factor técnico importante para la cohesión del equipo.
5. **Software especializado:** Se requieren herramientas de edición de video y producción audiovisual (como Premiere Pro y After Effects) para la creación de

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 50 de 84

contenido audiovisual. Además, el uso de plataformas de automatización de marketing como HubSpot o Mailchimp asegura la eficacia en las campañas de *mailing* y *marketing*.

Requerimientos

Lugar físico de operación

No es necesario un lugar físico de operación para Un Tal Juancho, ya que la naturaleza del negocio permite operar de manera remota. Al ser una agencia digital, todo el trabajo puede realizarse utilizando plataformas tecnológicas, herramientas de gestión en línea y software de comunicación. Además, los servicios de *marketing* digital, *branding* y producción de contenido audiovisual pueden gestionarse y entregarse completamente en formato digital. Esta flexibilidad permite adaptarse a los cambios en el entorno laboral, optimizando costos y ampliando la base de clientes a nivel nacional e internacional sin necesidad de un espacio físico.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 52 de 84

Condiciones técnicas de infraestructura

No es necesario condiciones técnicas especiales en infraestructura para que la operación de Un Tal Juancho funcione con normalidad. Como se explicó anteriormente, la agencia funcionará de manera remota con la utilización de espacios de trabajo rentados por ciertos periodos de tiempo.

Importaciones

No se tiene contemplado realizar importaciones para la adquisición de activos. Las compras más grandes, como equipos y tecnología, se realizarán en mercados locales. Al considerar el tipo de cambio del dólar y los impuestos de importación, resulta económicamente equivalente comprar estos activos localmente. Esta estrategia también facilita la logística y el soporte técnico, asegurando un acceso más rápido y confiable a los recursos necesarios para la operación de Un Tal Juancho. Se realizará la compra de equipos, maquinaria, servicios y cualquier tipo de requerimiento, a empresas legalmente constituidas en Colombia, que expidan factura electrónica y cumplan con todas las disposiciones tributarias y legales pertinentes, procurando obtener las mejores condiciones en cuanto a la calidad, precios, plazos de entrega y formas de pago que beneficien la organización.

La empresa no requiere importaciones en el corto ni mediano plazo, por lo cual no se presenta el detalle de los activos, países proveedores y tiempos estimados de entrega.

La totalidad de los productos proyectados a adquirir del presente proyecto, no contemplan variaciones de precio por cambio de dólar, se compran y entregan de manera

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 53 de 84

local, sin embargo, de ser posible un incremento en los precios, el emprendedor dispondrá de recursos propios o préstamos bancarios que permitan el desarrollo de las actividades productivas de la empresa.

Proceso de producción

Diagrama de Procesos

Procesos Un Tal Juancho							
Actividad	Proveedor	Producción	Transformación	Comercialización	Logística	Servicio Post Venta	Disposición de Residuos
Adquisición de Software	Proveedores de servicios digitales (Adobe, Hootsuite)	Selección e instalación de software en equipos de trabajo	Actualización y adaptación de software según necesidades	No aplica	No aplica	Soporte técnico en uso de herramientas y resolución de problemas	No aplica
Creación de Contenidos	Freelancers o colaboradores	Desarrollo de contenidos digitales (imágenes, videos, textos)	Edición y adaptación de los contenidos según la campaña	Publicación en redes sociales, página web y plataformas de clientes	No aplica	Feedback y ajustes en contenido según retroalimentación del cliente	No aplica
Alquiler de Estudios	Plataformas de alquiler de estudios audiovisuales	Grabación y producción de contenido audiovisual	Edición y postproducción de videos	Distribución en redes, sitio web o para uso directo del cliente	Coordinación de entrega digital del material	Soporte en adaptaciones del contenido según necesidades del cliente	Reducción y reciclaje de materiales físicos (en caso de impresos)
Estrategias de Marketing	Consultores de marketing digital	Planeación y diseño de estrategias de marketing	Ajuste de estrategias según rendimiento y análisis de métricas	Promoción a través de campañas digitales (publicidad, email, etc.)	Gestión de plataformas de envío y publicaciones de campaña	Seguimiento a resultados y retroalimentación continua con el cliente	No aplica
Capacitación	SENA y otras entidades de formación	Formación en habilidades técnicas (diseño, marketing digital)	Actualización de conocimientos en tendencias del mercado	Ofrecimiento de consultorías y talleres para clientes	No aplica	Evaluación de efectividad de capacitaciones con clientes e implementación de mejoras	No aplica
Postventa	No aplica	No aplica	No aplica	Encuestas de satisfacción y seguimiento a clientes después de la entrega de servicios	No aplica	Gestión de quejas y resolución de problemas, creación de planes de fidelización	No aplica
Reducción de Impacto Ambiental	Proveedores de servicios de reciclaje	Implementación de políticas de cero impresión y trabajo remoto	Reducción de residuos digitales y físicos	Comunicación de prácticas sostenibles con los clientes	No aplica	Sensibilización y comunicación de impacto ambiental a clientes	Disposición responsable de residuos electrónicos y reciclaje de materiales

Tabla 3 – Inversiones fijas

Adquisición de Software: Un Tal Juancho trabaja con proveedores de software de diseño y gestión de contenido, como Adobe y Hootsuite. Este software se instala en los equipos de trabajo para facilitar la creación de contenido y la gestión de redes sociales.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 54 de 84

Creación de Contenidos: Los freelancers y colaboradores creativos participan en la producción de contenido visual y escrito para campañas. Estos contenidos se ajustan y personalizan según la necesidad de cada cliente.

Alquiler de Estudios: Para producciones audiovisuales de alta calidad, se alquilan estudios equipados con tecnología profesional. Posteriormente, se realiza la postproducción y el contenido final se entrega al cliente o se publica en sus plataformas.

Estrategias de Marketing: Se diseñan y adaptan estrategias de marketing para cada cliente. La agencia promociona los contenidos mediante campañas digitales, coordinando con plataformas y gestionando los resultados para hacer ajustes.

Capacitación: La formación continua es clave para mantenerse actualizado en tendencias de marketing y tecnología. Un Tal Juancho colabora con el SENA para capacitar al equipo y ofrece consultorías y talleres a los clientes.

Postventa: Tras la entrega de servicios, se realiza un seguimiento a la satisfacción del cliente. Se gestionan las quejas y se recopila feedback para mejorar los procesos futuros y fidelizar a los clientes.

Reducción de Impacto Ambiental: Se implementan políticas sostenibles como el trabajo remoto y cero impresiones. Además, se realizan campañas de sensibilización sobre el impacto ambiental y se dispone adecuadamente de los residuos generados en la producción.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 55 de 84

Al ser una agencia digital con un enfoque personalizado, Un Tal Juancho no tiene un proceso de producción en masa. Sin embargo, el proceso para la prestación de servicios se puede describir de la siguiente manera:

Paso 1: Identificación de Necesidades del Cliente

- Actividad: Reunión con el cliente para conocer sus objetivos y necesidades específicas.
- Tiempo Estimado: 1-2 horas
- Cargos que Participan: Director de Proyectos, Ejecutivo de Cuentas
- Equipos y Máquinas: Computadoras, software de videoconferencia

Paso 2: Diseño de Estrategias y Propuestas Creativas

- Actividad: Elaboración de estrategias de marketing, branding y storytelling acordes a las necesidades del cliente.
- Tiempo Estimado: 1-2 semanas
- Cargos que Participan: Equipo Creativo, Equipo de Marketing
- Equipos y Máquinas: Computadoras, software de diseño y planificación

Paso 3: Aprobación de la Propuesta por Parte del Cliente

- Actividad: Presentación de la propuesta al cliente y ajustes según sus comentarios.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 56 de 84

- Tiempo Estimado: 1-2 horas
- Cargos que Participan: Director de Proyectos, Ejecutivo de Cuentas
- Equipos y Máquinas: Computadoras, proyector o pantalla de TV, software de videoconferencia

Paso 4: Implementación de las Estrategias

- Actividad: Ejecución de las acciones de marketing, branding y storytelling propuestas.
- Tiempo Estimado: 1-6 meses (dependiendo del alcance del proyecto)
- Cargos que Participan: Equipo Creativo, Equipo de Marketing, Especialistas en Redes Sociales y Publicidad Digital
- Equipos y Máquinas: Computadoras, software de diseño, herramientas de publicación y monitoreo en redes sociales

Paso 5: Monitoreo y Ajuste

- Actividad: Seguimiento del desempeño de las estrategias y ajustes según resultados.
- Tiempo Estimado: Continuo durante la implementación
- Cargos que Participan: Director de Proyectos, Equipo de Marketing, Especialistas en Redes Sociales y Publicidad Digital

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 57 de 84

- Equipos y Máquinas: Computadoras, software de análisis y monitoreo

Paso 6: Entrega de Resultados y Cierre del Proyecto

- Actividad: Presentación de los resultados obtenidos al cliente y cierre del proyecto.
- Tiempo Estimado: 1-2 horas
- Cargos que Participan: Director de Proyectos, Ejecutivo de Cuentas
- Equipos y Máquinas: Computadoras, proyector o pantalla de TV, software de videoconferencia

Para mejorar los procesos, se implementarán acciones como capacitación continua del equipo, uso de tecnologías emergentes y análisis de métricas de desempeño. Los métodos de comercialización se enfocarán en la promoción digital, redes sociales y networking con otros profesionales del sector.

El modelo organizativo de Un Tal Juancho se basará en la flexibilidad y adaptabilidad a las necesidades de cada cliente, con equipos multidisciplinarios trabajando en conjunto. Estas acciones conducirán a la innovación en los procesos, empleando recursos como software de última generación y la creatividad del equipo.

Un Tal Juancho se considera un negocio sostenible debido a su enfoque ético y responsable en la producción de contenido digital, reduciendo el impacto ambiental a través de prácticas de impresión cero y minimización de residuos. El compromiso con la

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 58 de 84

sostenibilidad incluye la preferencia por el trabajo remoto, lo que reduce la huella de carbono, y el uso de plataformas digitales para la entrega de servicios.

En el ámbito social, la empresa fomenta un entorno inclusivo. Un Tal Juancho ofrece oportunidades para estudiantes de bajos recursos interesados en *marketing* y tecnología, proporcionando experiencia práctica que fortalece sus habilidades y les brinda mejores oportunidades laborales. Estas iniciativas no solo contribuyen al bienestar social y educativo, sino que también permiten a la agencia acceder a nuevo talento comprometido con sus valores, creando un círculo de impacto positivo para la comunidad y la sostenibilidad en general.

Capacidad Productiva Anual

- **Modelo x Horas:** 384 horas
- **Assets Digitales de bajo costo:** 5,040 assets
- **Talleres Presenciales:** 120 tickets
- **Cursos Digitales:** 360 tickets
- **High Cost Services:** 12 servicios
- **Mid Cost Services:** 24 servicios
- **Low Cost Services:** 48 packs

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 59 de 84

Un Tal Juancho tiene una capacidad productiva diversificada que le permite manejar varios servicios de manera eficiente. Esta diversificación no solo aumenta la resiliencia de la empresa ante cambios en la demanda, sino que también optimiza el uso de los recursos y talentos disponibles. La capacidad productiva es un reflejo de la estructura organizativa y la estrategia de mercado de la empresa, asegurando que pueda atender a un amplio espectro de necesidades de sus clientes.

Equipo de trabajo

Perfil del emprendedor

- Perfil (Formación, experiencia general y experiencia relacionada con la idea de negocio):** Juan Cubillos es un publicista con una maestría en Social Media Marketing y Marketing Digital. Actualmente, está terminando estudios en Administración de Empresas. Posee una amplia experiencia en la gestión de proyectos digitales y ha ocupado diversos roles en el ámbito del marketing digital y la publicidad, tales como Director Creativo, Senior Copywriter, Director de Marketing Digital y Consultor en Marketing y Branding.
- Rol:** Como fundador y director de Un Tal Juancho, Juan Cubillos liderará y supervisará las operaciones de la agencia. Su rol principal incluirá desarrollar y mantener relaciones con los clientes, gestionar proyectos y coordinar al equipo para asegurar la entrega de resultados de alta calidad y a tiempo. También será responsable

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 60 de 84

de la estrategia de marketing y ventas, atrayendo nuevos clientes y posicionando la marca en el mercado.

- **Dedicación (Tiempo completo / tiempo parcial):** Juan Cubillos dedicará su tiempo completo a Un Tal Juancho. Su formación y experiencia en publicidad, marketing digital y gestión de proyectos digitales son fundamentales para el éxito del negocio. Al dedicar su tiempo completo a la agencia, el fundador puede enfocarse en alcanzar los objetivos y en satisfacer las expectativas de los clientes. Esta dedicación también facilita la actualización continua en tendencias y herramientas de marketing digital, lo que incrementa las posibilidades de ofrecer soluciones innovadoras y efectivas.

Cargos que requiere la operación inicial

Nombre del Cargo	Funciones principales	Perfil requerido			Tipo de contratación (Jornal, prestación de servicios, nómina)	Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial)	Unidad	Valor remuneración	Mes de vinculación
		Formación	Experiencia General (años)	Experiencia Específica (años)					
Director General	Responsable de la dirección y supervisión de la agencia, gestión de proyectos, estrategia de marketing y ventas, y desarrollo y mantenimiento de relaciones con los clientes.	Profesional en Marketing y Gestión de Marca.	12 años	7 años	Nómina	Tiempo completo	COP	\$3'883.160	Dos meses antes de abrir operaciones.
Productor audiovisual	Responsable de la producción y edición de contenido audiovisual para las campañas de los clientes, incluyendo videos promocionales, tutoriales, testimoniales y otros materiales multimedia.	Medios audiovisuales	2 años	1 año	Nómina	Tiempo completo	COP	\$1'844.703	Dos meses antes de abrir operaciones.
Asistente Administrativo/Financiero (Contador-Tesorero):	Encargado de las tareas administrativas y financieras de la agencia, como facturación, control de gastos y seguimiento a cobros y pagos. Debe tener conocimientos en administración y finanzas.	Contaduría y tributación	10 años	5 años	Prestación de Servicios	Tiempo parcial	COP	\$ 480.000	El primer día, al abrir operaciones.

Tabla 4 – Equipo de trabajo inicial

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 61 de 84

Es importante destacar la experiencia y las habilidades especializadas de cada miembro clave. Juan Cubillos, fundador y Director General, cuenta con más de 12 años de experiencia en el ámbito del *marketing* digital y *branding*, lo que le permite liderar la agencia con un enfoque estratégico y efectivo. Su capacidad para gestionar múltiples proyectos y su entendimiento profundo de las necesidades del mercado lo posicionan como la persona idónea para encabezar este proyecto. Además, su formación académica y experiencia práctica aseguran que las soluciones ofrecidas sean de alta calidad y adaptadas a las demandas del cliente.

El realizador audiovisual, quien será responsable de la producción de contenido multimedia, aporta habilidades técnicas que permiten crear contenido atractivo y efectivo para las campañas de los clientes. Esta especialización es clave en el entorno actual, donde el contenido visual tiene un papel central en las estrategias de *marketing*.

El equipo inicial es reducido, lo cual optimiza recursos y mantiene la operación ágil. En proyectos de mayor envergadura, se trabajará con *freelancers* especializados, lo que proporciona flexibilidad y capacidad de adaptación según las demandas del cliente, sin comprometer la calidad. Esto convierte a Un Tal Juancho en un negocio eficiente y capaz de competir con agencias de mayor tamaño.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 62 de 84

V. ¿CUÁL ES EL FUTURO DE MI NEGOCIO?

Estrategias

Estrategias de promoción

El objetivo principal de las estrategias de promoción de Un Tal Juancho será aumentar la visibilidad de la marca, captar nuevos clientes y retener los existentes, impulsando las ventas de los distintos servicios y productos digitales.

a. Promociones Personalizadas por Nicho

Dado que Un Tal Juancho atiende diferentes segmentos de mercado (startups, PYMEs, profesionales independientes), las promociones deben estar adaptadas a cada grupo:

- **Startups:** Ofrecer paquetes de branding y marketing digital con descuentos escalonados o promociones “primer mes gratis” para fomentar la contratación inicial y convertirlos en clientes recurrentes.
- **PYMES:** Descuentos en servicios anuales o la posibilidad de realizar pagos fraccionados. Las PYMES suelen buscar servicios que les ofrezcan un retorno de inversión claro y rápido, por lo que se podrían implementar estrategias de *pricing* que incluyan consultorías iniciales gratuitas.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 63 de 84

- Freelancers y Profesionales Independientes:** Promociones limitadas a ciertos servicios de branding personal, como el desarrollo de identidad visual, con descuentos atractivos y fácil acceso para proyectos más pequeños.

b. Marketing de Referencias

Implementar un programa de referidos en el que los clientes existentes puedan ganar beneficios (descuentos, servicios adicionales, e-books gratuitos) al recomendar los servicios de Un Tal Juancho a sus colegas o contactos profesionales. Este enfoque también fomenta la lealtad de los clientes actuales.

c. Paquetes y Cross-Selling

Ofrecer paquetes combinados de servicios que incluyan varios productos o servicios a un precio reducido, incentivando el *cross-selling*, es decir, la venta de servicios adicionales que complementen la compra inicial. Por ejemplo, un paquete que combine servicios de diseño gráfico, branding y gestión de redes sociales a un precio competitivo para startups o PYMES que busquen una solución integral.

d. Promociones Estacionales

Aprovechar momentos claves del año para lanzar campañas promocionales estratégicas, como en fechas importantes de ventas como el Día del Emprendedor, Cyberlunes o el

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 64 de 84

Black Friday, ofreciendo descuentos y ofertas limitadas en servicios digitales como creación de sitios web o estrategias de marketing digital.

Estrategias de comunicación

Las estrategias de comunicación estarán centradas en construir una marca sólida y confiable, transmitiendo los valores de Un Tal Juancho a través de todos los canales disponibles y optimizando la experiencia del cliente.

a. Posicionamiento de Marca

Un Tal Juancho desea posicionarse como una agencia especializada en construir conexiones emocionales auténticas entre marcas y sus audiencias, utilizando el *storytelling* y el branding emocional como sus principales herramientas. La comunicación de la marca se enfocará en transmitir cómo sus estrategias personalizadas permiten a las empresas no solo destacarse en el mercado, sino también construir relaciones significativas y duraderas con sus clientes. Este posicionamiento se reforzará mediante testimonios de casos de éxito y contenido interactivo que muestre el impacto de su enfoque único en la percepción y lealtad de las audiencias.

b. Marketing de Contenidos

- Blog y Podcast: Crear un blog y un podcast especializados en marketing digital, branding y storytelling, donde se compartan insights del mercado, guías prácticas y

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 65 de 84

entrevistas con clientes o líderes de opinión en la industria. Este contenido ayudará a atraer tráfico orgánico y posicionar a Un Tal Juancho como un referente en su sector.

- **Ebooks y Plantillas:** Ofrecer *e-books* gratuitos y plantillas descargables (assets digitales) como parte de la estrategia de inbound marketing, que aporten valor a los usuarios y los conviertan en potenciales clientes. Esto también permitirá captar leads para campañas de email marketing.

c. Estrategia en Redes Sociales

- **Instagram y LinkedIn** serán las plataformas clave para la promoción del portafolio y casos de éxito. Instagram enfocada en contenido visual, con reels que muestren procesos creativos, y LinkedIn para posicionarse como autoridad en temas de marketing y branding.
- **Facebook Ads y Google Ads:** Estas plataformas permitirán generar anuncios segmentados que promuevan servicios clave de la agencia, dirigidos a PYMES, freelancers y startups. Esto contribuirá a generar awareness y atraer nuevos leads.

d. Email Marketing

Diseñar una estrategia de email marketing personalizada en función de la interacción del cliente potencial con el contenido ofrecido en los diferentes canales. Los correos deben contener valor añadido como tips de branding, descuentos exclusivos o novedades sobre

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 66 de 84

nuevos servicios. Se pueden crear secuencias automáticas de bienvenida y follow-ups para mantener la relación con leads y convertirlos en clientes.

e. Relaciones Públicas Digitales

- **Colaboraciones con Influencers y Medios Especializados:** Establecer relaciones con influencers clave dentro de la industria del marketing digital y branding para llegar a nuevas audiencias a través de colaboraciones, webinars y podcasts conjuntos.
- **Publicaciones en Medios de Marketing y Tecnología:** Generar contenido de calidad que pueda ser publicado en medios especializados o blogs de terceros con autoridad en el ámbito del marketing, lo que permitirá posicionar la marca y mejorar la reputación de Un Tal Juancho.

Estrategias de distribución

Dado que Un Tal Juancho es una agencia digital, la distribución de los servicios está directamente vinculada a plataformas tecnológicas y al uso eficiente de herramientas digitales para llegar al público objetivo y cumplir con los plazos de entrega de los servicios.

a. Plataformas de Entrega Digital

Los servicios serán distribuidos principalmente a través de canales digitales, lo que permite una entrega rápida, eficiente y global. Esto incluye el uso de plataformas como:

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 67 de 84

- **Trello o Asana** para la gestión de proyectos con los clientes, donde podrán seguir en tiempo real el avance de los entregables.
- **Zoom o Google Meet** para las reuniones de consultoría, mentoría y seguimiento.
- **Vimeo o YouTube (privados)** para la entrega de assets audiovisuales, como videos corporativos o promocionales.
- **Google Drive o Dropbox** para la entrega de material gráfico, plantillas y otros assets digitales.

b. Servicios Escalables a Nivel Nacional

Aunque Un Tal Juancho tiene su sede en Bogotá, los servicios están diseñados para ser 100% escalables a nivel nacional. La digitalización de los procesos permite ofrecer consultoría, mentoría y otros servicios a clientes de cualquier ciudad de Colombia, optimizando los costos operativos y ampliando el mercado objetivo.

c. Marketplace Propio o de Terceros

Se explorará la posibilidad de comercializar productos digitales (como e-books, cursos pregrabados o plantillas) a través de plataformas de terceros como Crehana o Hotmart, así como en un marketplace propio, ampliando la distribución de los productos a nivel regional y llegando a nuevos públicos.

d. Atención y Soporte Post-Venta

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 68 de 84

Un Tal Juancho implementará un sistema de soporte post-venta que garantice una comunicación fluida con los clientes después de la entrega del servicio. Esto permitirá la creación de relaciones de largo plazo y la captación de feedback para mejorar continuamente los servicios. El soporte será distribuido por email y plataformas de ticketing para resolver dudas o problemas en el uso de los productos digitales.

Período de arranque

El período de arranque de Un Tal Juancho se estima en 2 meses. Durante este tiempo, se completarán tareas como la formalización de la empresa, registro de marca, legalización del contrato de arrendamiento, capacitación del equipo, diseño de piezas publicitarias y grabación de cursos digitales y contenido audiovisual de promoción.

Periodo improductivo

El período improductivo necesario para el primer ciclo de producción se estima en dos meses. Durante este tiempo, se realizarán actividades fundamentales, tales como:

- **Contratación de Personal:** Selección y contratación de los profesionales necesarios para los diversos roles dentro de la agencia.
- **Adquisición de equipos:** Compra e instalación de equipos, computadoras y demás herramientas necesarias para la operación.
- **Capacitación del Equipo:** Formación del personal en las herramientas y procesos específicos de la agencia para asegurar un desempeño óptimo.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 69 de 84

- Desarrollo de Estrategias de Marketing Digital: Creación de las estrategias iniciales de marketing para promover los servicios de la agencia y captar los primeros clientes.

Flujo de Caja libre proyectado a cinco años (mensual para el primer año, trimestral el segundo año, anual los años siguientes)

AÑO UNO														
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
(+)	Ingresos	\$ 19.980.000	\$ 19.980.000	\$ 19.980.000	\$ 19.980.000	\$ 19.980.000	\$ 19.980.000	\$ 19.980.000	\$ 19.980.000	\$ 19.980.000	\$ 19.980.000	\$ 19.980.000	\$ 239.760.000	
(-)	Gastos Operativos	\$ 5.636.000	\$ 5.636.000	\$ 5.636.000	\$ 5.636.000	\$ 5.636.000	\$ 5.636.000	\$ 5.636.000	\$ 5.636.000	\$ 5.636.000	\$ 5.636.000	\$ 5.636.000	\$ 67.632.000	
(-)	Costos	\$ 8.067.179	\$ 8.067.179	\$ 8.067.179	\$ 8.067.179	\$ 8.067.179	\$ 8.067.179	\$ 8.067.179	\$ 8.067.179	\$ 8.067.179	\$ 8.067.179	\$ 8.067.179	\$ 96.806.152	
(=)	Margen Bruto	\$ 6.276.821	\$ 6.276.821	\$ 6.276.821	\$ 6.276.821	\$ 6.276.821	\$ 6.276.821	\$ 6.276.821	\$ 6.276.821	\$ 6.276.821	\$ 6.276.821	\$ 6.276.821	\$ 75.321.848	
(-)	Intereses	\$ 1.388.843	\$ 1.373.864	\$ 1.358.678	\$ 1.343.280	\$ 1.327.669	\$ 1.311.840	\$ 1.295.792	\$ 1.279.521	\$ 1.263.025	\$ 1.246.298	\$ 1.229.340	\$ 1.212.146	\$ 15.630.298
(-)	Depreciación	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 10.160.000	
(=)	Utilidad antes de impuestos	\$ 4.041.311	\$ 5.430.154	\$ 5.430.154	\$ 5.430.154	\$ 5.430.154	\$ 5.430.154	\$ 5.430.154	\$ 5.430.154	\$ 5.430.154	\$ 5.430.154	\$ 5.430.154	\$ 63.773.005	
(-)	Impuestos	\$ 1.414.459	\$ 1.900.554	\$ 1.900.554	\$ 1.900.554	\$ 1.900.554	\$ 1.900.554	\$ 1.900.554	\$ 1.900.554	\$ 1.900.554	\$ 1.900.554	\$ 1.900.554	\$ 22.320.552	
(=)	Utilidad Neta	\$ 2.626.852	\$ 3.529.600	\$ 3.529.600	\$ 3.529.600	\$ 3.529.600	\$ 3.529.600	\$ 3.529.600	\$ 3.529.600	\$ 3.529.600	\$ 3.529.600	\$ 3.529.600	\$ 41.452.453	
(+)	Depreciación	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 846.667	\$ 10.160.000	
(-)	Pago de capital	\$ 1.078.497	\$ 1.093.476	\$ 1.108.662	\$ 1.124.060	\$ 1.139.671	\$ 1.155.500	\$ 1.171.548	\$ 1.187.819	\$ 1.204.316	\$ 1.221.042	\$ 1.238.000	\$ 1.255.194	\$ 13.977.784
(-)	Capex												\$ 0	
(+)	Nueva deuda												\$ 0	
(=)	FCN	\$ 2.395.022	\$ 3.282.791	\$ 3.267.604	\$ 3.252.207	\$ 3.236.595	\$ 3.220.767	\$ 3.204.719	\$ 3.188.448	\$ 3.171.951	\$ 3.155.225	\$ 3.138.267	\$ 3.121.073	\$ 37.634.669

AÑO DOS								
	1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Total			
(+)	Ingresos	\$ 71.027.870	\$ 71.027.870	\$ 71.027.870	\$ 71.027.870	\$ 284.111.482		
(-)	Gastos Operativos	\$ 20.035.690	\$ 20.035.690	\$ 20.035.690	\$ 20.035.690	\$ 80.142.758		
(-)	Costos	\$ 95.643.477	\$ 95.643.477	\$ 95.643.477	\$ 95.643.477	\$ 382.573.907		
(=)	Margen Bruto	-\$ 44.651.296	-\$ 44.651.296	-\$ 44.651.296	-\$ 44.651.296	-\$ 178.605.184		
(-)	Intereses	\$ 33.530.871	\$ 33.367.328	\$ 33.196.876	\$ 33.019.222	\$ 13.114.297		
(-)	Depreciación	\$ 2.540.000	\$ 2.540.000	\$ 2.540.000	\$ 2.540.000	\$ 10.160.000		
(=)	Utilidad antes de impuestos	-\$ 50.722.167	-\$ 50.558.624	-\$ 50.388.172	-\$ 50.210.518	-\$ 201.879.480		
(-)	Impuestos	-\$ 17.752.758	-\$ 17.695.518	-\$ 17.635.860	-\$ 17.573.681	-\$ 70.657.818		
(=)	Utilidad Neta	-\$ 32.969.408	-\$ 32.863.105	-\$ 32.752.311	-\$ 32.636.837	-\$ 131.221.662		
(+)	Depreciación	\$ 2.540.000	\$ 2,540.000	\$ 2,540.000	\$ 2,540.000	\$ 10.160.000		
(-)	Pago de capital	\$ 3.871.150	\$ 4.034.693	\$ 4.205.145	\$ 4.382.798	\$ 16.493.785		
(-)	Capex	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0		
(+)	Nueva deuda		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0		
(=)	FCN	-\$ 34.300.558	\$ 9.709.569	\$ 9.565.118	\$ 9.414.565	-\$ 5.611.306		

AÑO TRES A CINCO					
	Año tres	Año cuatro	Año cinco		
(+)	Ingresos	\$ 380.425.274	\$ 450.613.737	\$ 533.751.971	
(-)	Gastos Operativos	\$ 107.311.153	\$ 127.110.061	\$ 150.561.867	
(-)	Costos	\$ 130.907.022	\$ 142.450.266	\$ 155.070.462	
(=)	Margen Bruto	\$ 142.207.099	\$ 181.053.410	\$ 228.119.642	
(-)	Intereses	\$ 10.145.415	\$ 6.642.135	\$ 2.508.265	
(-)	Depreciación	\$ 2.540.000	\$ 2,540.000	\$ 2,540.000	
(=)	Utilidad antes de impuestos	\$ 129.521.683	\$ 171.871.274	\$ 223.071.377	
(-)	Impuestos	\$ 45.332.589	\$ 60.154.946	\$ 78.074.982	
(=)	Utilidad Neta	\$ 84.189.094	\$ 111.716.328	\$ 144.996.395	
(+)	Depreciación	\$ 2.540.000	\$ 2,540.000	\$ 2,540.000	
(-)	Pago de capital	\$ 19.462.667	\$ 22.965.947	\$ 27.099.817	
(-)	Capex				
(+)	Nueva deuda				
(=)	FCN	\$ 67.266.428	\$ 91.290.382	\$ 120.436.578	

Tabla 5 – Flujo de caja libre

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 70 de 84

Supuesto Financieros para realizar las proyecciones

Para elaborar las proyecciones financieras de Un Tal Juancho, se han considerado los siguientes supuestos financieros:

1. Índice de Precios al Consumidor (IPC):

- Proyección: Según el Banco de la República, se proyecta un IPC anual del 5,20% para 2025. Este índice refleja el aumento general de precios de bienes y servicios en la economía.
- Impacto: Este supuesto es crucial para ajustar los costos y precios de nuestros servicios de acuerdo con la inflación esperada.

2. Crecimiento de Costos:

- Proyección: Se proyecta un límite máximo de crecimiento del 12% anual en los costos operativos de Un Tal Juancho, especialmente en nómina y prestación de servicios. Esta cifra se establece tomando en cuenta varios factores estratégicos y de mercado:
 - **Eficiencia y Control Financiero:** Limitar los incrementos en los costos operativos es clave para mantener la rentabilidad en un mercado en crecimiento. Este límite busca optimizar la eficiencia operativa y la productividad del equipo, de modo que el aumento en los costos salariales y servicios no supere el crecimiento proporcional de ingresos.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 71 de 84

- **Condiciones de Mercado y Competitividad Salarial:** El aumento del 12% anual es una medida que tiene en cuenta la proyección del Índice de Precios al Consumidor (IPC) y las expectativas salariales dentro del sector digital y de servicios. Este porcentaje refleja la necesidad de atraer y retener talento sin generar un desbalance financiero, permitiendo a la empresa mantener su competitividad.
- **Sostenibilidad Financiera a Largo Plazo:** La proyección está diseñada para garantizar una asignación racional de recursos, permitiendo destinar una mayor inversión en áreas críticas de crecimiento, como tecnología, marketing y desarrollo de nuevos servicios, sin comprometer la estabilidad financiera. Este ajuste moderado asegura que Un Tal Juancho pueda adaptarse a los cambios económicos sin reducir su capacidad de innovación y servicio al cliente.
 - Estrategia: Implementar medidas de control de costos y eficiencia operativa para mantener los incrementos dentro de este rango.

3. Crecimiento de Ingresos:

- Proyección: Se estima un crecimiento anual del 18% en los ingresos, alineado con el crecimiento proyectado del mercado de E-Learning en Latinoamérica, que es del 16.7 % al 25 % hasta 2027 (Fit Learning, 2022).

- Estrategia: Expandir nuestra oferta de servicios y productos digitales, aprovechando el auge del E-Learning y otras tendencias de marketing digital.

4. Costo por Adquisición de Clientes (CAC):

- Proyección: El CAC para la venta de productos digitales oscila entre el 5% y el 30 % del valor de venta del producto, dependiendo de la complejidad del producto.
- Estrategia: Optimizar las estrategias de marketing y publicidad para minimizar el CAC mientras se maximiza la adquisición de clientes.

Proyección de ingresos

AÑOS	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco
TIPO/ ETAPA					
Ingresos	\$239.760.000	\$284.111.482	\$380.425.274	\$450.613.737	\$533.751.971

Ventas (pxq)															
AÑOS	Año uno			Año Dos			Año tres			Año Cuatro			Año Cinco		
	Unidades	Valor x U	Total	Unidades	Valor x U	Total	Unidades	Valor x U	Total	Unidades	Valor x U	Total	Unidades	Valor x U	Total
Horas de consultoría	384	\$150.000	\$57.600.000	422	\$155.640	\$65.742.336	549	\$160.309	\$88.028.988	631	\$165.118	\$104.270.336	726	\$170.072	\$123.508.213
Assets digitales de bajo costo	5040	\$4.000	\$20.160.000	5544	\$4.150	\$23.009.818	7207	\$4.275	\$30.810.146	8288	\$4.403	\$36.494.618	9532	\$4.535	\$43.227.875
Tickets, talleres presenciales	120	\$150.000	\$18.000.000	132	\$155.640	\$20.544.480	172	\$160.309	\$27.509.059	197	\$165.118	\$32.584.480	227	\$170.072	\$38.596.317
Tickets, cursos virtuales	360	\$70.000	\$25.200.000	540	\$72.632	\$39.221.280	702	\$74.811	\$52.517.294	807	\$77.055	\$62.206.735	928	\$79.367	\$73.683.877
High cost services	12	\$3.500.000	\$42.000.000	13	\$3.631.600	\$47.937.120	17	\$3.740.548	\$64.187.804	20	\$3.852.764	\$76.030.453	23	\$3.968.347	\$90.058.072
Mid cost services	24	\$1.600.000	\$38.400.000	26	\$1.660.160	\$43.828.224	34	\$1.709.965	\$58.685.992	39	\$1.761.264	\$69.513.557	45	\$1.814.102	\$82.338.809
Low cost services	48	\$800.000	\$38.400.000	53	\$830.080	\$43.828.224	69	\$854.982	\$58.685.992	79	\$880.632	\$69.513.557	91	\$907.051	\$82.338.809
Total	5988		\$239.760.000	6731		\$284.111.482	8750		\$380.425.274	10063		\$450.613.737	11972		\$533.751.971

Tabla 6 – Proyección de ingresos / (PxQ)

La proyección de ingresos se sustenta en la venta anual de 7 categorías de servicios y productos digitales. Cada servicio ha sido proyectado teniendo en cuenta el costo de

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 73 de 84

adquisición de cliente (CAC) que oscila entre el 5 % y el 30 % del valor de venta del producto o servicio, dependiendo de su complejidad. Además, se ha estimado un crecimiento anual del 18 % en las ventas, basándose en la tasa de crecimiento compuesto anual (CAGR) para la inversión en E-Learning del 16.7 % al 25 % proyectado hasta 2027 (Fit Learning, 2022).

Detalle por Categorías de Servicios y Productos

- **Consultoría por Hora:** Proyección basada en la venta de horas de consultoría diarias, semanales y mensuales, asegurando un flujo constante de ingresos por servicios especializados.
- **Assets Digitales de bajo costo:** Venta de productos digitales de bajo costo, aprovechando el volumen y la accesibilidad para generar ingresos recurrentes.
- **Talleres Presenciales:** Realización de talleres educativos y formativos, atrayendo a profesionales y empresas que buscan mejorar sus habilidades.
- **Cursos Virtuales:** Venta de cursos digitales a través de tickets, ofreciendo contenido educativo de alta calidad en formato accesible.
- **High Cost Services:** Servicios de alto valor, diseñados para clientes que requieren soluciones complejas y personalizadas.
- **Mid Cost Services:** Servicios de costo medio, orientados a empresas que buscan mejorar su presencia digital y estrategias de marketing.
- **Low Cost Services:** Servicios accesibles y de bajo costo, dirigidos a pequeñas empresas y emprendedores.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 74 de 84

Proyección de costos

Estructura Financiera					
AÑOS	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco
TIPO/ ETAPA					
Costos por servicios	\$67.632.000	\$74.395.200	\$96.713.760	\$111.220.824	\$127.903.948

Tabla 7 – Estructura financiera

La proyección de costos de Un Tal Juancho para los próximos cinco años se ha realizado con base en la tabla anterior de proyección de ventas, donde cada servicio tiene su costo establecido.

Justificación de los Costos Proyectados:

1. Costos de Producción y Operación:

- **Costos Directos:** Estos incluyen los costos de adquisición de clientes (CAC) para cada servicio y producto ofrecido, que oscilan entre el 5 % y el 30 % del valor de venta, dependiendo de la complejidad del producto o servicio.
- **Costos Indirectos:** Estos abarcan gastos generales y administrativos, tales como salarios, alquileres, suministros, mantenimiento de equipos, y otros costos necesarios para mantener las operaciones diarias de la agencia.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 75 de 84

2. Tercerización de Operaciones:

- Se ha considerado la necesidad de tercerizar ciertas partes de la operación, lo que incrementa los costos operacionales. Esto incluye la subcontratación de servicios especializados cuando sea necesario para cumplir con proyectos específicos.

Explicación de los Supuestos Utilizados:

- **Incremento Anual en Costos:** Se ha proyectado un incremento anual del 12 % en los costos para reflejar el crecimiento esperado en la operación y la inflación del mercado. Este incremento se aplica tanto a los costos directos como a los indirectos.
- **Escalabilidad de Servicios:** Los costos reflejan la escalabilidad de los servicios ofrecidos, asegurando que la agencia pueda manejar una mayor cantidad de proyectos y clientes sin comprometer la calidad del servicio.

La proyección de costos está fundamentada en la necesidad de asegurar que Un Tal Juancho pueda operar de manera eficiente y rentable a lo largo de los próximos cinco años. Los costos directos se basan en el CAC asociado a la adquisición de clientes para cada servicio, mientras que los costos indirectos abarcan todos los gastos generales necesarios para mantener la agencia operativa.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 76 de 84

Esta proyección de costos permite a Un Tal Juancho planificar y gestionar sus recursos financieros de manera efectiva, asegurando la sostenibilidad y el crecimiento continuo de la agencia en un mercado competitivo.

Proyección de gastos

Estructura Financiera					
AÑOS	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco
TIPO/ ETAPA					
Nómina	\$68.734.352	\$90.870.784	\$99.957.862	\$188.736.096	\$207.609.706
Servicios y otros fijos	\$28.071.800	\$29.475.390	\$30.949.160	\$32.496.617	\$34.121.448

Tabla 8 – Estructura financiera 2

- Para la proyección de gastos se tuvieron en cuenta dos variables principales:

		CEO	Productor Audiovisual	Diseñador Gráfico	Community Manager	Comercial	Trafficker	TOTALES	
EMPLEADO	SEGURIDAD SOCIAL	Salario básico	\$3.000.000	\$1.300.000	\$1.300.000	\$1.300.000	\$1.300.000	\$9.500.000	
		Auxilio de transporte hasta dos salarios mínimos	\$0	\$162.000	\$162.000	\$162.000	\$162.000	\$162.000	\$810.000
		TOTAL SALARIO MENSUAL	\$3.000.000	\$1.462.000	\$1.462.000	\$1.462.000	\$1.462.000	\$1.462.000	\$10.310.000
		Salud 4% sin incluir auxilio de transporte	-\$120.000	-\$52.000	-\$52.000	-\$52.000	-\$52.000	-\$52.000	-\$380.000
		Pensión 4% sin incluir auxilio de transporte	-\$120.000	-\$52.000	-\$52.000	-\$52.000	-\$52.000	-\$52.000	-\$380.000
		TOTAL MENSUAL A GIRAR	\$2.760.000	\$1.358.000	\$1.358.000	\$1.358.000	\$1.358.000	\$9.350.000	
EMPLEADOR	SEGURIDAD SOCIAL	Salud 0,5%							
		Pensión 12%	\$360.000	\$156.000	\$156.000	\$156.000	\$156.000	\$156.000	
		ARL 0,522%	\$15.660	\$6.786	\$6.786	\$6.786	\$6.786	\$6.786	
		Fondo de solidaridad (1% si pasa 45MLV)							
	PARAFISCALES	Sena 2%		ARTICULO 114-1 E.T. EXONERACIÓN DE PAGO					
		ICBF 3%		ARTICULO 114-1 E.T. EXONERACIÓN DE PAGO					
	LIQUIDACIÓN ADICIONAL	Caja de compensación 4%	\$120.000	\$52.000	\$52.000	\$52.000	\$52.000	\$52.000	
		Cesantías	\$250.000	\$108.333	\$108.333	\$108.333	\$108.333	\$108.333	
		Intereses de cesantías	\$2.500	\$1.083	\$1.083	\$1.083	\$1.083	\$1.083	
		Vacaciones	\$125.000	\$54.167	\$54.167	\$54.167	\$54.167	\$54.167	
		Prima junio	\$125.000	\$54.167	\$54.167	\$54.167	\$54.167	\$54.167	
		Prima diciembre	\$125.000	\$54.167	\$54.167	\$54.167	\$54.167	\$54.167	
		Total mensual	\$3.883.160	\$1.844.703	\$1.844.703	\$1.844.703	\$1.844.703	\$13.106.673	

Tabla 9 – Proyección de gastos

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 77 de 84

Cargo	Valor anual del servicio	Valor x Hora	# de horas x mes	Pauta Digital	Costo x mes
Equipo contable y de tesorería		\$30.000	16	\$0	\$480.000
Programa contable (Siigo)	\$447.800			\$0	\$37.317
Pauta Digital				\$1.500.000	\$1.500.000
Adobe Suite					\$75.000
IA para vídeos					\$80.000
Chat GPT					\$92.000
E-Mail Marketing	\$500.000				\$41.667
Hosting + Dominios	\$400.000				\$33.333
				TOTAL MENSUAL	\$2.339.317
				TOTAL ANUAL	\$28.071.800

Tabla 10 – Proyección de gastos 2

Inversiones

- Fondo Emprender: \$100,000,000
- Fondos Propios: \$20,000,000

Capital de trabajo

Mano de obra operacional y gastos administrativos:

Los costos relacionados con la mano de obra operacional y los gastos administrativos incluyen los salarios y beneficios del personal que se dedica a actividades operativas y administrativas. Esto abarca producción, marketing, ventas y gestión general. Además, se incluyen los servicios prestados por agentes externos, tales como consultoría y outsourcing, que son fundamentales para el funcionamiento del negocio.

Costos de Ventas

Los costos de ventas incluyen los gastos directamente relacionados con la producción y distribución de los productos o servicios ofrecidos por la empresa. En el caso de una agencia digital como Un Tal Juancho, estos costos comprenden la mano de obra directa e indirecta, así como el costo de adquisición por cliente (CAC).

Resumen fuentes de financiación

- Fondos Propios: \$20,000,000 COP en efectivo y equipos.
- Fondo Emprender o préstamo bancario: \$100,000,000 COP como préstamo.

Indicadores financieros

Tasa	15,83%
VPN	\$ 60.054.092
TIR	30%
WACC	15,83%
Ke	20%
E	\$ 20.000.000
Deuda	\$ 100.000.000
Kd	15%

Tabla 11 – Indicadores financieros

1. Tasa de Descuento del 15,83 %:

La tasa de descuento del 15,83% utilizada en este análisis refleja el costo de oportunidad de los fondos invertidos en el proyecto. Esta tasa se basa en el Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC), que considera tanto el costo de la deuda como el costo del

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 79 de 84

capital propio. El WACC es fundamental para evaluar si los rendimientos del proyecto superan el costo del financiamiento.

2. Valor Presente Neto (VPN) de \$60.054.092:

El VPN positivo indica que los flujos de efectivo netos generados por el proyecto, descontados a una tasa del 15,83%, superan la inversión inicial requerida. Este resultado sugiere que el proyecto generará valor para los accionistas y es financieramente viable. Un VPN positivo también significa que el proyecto proporcionará rendimientos superiores a la tasa de descuento utilizada, lo cual es un signo de rentabilidad y éxito financiero.

3. Tasa Interna de Retorno (TIR) del 30 %:

La TIR del 30 % representa la tasa de rendimiento esperada del proyecto, es decir, el rendimiento que se espera obtener sobre la inversión inicial. Al ser mayor que la tasa de descuento utilizada, indica que el proyecto es rentable y generará un retorno atractivo para los inversores. Esta TIR del 30 % también sugiere que el proyecto tiene una capacidad sólida para generar flujos de efectivo positivos a lo largo del tiempo, asegurando la sostenibilidad financiera.

4. Contribución del Capital Propio y la Deuda:

El capital propio, representado por una inversión de \$20.000.000, y la deuda, representada por un préstamo de \$100.000.000, proporcionan el financiamiento necesario para llevar a cabo el proyecto. El costo del capital propio (K_e) del 20 % y el costo de la deuda

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 80 de 84

(Kd) del 15 % reflejan los rendimientos requeridos por los inversores y prestamistas, respectivamente. Esta estructura de capital asegura una base financiera sólida para la ejecución del proyecto.

5. Rentabilidad y Viabilidad del Proyecto:

Con base en los indicadores financieros mencionados anteriormente, se puede concluir que el proyecto es financieramente viable y rentable. La tasa de retorno esperada del 30 % supera el costo de capital, mientras que el VPN positivo confirma que los flujos de efectivo netos generados por el proyecto justifican la inversión inicial. Esta evaluación respalda la decisión de proceder con la operación propuesta, garantizando un retorno atractivo para los inversores y la creación de valor a largo plazo.

VI. ¿QUÉ RIESGOS ENFRENTA?

Riesgos

Variable*	Riesgo	Plan de mitigación
Técnico	Fallos en las herramientas digitales y software utilizados para la creación de contenido.	Mantener licencias actualizadas, realizar respaldos periódicos de los archivos y contar con soporte técnico confiable.
Comercial	Cambios en las tendencias de consumo y comportamiento de los clientes.	Implementar un sistema de monitoreo de tendencias y análisis de mercado.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 81 de 84

		continuo para ajustar las estrategias de marketing.
Talento humano	Dificultad para atraer y retener talento especializado en un mercado competitivo.	Ofrecer programas de formación continua, un entorno laboral flexible y planes de incentivos atractivos.
Normativo	Cambios en las regulaciones de publicidad y marketing digital en Colombia.	Mantener una vigilancia constante sobre cambios normativos y trabajar con asesores legales para adaptarse a las nuevas regulaciones.
Medio ambiente	Incremento de regulaciones medioambientales que afecten la operación.	Adoptar prácticas sostenibles desde el inicio, como el uso de energía renovable y la minimización de la huella de carbono.
Otros, ¿cuál?	Fluctuaciones económicas que afecten el presupuesto de marketing de los clientes.	Diversificar la oferta de servicios para abarcar tanto clientes con mayor presupuesto como aquellos con restricciones económicas.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 82 de 84

VI. REFERENCIAS

ANDA. (2023). *Estudio sobre marketing emocional y su impacto en las marcas colombianas.*

<https://www.andacol.com>

Banco de la República. (2024). *Proyecciones Económicas 2024 - 2030*

<https://pbit.bancodebogota.com/Investigaciones/Proyecciones.aspx>

BBVA Research. (2024). *Una mirada a las mipymes en Colombia.*

https://www.bbvarsearch.com/wp-content/uploads/2024/02/202401_MiPymes_Colombia-1.pdf

CCCE. (2023). *Informe Anual de Comercio Electrónico en Colombia.*

<https://www.ccce.org.co>.

Fit Learning. (2022). *Tendencias de e-learning en Colombia.*

<https://fitls.com/blog/tendencias-de-e-learning-en-colombia/>

HubSpot. (2023). *The State of Marketing Report.* [https://www.hubspot.com/state-of-](https://www.hubspot.com/state-of-marketing)

[marketing](https://www.hubspot.com/state-of-marketing)

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 83 de 84

HubSpot Latinoamérica. (2023). *Informe sobre el estado del inbound marketing en Latinoamérica.* <https://www.hubspot.es>.

IAB Colombia. (2023). *Informe Anual de Marketing Digital en Colombia: Estrategias y tendencias de contenido digital.* <https://www.iabcolombia.com>

IAB Colombia. (2023). *Reporte de IAB: La inversión en publicidad digital en Colombia superó los US\$252 millones en el primer semestre del año.* <https://www.produ.com/mercadeo/noticias/reporte-de-iab-la-inversion-en-publicidad-digital-en-colombia-supero-los-us252-millones-en-el-primer-semester-del-ano/>

IAB Colombia. (2023). *Estudio de Inversión en Marketing Digital en Colombia.* <https://www.iabcolombia.com>.

Infobae. (2024). *Publicidad digital lidera el sector de marketing y publicidad en Colombia* <https://www.infobae.com/colombia/2024/03/21/publicidad-digital-lidera-el-sector-de-marketing-y-publicidad-en-colombia/>

Invest in Bogotá. (2024). <https://es.investinbogota.org/>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MinTIC). (2023). *Informe de adopción y tendencias digitales en Colombia.* MinTIC. <https://www.mintic.gov.co>.

	FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO	Registro OMP:
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	Página: 84 de 84

Ministerio del Trabajo. (2024). *Informe anual de empleo y condiciones laborales en Colombia.* <https://www.mintrabajo.gov.co>.

Semrush. (2023). *Las 6 tendencias de marketing de contenidos más actuales para tu negocio.* <https://es.semrush.com/blog/principales-tendencias-marketing-contenido-semrush-estudio/>

Source Global Research. (2024). *Consulting Market in Colombia.* <https://www.sourceglobalresearch.com/reports>

StartupBlink. (2024). *Colombia Startup Ecosystem.* <https://colombia.startupblink.com/startupecosystem/bogota+colombia>

TechJury. (2023). *Keeping Up With Short-Form Video Statistics.* <https://techjury.net/blog/short-form-video-statistics/>

The Drum. (2023). *New report reveals the 4 ingredients of effective brand storytelling in 2023.* <https://www.thedrum.com/news/2023/07/26/new-report-reveals-the-4-ingredients-effective-brand-storytelling-2023>

We Are Social. (2023). *Digital 2023: Colombia.* <https://wearesocial.com>