# PROPUESTA DE CREACIÓN DE EMPRESA VALIDACIÓN PRÁCTICA DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

 **1. Información General**

Título de la propuesta para práctica de innovación y emprendimiento

|  |
| --- |
|  |

# Tipo de emprendimiento



|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Emprendimiento de base tecnológica (startup) |  | Emprendimiento social / solidario |  |
| Empresas de tipo artístico, cultural o de la industria creativa |  | Empresas con enfoque innovador |  |
| Emprendimientos de tipo ambiental, sostenible |  | Emprendimientos comerciales, empresariales |  |
| Emprendimientos multisectoriales |  | Otro |  |

* Si indica otro, por favor especificar:

# Estudiantes



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Código** | **Nombres y apellidos** | **Programa Académico** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

# Director y Codirector (Solo aplica para práctica de innovación y emprendimiento como modalidad de grado)

|  |  |
| --- | --- |
| **Nombres y apellidos** | **Rol** |
| **Director (a)** | **Codirector (a)** |
|  |  |  |
|  |  |  |

*Nota: La propuesta debe tener una extensión máxima de 4000 palabras sin incluir la información general, el resumen y las referencias.*

#  2. Resumen

*En un texto de hasta 300 palabras se debe presentar un resumen de la propuesta. En este resumen se deben incluir de forma sintética la motivación y justificación de la propuesta, su objetivo y los resultados a obtener. Así mismo, indicar si esta propuesta hace parte de una práctica de innovación y emprendimiento como modalidad de grado.*

#  3. Motivación y Justificación

*En esta sección se debe describir la motivación profesional, social, empresarial, tecnológica y/o artística por la que se origina la idea de desarrollar el plan de negocio. Se puede orientar a identificar y describir una oportunidad en el territorio, sociedad o mercado, que se puede aprovechar generando un plan de negocios. Además, se espera que en esta sección se incluyan datos que justifiquen la importancia de desarrollar el plan de negocio y que permitan dimensionar, de forma general, el impacto que se esperaría generar a partir del logro de los resultados. Además, se deben incluir argumentos que sustenten la viabilidad de crear la empresa.*

#  4. Objetivos

*Los objetivos definen el alcance del plan de negocio. Los objetivos deben ser concretos, medibles, alcanzables, relevantes, motivantes, orientados a resultados y definidos para ser logrados durante el periodo estipulado. El objetivo general sintetiza a un alto nivel lo que se busca con el desarrollo del plan de negocio y debe tener relación directa con los argumentos presentados en la sección “Motivación y justificación”. Los objetivos específicos son resultados parciales necesarios para lograr el objetivo general. No se deben confundir los objetivos específicos con las actividades a realizar en el desarrollo del plan de negocio.*

* 1. **Objetivo General**



*Escriba aquí el objetivo general del plan de negocio.*

Diseñar un plan de negocio para …

# Objetivos Específicos



*Escriba aquí los objetivos específicos (mínimo 3)*

#  5. Modelo de Negocio

*En este espacio describa de manera racional cómo su idea de negocio crea, entrega y captura valor en​ contextos sociales, culturales, económicos entre otros. Céntrese en explicar ampliamente: El problema que está solucionando o necesidad que está supliendo, el segmento de clientes que compraría su producto, bien o servicio, la propuesta de valor con su diferencial enmarcado en una estrategia comercial, el relacionamiento que tendrá con el cliente para obtenerlos, mantenerlos y aumentarlos, sus canales de difusión y distribución, la fuente de ingresos del negocio, procesos internos del emprendimiento que permitirán funcionamiento óptimo en la entrega su propuesta de valor y finalmente su estructura de costos el cual permitirá tener una escalabilidad a largo, mediano o corto plazo.*

#  6. Fundamentación Teórica y Metodológica

*El objetivo de esta sección es presentar la fundamentación teórica y metodológica de carácter empresarial, social, científica, tecnológica o artística que sustenten la propuesta. Para lograr este objetivo, los estudiantes deben presentar la revisión de literatura que sea pertinente a los planteamientos presentados en la sección “motivación y justificación”. Así mismo, presentar la metodología a desarrollar para el plan de negocio, apoyándose en modelos de planeación estratégica y metodologías ágiles. Esta revisión puede incluir artículos científicos, académicos o artísticos, capítulos de libro, libros y demás referentes que sean relevantes a la temática en la cual se enmarca el plan de negocio. Es importante incluir referentes de reciente publicación o divulgación.*

#  7. Plan de Actividades

*En esta sección se debe presentar el plan de actividades que se ejecutará para lograr cada objetivo propuesto. El diseño del plan de actividades debe tomar en consideración los fundamentos metodológicos, tiempo y costo que demandará el desarrollo de cada actividad y que sustentan la propuesta, y debe evidenciar la forma en que se aplicarán los métodos y técnicas para el desarrollo del modelo de negocio. En el plan de actividades debe quedar clara la forma en que se van a lograr los objetivos*.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Objetivo | Actividad(es) | Evidencia o Entregable | Responsable | Duración | Recurso necesario |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

#  8. Resultados o Productos Esperados

*De acuerdo con los objetivos y el plan de actividades, se deben describir los resultados o productos que se esperan obtener con el modelo de negocio (Ver áreas priorizadas en los Términos de Referencia). Enumere si los hay, los resultados indirectos generados por el proyecto.*

#  9. Cronograma

*En esta sección se debe presentar la ubicación en el tiempo y las dependencias entre las actividades y tareas a realizar en el modelo de negocio. El cronograma se puede presentar como una tabla con las actividades, las tareas y las fechas previstas para iniciar y finalizar su ejecución. También se puede utilizar un diagrama de Gantt para representar gráficamente la relación entre las actividades y tareas y su ubicación en el tiempo.*

#  10. Presupuesto

*El presupuesto debe tener una relación razonable entre los rubros, cantidades y montos solicitados con los propósitos, las fases del proceso de creación; la cual comprende la validación de mercado qué necesite una inversión, como lo son compra de insumos para creación de productos, la compra de dominios o hosting para páginas webs, soporte en el desarrollo de campañas de mercadeo, experimentos, entre otros y la duración del proyecto. Recuerde que este modelo de presupuesto es para el modelo de negocio. No aplica para financiamientos según los TDR de la convocatoria (en este caso gastos de desplazamiento y de estancia internacional)*

#  11. Referencias

*En esta sección se deben incluir las referencias citadas en el documento con un estilo utilizado comúnmente en documentos académicos de la disciplina de los autores de la propuesta (Por ejemplo: APA, IEEE, Harvard, entre otras). Se sugiere el uso de algún software de gestión de referencias bibliográficas tal como Zotero, Mendeley o End Note.*