

# Formulario para organizar su modelo de negocios para la Web

Diseñado para:

Diseñado por:

Fecha:

Versión:

## Socios clave



### ¿Quiénes son nuestros socios clave?

Instituto Colombiano de Aprendizaje - INCAP  
Instituto Caro y Cuervo  
Ministerio de Cultura  
Ministerio de Educación Nacional de Colombia

### ¿Quiénes son nuestros proveedores clave?

Aceleradora: Wayra  
Fuente financiamiento: AppsCo  
Entidades legales: oficina de derechos de autor, Cámara de Comercio.  
Comunidades indígenas

### ¿Qué recursos clave obtendremos de nuestros socios?

Hosting y dominio para alojar la plataforma.  
Apoyo monetario en las investigaciones y pruebas de usabilidad con las comunidades indígenas.

### ¿Qué actividades clave realizan los socios?

- Apoyar en la promoción de los contenidos en la plataforma.
- Ser intermediarios para en las investigaciones que se deban realizar con las comunidades indígenas.
- Servir de enlace para más entidades que puedan convertirse en socios.

### Por qué las alianzas son importantes para su modelo de negocio:

Porque al ser un proyecto sin ánimo de lucro, es a través de las alianzas que se puede lograr que se sostenga en el mediano y largo plazo.

### ¿Cuáles son nuestros recursos?

¿Qué recursos necesitamos para hacer nuestro proyecto?

### Categorías:

Recursos humanos  
Tecnología  
Equipo

## Actividades clave



### ¿Cuáles son las actividades clave para nuestra propuesta de valor única?

- Investigación de las necesidades en cuanto a idioma con determinada comunidad indígena.
- Diseño del ambiente virtual de aprendizaje acorde con la comunidad indígena.
- Estructuración de los recursos educativos.
- Producción de los recursos educativos e integración en la plataforma.
- Creación de los usuarios en la plataforma para un óptimo ingreso.

## Recursos clave



### ¿Cuáles son nuestros recursos?

### ¿Qué recursos necesitamos para hacer nuestro proyecto?

#### Recurso humano:

- Etnoeducador/investigador
- Guionista/generador de contenidos.
- Diseñador.
- Desarrollador

#### Tecnología:

- Hosting y dominio para la plataforma.
- Equipos de grabación.
- Equipos y programas de edición de video y animación 2D
- Conexión a internet.

#### Equipo:

- Elementos necesarios para el puesto de trabajo de cada uno de los participantes en el proyecto.

## Propuesta de valor única



Apoyar los esfuerzos de preservación del idioma a través de la gamificación y herramientas TIC, de manera que logre extenderse a las aulas de los colegios de los diferentes corregimientos y que trasciendan a más personas en el mundo que, muy probablemente, no conocen de la existencia de comunidades como la kankuamo.

## Adquisición de clientes



### ¿Cómo atraemos a los clientes?

Con contenidos novedosos con los que se refleja la importancia de seguir hablando el idioma nativo sin necesidad de que sea una clase magistral.

### ¿Cómo adquirimos clientes?

Haciendo buen uso de las empresas aliadas, de manera que se pueda llegar a bibliotecas y/o Kioscos Vive Digital para que puedan acceder a la plataforma en el momento que mejor lo prefieran.

### ¿Cuánto cuesta atraer nuevos clientes?

Puede que los costos sean mínimos, puesto que se le apunta es llegar a comunidades que tengan la necesidad de realizar actividades en pro de mantener su idioma y, por consiguiente, su cultura.

### ¿Qué tipos de relaciones podemos establecer con nuestros clientes?

Ellos serán los protagonistas del proyecto, serán relaciones duraderas, en las que compartan testimonios de su participación en el proyecto.

### ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

Comunidades indígenas que están en peligro de glotofagia.

## Canales



### ¿Cuáles son nuestros canales de distribución?

### ¿Qué canales necesitamos para hacer nuestro proyecto?

### ¿Qué canales nos ayudan a atraer nuevos clientes?

Bibliotecas municipales  
Kioscos Vive Digital  
Ministerio de las TIC

## Mercado



### ¿Cuáles son los factores del mercado que nos ayudan?

Los Ministerios de Cultura y Educación se están mostrando interesados por atender las necesidades de las comunidades indígenas del país en temas que a cada ministerio le corresponde.

### ¿Cuáles son los factores del mercado que nos crean impedimentos?

Tanto Gobierno como las mismas comunidades indígenas se pueden mostrar reacios a atender proyectos o propuestas de personas ajenas a la comunidad.

### ¿Cuál es nuestro mercado principal?

**Mercado nicho:** comunidades indígenas de Colombia cuyo idioma nativo está en peligro de extinguirse.

**Mercado masivo:** comunidades indígenas y estudiantes o personas interesadas en conocer sobre el idioma nativo de las comunidades.

**Mercado segmentado:** jóvenes entre 15 y 20 años pertenecientes a determinada comunidad.

## Estructura de costos



### ¿Cuáles son los gastos más importantes para nuestro modelo de negocios?

Desarrollo y diseño general de la plataforma.  
Traslados a comunidades para realizar la investigación previa.

### ¿Cuáles son los recursos más caros que necesitamos para hacer nuestro proyecto?

Equipamiento del personal.

### ¿Cuáles entre nuestras actividades necesarias son las más caras?

Programación de la plataforma.

## Fuentes de ingresos



### ¿Cómo ganamos dinero ahora?

A través de la comercialización de los contenidos como MOOC.  
Suscripciones a la plataforma para poder acceder a varios cursos.  
Plataformas de Crowdfunding para recaudación de fondos.

### ¿Cómo no pagan nuestros clientes?

En efectivo o cheque.

### ¿Cómo no preferirían pagar?

En efectivo.



DESIGNED BY: Business Model Foundry AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Traducción al español (y cambios)  
por Janine Warner, Sembramedia.com