

1. Equipo: PhisiVida
2. Título del proyecto: Arena para gato PhisiVida
3. Integrantes:

Nombre: Ronaldo Quispe Bautista (Estudiante)

Celular: 67340504

Institución:

Universidad Mayor de San Andrés

Facultad de Ingeniería

Ingeniería Industrial

4. Link del video:

<https://drive.google.com/file/d/1GESawhCIBiLZXLsaolvBAKJKxo8Fkzhz/view?usp=sharing>

Lienzo Canvas

Socios Clave

Barraques de la ciudad de La Paz y El Alto



La recolección del aserrín como materia prima central de nuestro proceso refleja una asociación estratégica clave con las barraques de la ciudad de La Paz y El Alto.

Esta asociación estratégica se traduce en un beneficio mutuo. Por un lado, las barraques se benefician de una gestión más eficiente de sus residuos de madera, ya que transformamos estos subproductos en un producto valioso y sostenible. Por otro lado, al depender de estas fuentes locales de aserrín, aseguramos un suministro constante y confiable para nuestra producción, promoviendo así la economía circular y reduciendo la dependencia de recursos vírgenes.

BOB Constructores



BOB Constructores, una empresa constructora con un fuerte compromiso con la sostenibilidad ambiental, se presenta como una fuente valiosa de materia prima, proporcionando el aserrín de gato. Además, nuestra colaboración con BOB Constructores se traduce en un beneficio mutuo, ya que nosotros procesaríamos sus residuos de madera, contribuyendo a la reducción de su huella ambiental.

Plantas Urbanas mantenidos por EMAVERDE



EMAVERDE, especializada en la crianza de plantas para jardinería, representa un aliado estratégico para la gestión de residuos. Nuestro proyecto tiene el potencial de proporcionar un flujo constante de abono orgánico de alta calidad generado a partir de la arena para gatos usada. Esta colaboración con EMAVERDE podría ser beneficiosa tanto para el cuidado del medio ambiente como para la producción de plantas saludables y sostenibles.

Actividades Clave

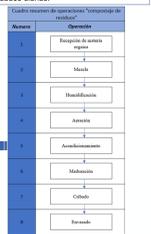


Basándonos en nuestra experiencia durante la fase de prototipo del producto, hemos identificado que la actividad clave en nuestro proceso es el peletizado. Esta etapa es de vital importancia, ya que garantiza la producción uniforme de gránulos de aserrín que no solo son esenciales para la efectividad del producto final, sino que también aseguran la comodidad y la practicidad para las mascotas.

El peletizado es un proceso fundamental que transforma el aserrín reciclado de manera eficiente en pequeños gránulos homogéneos. Esta uniformidad en la textura y el tamaño de los gránulos resulta esencial para crear una arena para gatos que sea cómoda y agradable para las mascotas. Los gránulos uniformes facilitan la movilidad de los gatos en la arena, ofreciendo una experiencia higiénica y cómoda para sus actividades diarias.

Considerando las características específicas de los residuos de mascotas, identificamos que la actividad clave para la elaboración de abono natural es el acondicionamiento. Esta fase se vuelve esencial no solo para la eliminación de posibles patógenos, sino también para preparar los residuos de manera óptima, facilitando su proceso de maduración.

El acondicionamiento desempeña un papel crucial en la seguridad y eficacia del abono resultante. La eliminación de patógenos es una prioridad para garantizar que el abono sea seguro para su uso en jardinería. Esta actividad implica la aplicación de procesos y técnicas específicas que descomponen y neutralizan posibles agentes patógenos presentes en los residuos de mascotas, asegurando que el abono final sea seguro y beneficioso para las plantas.



Recursos Clave



Con la reciente alianza estratégica con BOB Constructores, la máquina trituradora se ha convertido en un recurso clave en nuestro proceso. Esta herramienta desempeñará un papel fundamental al permitirnos procesar eficientemente los residuos de madera proporcionados por BOB Constructores, preparándolos para su utilización en la peletización.



La máquina peletizadora emerge como un recurso clave en nuestro proceso de producción, desempeñando un papel fundamental en la fabricación de la arena para gatos.

La máquina peletizadora, al recibir el aserrín previamente triturado y acondicionado, trabaja meticulosamente para dar forma a estos materiales en gránulos compactos y homogéneos. Esta uniformidad en la textura y el tamaño de los gránulos es crucial para proporcionar una experiencia cómoda y eficiente para las mascotas.

Propuesta de Valor

Arena para Gato a partir de Aserrín Sostenible:

La base del proyecto es la elaboración de arena para gato a partir de aserrín, un subproducto de la industria de la construcción que a menudo se desecha y genera problemas de almacenamiento en las barraques de La Paz y El Alto, el aserrín es relativamente abundante en la época donde la industria de la construcción está más activa y se convierte en un recurso valioso para la producción de arena para gatos. No solo se está reduciendo el desperdicio de aserrín, sino que también se promueve una solución sostenible que se alinea con la producción de productos para mascotas con la responsabilidad ambiental.

Sistema de Acopio para Compostaje:

Además, se ha diseñado un sistema de acopio de la arena para gato usada, que se destina al compostaje de desechos; transformamos estos desechos en abono orgánico de alta calidad destinado a la jardinería. Esta solución cierra el ciclo, convirtiendo la arena para gato usada en un recurso valioso en lugar de un residuo, lo que beneficia tanto a los propietarios de mascotas como al medio ambiente.



Relación con los Clientes



La relación principal de nuestra empresa con los clientes se establecerá principalmente a través de Facebook, aprovechando la robusta plataforma de redes sociales para construir una comunidad activa y comprometida. Utilizaremos Facebook como un canal clave de comunicación y participación para fortalecer la conexión con nuestros clientes.

Encuestas y Retroalimentación:

Durante nuestro funcionamiento, nos enfocaremos en comprender a fondo las experiencias con nuestra arena para gatos a través de encuestas periódicas. Este proceso nos permitirá recopilar sus opiniones críticas sobre el producto. Usando así la retroalimentación de manera proactiva para realizar ajustes y mejoras continuas en la fórmula y otros aspectos relevantes de la arena para gatos. Valorando profundamente las perspectivas de los clientes y buscando su participación activa para perfeccionar y evolucionar nuestra oferta en el futuro.



Canales

Venta en Línea:

La creación de una tienda en línea propia le proporcionará a la empresa un control completo sobre la experiencia del cliente, permitiendo la venta directa de la arena para gatos.

Marketplaces en Línea:

Se explorará la posibilidad de comercializar el producto en distinguidos marketplaces en línea. Estas plataformas, conocidas por su alcance masivo, se aprovecharán estratégicamente para ampliar la visibilidad del producto y llegar a una audiencia diversa.

Colaboración con Tiendas de Mascotas Locales:

Se establecerán colaboraciones estratégicas con tiendas de mascotas locales, permitiendo que la arena para gatos esté disponible en establecimientos físicos. Esta asociación no solo facilitará la accesibilidad para aquellos clientes que prefieren realizar compras en persona, sino que también fortalecerá la presencia del producto en el mercado local de productos para mascotas.



Segmento de cliente

El público objetivo está compuesto principalmente por dueños de gatos responsables y amantes del medio ambiente que consideran a sus mascotas como parte de la familia. Residen en áreas urbanas, especialmente en La Paz y El Alto, y valoran productos innovadores y sostenibles que promuevan el bienestar de sus gatos. Este grupo demográfico diverso, que varía en edad y nivel de ingresos, busca soluciones de alta calidad y asequibles para la higiene de sus mascotas. Además, están interesados en productos que monitoreen la salud de sus gatos, aprovechando nuestra arena para gatos que utiliza aserrín obtenido de barraques locales, lo que refuerza la propuesta de producto respetuosa con el medio ambiente y la salud de los felinos.

En este sentido también se realizó un estudio de mercado para identificar mejor la demanda para el proyecto.

Proyección de la Demanda: Arena para gato (Mercado total de la ciudad de La Paz y El Alto)

Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Proyección	12000	13000	14000	15000	16000	17000	18000	19000	20000

Está en base a los siguientes datos:

País	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Bolivia	12000	13000	14000	15000	16000	17000	18000	19000	20000

Se realizó una regresión para conocer la población que aumentará en los próximos 10 años

Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Población	12000	13000	14000	15000	16000	17000	18000	19000	20000

En el Estado Plurinacional de Bolivia existen alrededor de 3.346.800 hogares, de los cuales 66,7% se encuentran en el área urbana y 33,3% en el área rural, así también el tamaño medio de los hogares bolivianos es de 3,3 personas, según datos de la Encuesta de Hogares (EH) 2017, informó el Instituto Nacional de Estadística (INE), el celebrarse el Día Internacional de la Familia.

País	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Hogares	3346800	3346800	3346800	3346800	3346800	3346800	3346800	3346800	3346800

De acuerdo a encuestas realizadas por un equipo de terceros en las ciudades de La Paz y El Alto se conoce que un 31% de los hogares cuentan con al menos 1 gato en hogar.

País	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Hogares con gato	1035408	1035408	1035408	1035408	1035408	1035408	1035408	1035408	1035408

Por otro lado, el producto es adquirido por una población con un ingreso medio y alto el cual representa el 82% de las familias.

País	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Ingreso medio y alto	820000	820000	820000	820000	820000	820000	820000	820000	820000

Según los rendimientos promedio de arenas para gato se puede decir que el consumo de arena es de 4 Kg cada 2 meses; por lo tanto 1 gato consumirá 24 Kg al año.

País	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Consumo de arena	98304	98304	98304	98304	98304	98304	98304	98304	98304

En este sentido se identificó cuántos Kg de arena para gato necesita el mercado, con este dato el proyecto se propuso como meta abarcar el 1% del mercado proyectando que en los últimos años de la planificación llegará a abarcar el 5,5% del mercado

Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Meta de mercado	5386	5386	5386	5386	5386	5386	5386	5386	5386

Estructura de costes

COSTOS DE MAQUINARIA = 82000 Bs/Año



Costo de materia prima e insumos = 108642 Bs/Año



SUELDOS Y SALARIOS = 39000 Bs/Año



Fuentes de ingresos

La principal fuente de ingresos de la empresa se centrará exclusivamente en la venta de la arena para gatos, presentada en bolsas de 8 kg. Este enfoque directo permitirá una especialización en este producto distintivo, brindando a los clientes la opción de adquirir esta fórmula única para el cuidado de sus mascotas. La estrategia se orientará hacia la eficiencia y excelencia en la producción y distribución de este producto específico, asegurando una oferta de alta calidad para los amantes de los gatos.



Precio Bolsa de 8 KG: 35 Bs/Bolsa



Justificación de inversión del capital semilla

Según el diseño del proceso y con los datos de la experimentación al realizar un prototipo funcional se determinó que la operación de peletizado es la más importante en todo el proceso siendo esta la que requiere de una maquina especializada que difícilmente puede ser sustituida por otra, tomando en cuenta lo anterior es necesario priorizar la inversión en una maquina peletizadora acorde al volumen inicial de madera que se procesara.

Otro punto a considerar es el nuevo tipo de materia prima que se va procesar siendo que los restos de madera de la constructora BOB Constructores es en su mayoría piezas grandes por lo que es necesario también realizar una inversión en una trituradora de madera.

INVERSIONES	Monto (\$)
<i>Trituradora</i>	429
<i>Peletizadora</i>	1400
Total	1829

Nombre del Equipo

Green Circuit

Título

Diseño de una Planta Móvil para tratamiento de RAEEs

Innovador Principal

Javier Pedro Calle Layme

Cel: 73519434

Estudiante de Ingeniería Ambiental, pasante en EMAGUA en el proyecto Multipropósito de agua potable y riego para los municipios de Batallas, Pucarani y El Alto, pasante en la Gobernación Departamental de La Paz en el proyecto de caracterización de residuos en el Municipio de Quiabaya, voluntariado en el Proyecto Basura Cero en la sensibilización en los vecinos de Irpavi. Áreas de desempeño, manejo de software Qgis, Power Bi.



Equipo de Innovadores.



- Rocio Clara Fuentes Sirpa
Cel.: 78946410

Ingeniera Ambiental titulada de la UMSA, con diplomado en Gestión Integral de Residuos Sólidos, Mestrando en Ciencias de la Ingeniería Mecánica y Cursos de especialización en Economía Circular. Experiencia laboral en aprovechamiento de residuos sólidos de fuente domiciliaria e industrial y experiencia en Análisis de Ciclo de Vida de sistemas productivos a través de software especializado.

Docente Investigadora del “Servicio Universitario de Reciclaje y Rediseño - UMSA Circular” de la Facultad de Ingeniería de la UMSA. Desempeñando funciones operativas y de investigación en servicios de proyectos relacionados con economía circular.



- Emanuel Rodrigo Quisbert Escobar
Cel: 76794997

Estudiante de Ingeniería Mecatrónica, Miembro de la Sociedad Científica de Ingeniería Mecánica y Electromecánica, Participación en eventos de robótica, hackathon realizados en Latinoamérica, Voluntariado en The Coding School en Quantum Computing. Áreas de Desempeño: Procesos Automáticos, Autonomía en Robots Móviles, Programación FrontEnd, Sistema Operativo Robótico (ROS).



- Ivan Rodrigo Encinas Mercado
Cel: 70672647

Estudiante en ingeniería mecatrónica de la Universidad Mayor de San Andrés, apasionado por la ciencia y tecnología, ganador de competencias internacionales en el área de robótica humanitaria y competitiva miembro de la Sociedad científica de la Carrera de mecánica y electromecánica



- Brenda Yolanda Perez Nogales
Cel: 72510550

Estudiante de Ingeniería Ambiental, Tesista II DEPROQ UMSA, Becaria UMSA-ASDI “Obtención de Biochar a partir de biomasa Boliviana”, miembro Centro de Investigación Musujchay CIM, ex miembro y mesa directiva de la Sociedad Científica de Ingeniería Química y sus programas SOCEIQAAP.

Canvas del Modelo de Negocio

Impactos positivos

- Fomentar la economía circular
- Reducción de la acumulación de los RAEE
- Reducción de los contaminantes por el mal manejo de los RAEE.
- Separación diferenciada de los componentes de los RAEE: plástico, metales ferrosos, metales no ferrosos y placas de circuito impreso.

Impactos negativos

- Contaminación acústica
- Piezas de manufactura no disponibles en el país
- Dependencia de la Calidad del Material de Entrada

Socios claves

- IIME
- RAEE-recicla
- Empresas de reciclaje de RAEE
- Instituciones públicas, privadas y la sociedad civil.

Actividades claves

- Estudio del mercado para comprender las necesidades del cliente [...]

Recursos claves

- Relación con proveedores de materiales y equipos [...]

Propuesta de valor

Desarrollar un sistema versátil que se adapte a [...]

Problema

En Bolivia, los RAEE generados son [...]

Propósito

Brindar un servicio flexible, [...]

Problema del cliente

La falta de conocimiento sobre cómo gestionar [...]

Relaciones sostenibles con clientes

- Convenios de trabajo
- Eventos, programas de concientización y voluntariado

Canales sostenibles

- Contacto mediante llamadas.
- Uso de redes sociales para promocionar y comunicar el servicio
- Servicio en el lugar

Segmentos de clientes responsables

- Empresas privadas y públicas que requieran el servicio en el tratamiento de los RAEE
- Con la municipalidad
- Con RAEE-recicla

Estructura de costos

- Una

Subsidios

- Subsidios Gubernamentales que promuevan con la gestión de los RAEE [...]

Ingresos sostenibles

- Una tarifa por terciarizar los servicios de la gestión de los RAEE para los grandes generadores. [...]

Nota: Las partes que faltan, indicadas entre corchetes, están detalladas más adelante.

Propuesta de valor

Propuesta de valor

Desarrollar un sistema versátil que se adapte a diversas demandas y ubicaciones para el de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE). Este sistema busca coadyuvar en la reducción de la extracción de materia prima virgen y minimizar los impactos negativos ambientales, sociales, económicos y de salud generados por la acumulación de RAEE, a través de la separación adecuada de sus componentes, propiciando de este modo su reincorporación a nuevos ciclos productivos.

Propósito

Brindar un servicio flexible, accesible y optimizado en el sistema de desmantelamiento y separación eficiente de los componentes de los RAEE

Problema

En Bolivia, los RAEE generados son de 53kt (4.7kg/hab) de los cuales solo 2kt (0.2 kg/hab) son recogidos adecuadamente siendo el resto botados en un relleno sanitario o recogidos de manera informal generando problemas de salud pública y ambiental por lo cual muchos de estos están almacenados o son de difícil acceso.

Problema del cliente

La falta de conocimiento sobre cómo gestionar adecuadamente los RAEE contribuye a su acumulación y a la exposición a posibles sustancias peligrosas nocivas a la salud.

Actividades claves

- Estudio del mercado para comprender las necesidades del cliente.
- Entender el funcionamiento de las maquinarias mediante literatura y aplicando los conocimientos adquiridos en la formación académica.
- Adquisición de materiales para el armado de la maquinaria
- Desarrollo del prototipo de la maquinaria.
- Prueba del funcionamiento de la maquinaria y ajuste de imprevistos en la operación de la maquinaria.
- Escalamiento del prototipo de maquinaria.
- Puesta en marcha de la maquinaria.
- Monitoreo y ajuste en el uso de la maquinaria.
- Armar un networking.
- Establecer las alianzas clave.
- Realizar un programa de marketing.

Recursos claves

- Relación con proveedores de materiales y equipos.
- Relación con el instituto de investigaciones mecánicas y electromecánicas.
- Red de proveedores en el suministro e RAEE de diferentes identidades ya sea privada o pública.

Estructura de costos

- Costo estimado de la implementación de la planta móvil completa.

Estructura de Costos – GREEN CIRCUIT

Costos Fijos:

No.	Concepto	Monto (dólares)
1	Salarios de 2 empleados /mes	\$573.88
2	Costos de fabricación, unidad	\$11722.00

Costos Variables:

No.	Concepto	Monto (dólares)
1	Materias primas para la fabricación	\$50.00
2	Marketing y promoción	\$20.00

Costos de Desarrollo:

No.	Concepto	Monto (dólares)
1	Investigación y desarrollo	\$200.00

Costos de Mantenimiento:

No.	Concepto	Monto (dólares)
1	Reparación y mantenimiento de las máquinas	\$100

Costo Total

No	Monto Dolares	Monto bolivianos
Costo Total	\$12665.88	88281.18 Bs

Subsidios

- Subsidios Gubernamentales que promuevan con la gestión de los RAEE.
- Subsidios en inversiones de proyectos sostenibles que apoyen en la investigación de tecnologías que mejoren el rendimiento en el tratamiento de los RAEE.
- Subsidios de ONG que apoyen iniciativas de una gestión responsables.

Ingresos sostenibles

- Cobro de una tarifa económica por servicios de gestión operativa de los RAEE que hayan sido recolectados en altos volúmenes y de un mismo generador.
- Cobro de una tarifa económica por servicio de sensibilización a empresas sobre buenas prácticas de manejo adecuado de RAEE.
- Cobro de una tarifa económica servicio de capacitación en procedimientos de baja de activos referentes a aparatos eléctricos y electrónicos de instituciones públicas.
- Venta de material separado (aluminio, plástico, vidrio, placas de circuito impreso, etc) posterior al desmantelamiento de componentes de los RAEE.

Justificativo de gasto del capital semilla

El diseño a pequeña escala de la maquinaria de corriente inducida funcional tiene como objetivo mostrar la funcionalidad de la maquinaria a diferentes personas interesadas. De esta forma, se busca incentivar la inversión en la construcción de una maquinaria más grande.

Estos costos no están considerando factores externos económicos, siendo valores estimados que pueden incrementar o decrementar

Separador Eddy	
motor 1hp	1000
planchas	250
perfil	240
otras piezas	1600
USD	3090

LINK DEL VIDEO:

<https://drive.google.com/file/d/1HBQOhaSQKICdzTtZznSKVvCqOdN3ScgQ/view?usp=sharing>

El video solo tiene imágenes del diseño pero no del prototipo en físico ya que hubo problemas en el armado debido a que con el capital que se contaba no se pudo comprar los materiales adecuados.



NOMBRE DEL EQUIPO: BIENET

NOMBRE DEL PROYECTO: BIENET: Por una buena salud mental para todos

MIEMBROS:

1. Nombre: Madelin Yucra Chacón

Celular: 64038669

Perfil:

- Licenciada en Administración de Empresas y Gerencia Financiera Universidad Mayor de San Andrés. (Graduación por excelencia)
- **Estudiante** regular de pregrado - Carrera de Psicología Universidad Mayor de San Andrés.

Experiencia en la conformación de equipos de desarrollo de software y proyectos tecnológicos.

Área en la que se desempeña: Tecnología, Psicología, Proyectos.

2. Nombre: Jorge Luis Cuarity Mamani

Celular: 79647137

Perfil:

- Licenciado en Administración de Empresas y Gerencia Financiera Universidad Mayor de San Andrés. (Graduación por excelencia – Mejor promedio)

Experiencia en el campo de relaciones internacionales y promoción de proyectos académicos.

Área en la que se desempeña: Relaciones Internacionales.

ENLACE AL VIDEO DEL PROTOTIPO: <https://youtu.be/kdE4DVO1TT0>

<p>PROBLEMA</p> <p>En el mediano a largo plazo, el proceso terapéutico completo resulta costoso. Las personas no tienen demasiados recursos para disponer en esta área, por lo que buscan la opción más accesible.</p> <p>Hay información limitada acerca de salud mental, por lo que surge la necesidad de orientación sobre la manera de elegir al especialista adecuado en el área para tratar una problemática específica con éxito.</p> <p>ALTERNATIVAS: Redes sociales Plataformas digitales del exterior Directorios de servicios en internet</p>	<p>SOLUCIÓN</p> <p>La creación de la primera plataforma web, amigable y didáctica, en Bolivia que brinda asesoría en el proceso de elección de especialistas y autoexploración. Además de reducir los costos a mediano y largo plazo de un proceso terapéutico.</p>	<p>PROPUESTA ÚNICA DE VALOR</p> <p>Democratización de la salud mental a través de una orientación psicológica clara y comprensible, a precios accesibles, destruyendo las barreras del espacio.</p>	<p>VENTAJA COMPETITIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientación gratuita para la atención psicológica mediante formularios especializados. • Psicólogos profesionales calificados en un solo lugar. • Presentación de los psicólogos mediante videos, descripciones, comentarios y valoraciones previas. • La libre negociación de tarifas por sesión entre el paciente y el psicólogo a un precio justo. 	<p>SEGMENTO DE MERCADO</p> <p>El segmento posee las siguientes características:</p> <p>CARACTERÍSTICAS GENERALES: Personas mayores de 18 años que se preocupan por su salud mental y además ven actualmente afectado su bienestar psicológico.</p> <p>CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas que requieren y buscan algún tipo de orientación psicológica, pagando precios accesibles por un servicio de calidad. • Personas con discapacidades físicas para acudir a consultas presenciales. • Personas con restricciones de tiempo o acceso para acudir a una sesión presencial • Personas con miedo a la exposición y con vergüenza de ser juzgado por asistir a terapia. <p>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con algún dispositivo digital con conexión a internet. • Conoce o tiene a alguien que pueda asesorarlo(a) en métodos de pago online mediante transferencias interbancarias y pagos digitales.
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y mantenimiento continuo de la plataforma web. • Costos de software (Hosting, Dominio, entre otros) • Costos de publicidad. <p>Costos de constitución de la marca.</p>		<p>FLUJO DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comisiones ganadas de acuerdo a cada cita agendada y efectivamente concluida en la plataforma. • Prestación de servicios psicológicos en línea y en tiempo real especiales o adicionales. 		
<p>INDICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Número de usuarios nuevos por semana • Número de sesiones agendadas por día. • Tiempo medio de interacción con la plataforma web • Número de visitas por día. • Escalas de valoraciones por sesiones. • Número de Comentarios y sugerencias. 		<p>CANALES Medios digitales</p>		

PRESUPUESTO DE COSTOS - BIENET

BIENET establece su innovación en convertirse en la PRIMERA PLATAFORMA WEB en Bolivia de “Teleterapia” que ofrece servicios de salud mental en línea con psicólogos profesionales, bajo todo los parámetros éticos necesarios para una buena práctica.

El presupuesto de COSTOS abarca los siguientes aspectos de manera tentativa para alcanzar el desarrollo funcional inicial de la plataforma web en sus distintas etapas desde concretar inicialmente el prototipo.

1.- DESARROLLO DEL PROYECTO – FUNCIONALIDAD CREACIÓN DE LA PLATAFORMA DIGITAL - BIENET

		PRESUPUESTO
DESARROLLO Y TESTEO		USD 700,00
1	Home	USD 70,00
2	Perfiles de Usuario	USD 140,00
3	Calendario de Citas	USD 140,00
4	Programación de Citas	USD 175,00
5	Ajustes y Modificaciones	USD 140,00
6	Reportes	USD 35,00
CARGADO DE CONTENIDOS		USD 100,00
1	Home	USD 10,00
2	Perfiles de Usuario	USD 20,00
3	Calendario de Citas	USD 20,00
4	Programación de Citas	USD 25,00
5	Ajustes y Modificaciones	USD 20,00
6	Reportes	USD 5,00
TOTAL		USD 800,00

800,00 USD es el costo para la creación del sitio web que permita el contacto online y en tiempo real entre pacientes y psicólogos profesionales bajo la denominación de “Teleterapia”. Este costo cubre las siguientes funcionalidades para el sitio web:

➡ **Para el Rol Paciente:** Todas las funciones de acceso, creación de usuario, búsqueda de información, orientación (formularios) y programación de citas en tiempo real con profesionales psicólogos (Teleterapia), valoraciones y sugerencias.

➡ **Para el Rol Psicólogo:** Todas las funciones de acceso, creación de usuario, búsqueda de pacientes, gestión de citas (Teleterapia), notificaciones y reportes.

➡ **Para el Rol Administrador:** Todas las funciones de gestión de usuarios, gestión de sesiones en línea y la generación de reportes.

2.- COMPRA DE SOFTWARE IMPORTANTE

COSTOS DE SOFTWARE IMPORTANTES			USD 150,00
1	Compra de Hosting	USD 40,00	
2	Compra de Dominio	USD 50,00	
3	Certificados de Seguridad SSL	USD 60,00	

Estos costos son fundamentales para el correcto funcionamiento de la página web otorgando el adecuado espacio de almacenamiento de datos, denominación y seguridad al sitio web BIENET.

3.- COSTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

COSTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA			USD 30,00
1	Preparación de documentos de formación de la empresa	USD 20,00	
2	Protección de la Marca	USD 10,00	

Estos costos son importantes para avanzar con toda la normativa legal en Bolivia de constitución de una empresa con estas características, se hace principal énfasis en los trámites legales de protección y registro de la marca como la primera Plataforma Web en Bolivia de "Teleterapia" que ofrece servicios de salud mental online.

4.- COSTOS DE PUBLICIDAD

COSTOS DE PUBLICIDAD			USD 20,00
1	Publicidad en redes sociales	USD 10,00	
3	Publicidad en Instituciones estratégicas	USD 10,00	

COSTO TOTAL DE LA PLATAFORMA BIENET = USD 1000,00

Los costos de publicidad son importantes principalmente para dar a conocer y difundir a los públicos objetivos la existencia de la plataforma de Teleterapia BIENET, se estima que estos costos vayan creciendo gradualmente a medida que se vaya consolidando y estableciendo la plataforma.

Este presupuesto supone lograr una funcionalidad viable de la plataforma web de Teleterapia BIENET en su versión inicial logrando sus objetivos principales de servicio en salud mental online, este presupuesto representa la inversión inicial para hacer viable este proyecto.

PRESENTACIÓN A CONCURSO INNOVA SAN ANDRÉS

- A) **Nombre del equipo:** GRANOS ANDINOS - CIPYCA
- B) **Nombre del proyecto:** SNACKS SALUDABLES DE GRANOS ANDINOS
- C) **Integrantes:**
1. **Nombre.-** Milenka sadith Iturralde Escobar
Celular.- 73015545
Universidad.- Mayor de San Andrés
Facultad.- Agronomía
Carrera.- Ingeniería en Producción y Comercialización Agropecuaria
Estatus.- Docente investigador invitado en granos andinos
 2. **Nombre.-** Maribel Lizeth Huanca Condori
Celular.- 77256630
Universidad.- Mayor de San Andrés
Facultad.- Agronomía
Carrera.- Ingeniería en Producción y Comercialización Agropecuaria
Estatus.- Egresada de la carrera.
 3. **Nombre.-** Rubén Flores Quispe
Celular.- 71914235
Universidad.- Mayor de San Andrés
Facultad.- Agronomía
Carrera.- Ingeniería en Producción y Comercialización Agropecuaria
Estatus.- Estudiante
- D) **Link de video:**

<https://youtu.be/vghIYZv71W8>

Lienzo canvas - Modelo de Negocio

PROYECTO: SNACKS SALUDABLES DE GRANOS ANDINOS				
PROBLEMA	SOLUCIÓN	VALOR ÚNICO	VENTAJA INJUSTA	CLIENTE POTENCIAL
3. Problema que hay en el mercado (problema de tu cliente). Es necesidad.	4. Lo que tu negocio ofrece.	6. Es lo que te haces especial. Característica valorativa que tendrá tu negocio.	5. Aquello que tú tienes y no tiene tu competencia, y le es difícil copiar. Ventaja de competencia.	1. Todos los clientes potenciales
No poder encontrar snacks saludables en el mercado, alimentos que cumplan lo necesario de un alimento sano, que proporcione beneficios en su cuerpo. Por ejemplo. Snacks para personas diabéticas o con sobre peso. Snacks con elevado contenido de proteína	<ul style="list-style-type: none"> - Snacks rico en nutrientes. - Snacks saludables. - Nachos dulces con una dulzura natural de la miel de abeja y frutas de temporada y enriquecido con proteína vegetal proveniente del tarwi. - Precios accesible al consumidor. - Alimentos de calidad.F1 	<ul style="list-style-type: none"> - Nuestro producto satisface la necesidad de disponer de un snack con características nutricionales adecuadas para todas las edades, sin azúcares refinadas, con elevado contenido proteico y precio bajo. - La elaboración de nachos endulzados con miel natural. - Snacks que contengan frutas 	<ul style="list-style-type: none"> - La obtención de la materia prima en colaboración y asociaciones locales con los que la carrera ya se ha relacionado en proyectos anteriores. Estas relaciones de confianza construidas desde los productores y respaldadas por los gobiernos municipales garantizan el suministro de materia prima para la empresa y un precio adecuado para los agricultores. - Alimentos que cumplen con un riguroso control de calidad asesorado por todo el cuerpo docente de la carrera. - Alimentos que aportan muchos nutrientes y mejoran en el cuidado de la salud. 	<p>Son personas que buscan alimentos con alto contenido de proteínas, nutrientes, que son ricas en fibra, vitaminas y minerales. Así también personas preocupadas por la salud y el control de peso.</p> <p>Personas con dificultades de salud que buscan alimentos sin ningún tipo de azúcares refinados, ni con alto porcentaje de sal.</p> <p>Consumidores de diferentes edades como niños y amas de casa. Deportistas que requieren nutrientes para su entrenamiento.</p>
ALTERNATIVAS EXISTENTES	INDICADORES	MÁXIMA EXPRESIÓN	CANALES	CLIENTE PRINCIPAL
7. Competencia, sustitutos a tu negocio.	10. Puntos de control para tu negocio.	8. Referente más grande del País.	9. Online	2. Cliente fijos .

<p>La competencia para los nachos dulces de tarwi podría provenir de empresas en el mercado de aperitivos y snacks, que realicen nachos de maíz dulces o las hostias dulces que se comercializan en los recreos de las diferentes unidades educativas, estas hostias están elaboradas solamente con harina y azúcar y su precio es muy económico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Accesible para los consumidores. - Convenios con unidades educativas. - Convenios con asociaciones productoras de materia prima (tarwi). 	<ul style="list-style-type: none"> - Tumix. - Sax Say. 	<ul style="list-style-type: none"> - Redes Sociales (Facebook, Google, Web, Instagram, etc.) - Canal directo (ventas por internet, tienda propia, distribución). 	<p>Estos clientes pueden ser estudiantes de diferentes unidades educativas, de ambos turnos. Madres de familia. Deportistas de gimnasios. Tiendas ecológicas. Restaurantes naturistas.</p>
---	--	--	--	--

GASTO (Inicial: \$ / Fijos / Variables)	MODELO DE INGRESOS
--	---------------------------

12. Constitución de tu empresa, registros, etc.	11. Asesoría de clientes, publicidad
---	--------------------------------------

<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #f00; color: white;"> <th colspan="2" style="text-align: center;">Costos de producción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">Nachos de trawi picante</td> </tr> <tr> <td>Costo de producción para 400gr</td> <td style="background-color: #ffff00; text-align: center;">27 Bs</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Nachos de tarwi Dulces</td> </tr> <tr> <td>Costo de producción para 500gr</td> <td style="background-color: #ffff00; text-align: center;">22Bs</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #f4a460;"> <th colspan="2" style="text-align: center;">costos fijos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Equipos</td> <td style="text-align: center;">5000</td> </tr> <tr> <td>otros</td> <td style="text-align: center;">2000</td> </tr> <tr style="background-color: #f4a460;"> <th colspan="2" style="text-align: center;">costos variables</th> </tr> <tr> <td>servicios basicos</td> <td style="text-align: center;">200</td> </tr> <tr> <td>Insumos</td> <td style="text-align: center;">400</td> </tr> <tr> <td>gastos generales</td> <td style="text-align: center;">250</td> </tr> <tr> <td>Costo total</td> <td style="background-color: #ffff00; text-align: center;">7.850 Bs.</td> </tr> </tbody> </table>	Costos de producción		Nachos de trawi picante		Costo de producción para 400gr	27 Bs	Nachos de tarwi Dulces		Costo de producción para 500gr	22Bs	costos fijos		Equipos	5000	otros	2000	costos variables		servicios basicos	200	Insumos	400	gastos generales	250	Costo total	7.850 Bs.	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #f4a460;"> <th colspan="2" style="text-align: center;">PUBLICIDAD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ajustes en el proceso de producción, control de calidad y pruebas de estabilidad del producto</td> <td style="text-align: center;">700</td> </tr> <tr> <td>Desarrollo de estrategias de marketing y publicidad</td> <td style="text-align: center;">500</td> </tr> <tr> <td>Lanzamiento de campañas de marketing en línea y fuera de línea.</td> <td style="text-align: center;">200</td> </tr> <tr> <td>degustaciones en puntos de venta.</td> <td style="text-align: center;">200</td> </tr> <tr> <td>Costo total</td> <td style="background-color: #ffff00; text-align: center;">1600</td> </tr> </tbody> </table>	PUBLICIDAD		Ajustes en el proceso de producción, control de calidad y pruebas de estabilidad del producto	700	Desarrollo de estrategias de marketing y publicidad	500	Lanzamiento de campañas de marketing en línea y fuera de línea.	200	degustaciones en puntos de venta.	200	Costo total	1600
Costos de producción																																							
Nachos de trawi picante																																							
Costo de producción para 400gr	27 Bs																																						
Nachos de tarwi Dulces																																							
Costo de producción para 500gr	22Bs																																						
costos fijos																																							
Equipos	5000																																						
otros	2000																																						
costos variables																																							
servicios basicos	200																																						
Insumos	400																																						
gastos generales	250																																						
Costo total	7.850 Bs.																																						
PUBLICIDAD																																							
Ajustes en el proceso de producción, control de calidad y pruebas de estabilidad del producto	700																																						
Desarrollo de estrategias de marketing y publicidad	500																																						
Lanzamiento de campañas de marketing en línea y fuera de línea.	200																																						
degustaciones en puntos de venta.	200																																						
Costo total	1600																																						

Justificativo de inversión de capital semilla

El capital semilla se invertirá principalmente en **parte** de los costos de:

- Adquisición de una máquina laminadora y licuadora industrial, (Bs. 7000)
- Estrategia de degustación en puntos de venta, (Bs. 1600)
- Adquisición de materia prima.



Equipo: Entomofagos

Proyecto: Zerg Zootech

Link:

<https://drive.google.com/file/d/16eyZ80E5EFqjqEGg8Jsx-7w58mpM0Y3L/view?usp=sharing>



**Susana Jerammy
Mamani Gutierrez**

Telf: 76262635

UMSA

Estudiante de la Facultad de Agronomía -
Ingeniería agronómica
Egresada de la Facultad de Humanidades -
Turismo



**Martin Apaza
Ticona**

Telf: 71574313

Tutor de Tesis
Ing. Agrónomo
Universidad Mayor de San
Andrés

MODELO CANVAS ZERG ZOOTECH

1. PROBLEMA

El problema que resuelve es la crisis de los RO en La Paz y la insostenibilidad de prod. de alimentos proteicos que afectan la salud publica, seguridad alimentaria, biodiversidad.

- Hasta el 2019 se quemaron 5 mill. de Ha de bosques en Bolivia para la ampliación de la frontera agrícola.
- En la ciudad de La Paz se generan al día 800 toneladas de RS de los cuales un 67% son RO, que no cuenta con un sistema efectivo de manejo.

Problemas de los clientes

- Los alimentos balanceados para animales de granja cada vez ofrecen menos nutrientes especialmente de proteína.
- Lo que ocasiona un bajo rendimiento en la producción.
- Los alimentos balanceados han demostrado tener baja calidad ocasionando pérdidas y decesos.

4. SOLUCIÓN

Zerg Zootech es una empresa que cría moscas soldado negra para convertir los residuos orgánicos (RO) en proteína de calidad y biofertilizante. Así evitar la deforestación y reducir la contaminación en La Paz. Y brindar a productores un alimento proteico que mejore sus rendimientos.

8. METRICAS CLAVE

- Cantidad de residuos orgánicos procesados.
- Cantidad de producción de proteína.
- Cantidad de producción de biofertilizante.
- Número de granjas o agricultores que utilizan nuestro producto.
- Satisfacción del cliente.

3. PROPUESTA DE VALOR

El valor radica en un producto biotecnológico obtenido de la cría de la mosca soldado negra: larvas procesadas como alimento para animales de granja y un subproducto biofertilizante llamado 'Frass', útil como abono o materia prima.

Este proceso aborda la crisis de residuos orgánicos y la insostenibilidad en la producción de alimentos proteicos, mitigando la contaminación y ofreciendo una alternativa sostenible

Se ofrece un producto:

- Funcional: Alimento nutritivo y económico dirigido a criaderos que buscan mejorar el rendimiento en la producción de AG.
- Emocional: Genera un sentimiento de responsabilidad ambiental, especialmente frente a temas actuales como las quemadas de bosques.
- Social: Manejo y reducción de desechos con un enfoque eco-social.

9. VENTAJA INJUSTA

- Tecnología Propietaria
- Relaciones Estratégicas con granjas y agricultores locales.
- Relaciones estratégicas en recolección de RO.
- Conocimiento del mercado local y de las necesidades específicas de las granjas y agricultores.
- Triple impacto.
- Recursos humanos capacitados.

5. CANALES

Canal directo online y entregas por delivery permite vender nuestro producto a través de internet, sin necesidad de tener una infraestructura física ni intermediarios. Para iniciar este canal tiene la ventaja de reducir los costos, ampliar el alcance y tener un mayor control sobre la distribución.

2. SEGMENTO CLIENTES

Mis clientes:

- Piscicultores: Necesitan más proteína en los alimentos para evitar pérdidas y muertes en peces sensibles a la dieta.
- Santuarios de vida silvestre: Buscan satisfacer las necesidades alimenticias de animales insectívoros en el santuario.
- Criadores de aves de corral: Necesitan alimentos más ricos en proteínas para mejorar el rendimiento y las ganancias.

En resumen, buscan un alimento con mejor percepción, mayor contenido de nutrientes y mejor rendimiento.

Para nuestro subproducto: vemos a agricultores urbanos, empresas de paisajismo, viveros y jardinería.

7. ESTRUCTURA DE COSTOS

Estimamos lo siguiente.

One shot: 14000

Costos Fijos: Bs. 4800

Costos variables: Bs.2000

Total: Bs. 20800



5. FUENTES DE INGRESO

¿Cómo genera ingresos tu propuesta de valor?

Nuestra propuesta genera ingresos por la venta de los productos a través de un canal directo y directo online. donde, se cobra el precio de cada kilo de larva y biofertilizante y el proceso final de un producto con valor agregado.





Capital Semilla

Compra de maquinaria



Horno deshidratador: Bs. 4500 (necesario para el procesamiento de larvas y Picadora de Residuos organicos: Bs. 2300 necesario para procesar los RO

Enfocarse en la creación de nuevos mercados o segmentos de mercado.

REALIDAD TUR

Nombre del equipo

RealidadTur

Nombre del proyecto

Turismo basado en realidad virtual.

Miembros del equipo

MIEMBRO 1

Nombre: Apaza Titerico Roger
Celular: 62495901

Estudiante de Ingeniería Industrial de la Facultad de Ingeniería de la UMSA

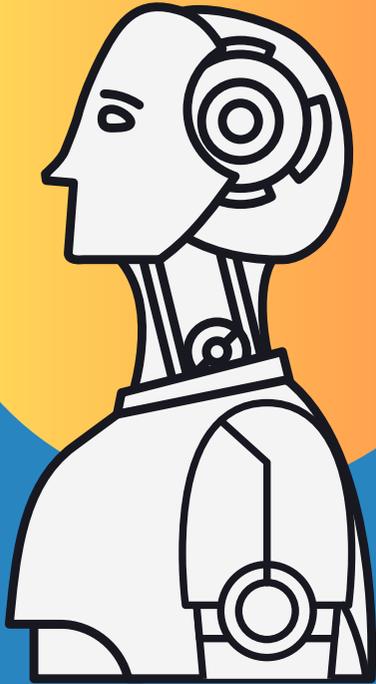
MIEMBRO 2

Nombre: Poma Minaya Jhonny
Celular: 61132171

Estudiante de Ingeniería Industrial de la Facultad de Ingeniería de la UMSA

Link del proyecto

<https://drive.google.com/drive/folders/1W1ekkLGwXPif5FsukLKfSDXOuoV9eey8?usp=sharing>



Modelo de negocio Canvas

Asociaciones clave

- Universidades
- Instituto de Investigaciones Industriales UMSA
- Empresas de turismo (privadas y públicas)

Actividades clave

- Grabar los vídeos 360°
- Editar el sonido en producción
- Diseñar y dar mantenimiento a la plataforma
- Generar tutoriales de uso

Recursos clave

- Lentes de realidad virtual
- Plataforma digital
- Videos 360° en primera persona
- Libretos
- Personal encargado de la plataforma

Propuesta de valor

Accesibilidad: El proyecto ofrece una forma accesible de experimentar viajes y explorar destinos turísticos para personas con recursos limitados y/o una discapacidad motora, eliminando la barrera económica asociada con los viajes físicos.

Sostenibilidad: Al reducir la necesidad de viajar físicamente, el proyecto contribuye a la sostenibilidad al disminuir la huella de carbono asociada con el turismo.

Aventuras Seguras: Al evitar el viaje físico, el proyecto proporciona una forma segura de vivir aventuras y exploraciones, lo que puede ser especialmente relevante en situaciones de restricciones de viaje.

Costo Efectivo: Las experiencias virtuales eliminarían los costos de transporte, hospedaje y comida.

Innovación: El proyecto se basa en tecnología de realidad virtual, lo que aporta un aspecto innovador y emocionante a la industria del turismo.

Relaciones con clientes

- Indirecta por medio de la plataforma digital
- Personalizada

Canales

- Plataforma digital
- Redes sociales
- Ferias

Segmentos de mercado

- Personas con discapacidad motora
- Personas con bajos recursos
- Personas de la tercera edad
- Estudiantes
- Público que le guste las experiencias con virtuales.

Estructura de costes

COSTO FIJO

- Pago de personal
- Diseñador web, dominio, hosting base de datos
- Equipos (Cámara, micrófono y gafas)
- Impuestos

COSTO VARIABLE

- Viajes

Fuentes de ingreso

- Por medio de alquiler de determinado tour (Pago físico, tarjeta, digital)
- Suscripción a la plataforma digital (Pago físico, tarjeta, digital)
- Promoción de lugares turísticos
- Publicidad de Mypes

JUSTIFICATIVO DEL CAPITAL SEMILLA

Material	Justificación	Unidad	Cantidad	P.U. (\$us)	Total (\$us)
Cámara 360	Cámara requerida para grabar y fotografiar el entorno que se quiere mostrar a las personas. Debido a que se requiere brindar una experiencia única con las imágenes, se requerirá un equipo de gama alta.	Unidad	1	349	349
Lentes de realidad aumentada	Para el diseño de los tours y permitir que las personas puedan observar los lugares turísticos con una experiencia interactiva.	Unidad	1	128	128
Micrófonos para exteriores	Nos servirá para captar el sonido del entorno con el objetivo de brindar una mejor experiencia y de mayor calidad al cliente.	Unidad	1	119	119
Micrófonos individuales	Se empleará para grabar el audio narrativo que el cliente este observando.	Unidad	2	25	50
Diseño de la plataforma	Se empleara para el diseño de la plataforma y mantenimiento de esta	-	1	204	204
Transporte a lugares turísticos de La Paz	Se empleara para el transporte de personal y equipos para grabar nuevos tours (Valle de la Luna, Copacabana, Valle de las Ánimas, Coroico)	-	1	150	150
TOTAL					1000

EQUIPO

Helen Carolina Mendiola Barrios

Zelmar Roberto Gómez Siquita

Christian Nilo Ugarte Rivera



Petscan

IDENTIFICAME

HELEN CAROLINA MENDIOLA BARRIOS

70669596

HELENNYTA@GMAIL.COM

**TITULADO: UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES -
FACULTAD DE INGENIERIA - INGENIERO INDUSTRIAL**

**TITULADO: UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES –
FACULTAD AGRONOMIA - MEDICO VETERINARIO Y
ZOOTECNISTA**



ZELMAR ROBERTO GÓMEZ SIQUITA

72588702

ZELMARRG@GMAIL.COM

**TITULADO: UNIVERSIDAD PUBLICA DE EL ALTO – INGENIERO DE
SISTEMAS**

**ESTUDIANTE: UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES – ESTUDIANTE DE
FÍSICA**

CHRISTIAN NILO UGARTE RIVERA

70651031

CHRISTIAN.UGARTE.RIVERA@GMAIL.COM

**TITULADO: UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA
- INGENIERO EN TELECOMUNICACIONES**



Linck:

https://drive.google.com/file/d/1Cqw9mNebseL_CFZxS0Ng-w0GkJBkLljq/view?usp=drive_link

MODELO CANVAS





**El capital semilla sera
utilizado**

**Para crear material
audiovisual y realizar el
lanzamiento por medio de
redes sociales**

1. Nombre del Equipo:

Meta-Industriales.

2. Nombre del Proyecto:

Nombre Corto: Ingeniería Industrial en el metaverso.

Nombre Largo: Ingeniería Industrial en el metaverso, Modelo virtual de interacción académica, científica y productiva del instituto de investigaciones industriales de la UMSA.

3. Lista de Integrantes:

	INNOVADOR 1	INNOVADOR 2	INNOVADOR 3	INNOVADOR 4	INNOVADOR 5	INNOVADOR 6
Nombres	Juan Pablo	Abel Alberto	Álvaro Miguel	Mayerly Antonette	Fanny Noelia	Edmy Flor
Apellidos	Fernández Rocha	Choquetarqui Cori	Sierra Bacarreza	Baltazar Villarroel	Huanca Bustillos	Yujra Ramos
Celular	73518267	77770922	705590335	77520408	78887174	70193311
Universidad o Instituto	UMSA	UMSA	UMSA	UMSA	UMSA	UMSA
Facultad	INGENIERIA	INGENIERIA	INGENIERIA	INGENIERIA	INGENIERIA	INGENIERIA
Carrera	INGENIERIA INDUSTRIAL					
Estudiante		X	X	X	X	X
Docente	X					
Investigador	X	X	X			

Link del Video (Prototipo):

El prototipo mostrado en el video es funcional, sin embargo, no cuenta con la potencia y alcance necesario para satisfacer las expectativas del proyecto. Actualmente se trabaja en una segunda versión del entorno en la plataforma Unity en conjunto con Spatial, siendo que dentro de poco podrá contarse con una experiencia de mayor interactividad y capacidad de albergar a un mayor número de usuarios.

<https://drive.google.com/drive/folders/12ljmrxIBUAWdM7ZiVDuCuAPhZ79heXRF>

4. Lienzo Canvas:

Modelo Canvas



INGENIERIA INDUSTRIAL EN EL METAVERSO

5. Capital Semilla:

Actualmente el proyecto se desarrolla con la infraestructura y equipamiento del Instituto de Investigaciones Industriales de la Carrera de Ingeniería Industrial y del propio equipo de investigadores. El desarrollo inicial del entorno está garantizado, sin embargo, se considera importante contar con capital semilla para lo siguiente:

Destino	Monto (USD)	Justificación
Capacitación equipo	350	Fortalecer las habilidades y destrezas en el manejo de UNITY SPATIAL
Alojamiento Web	150	Contar con un alojamiento web adecuado para que el entorno se encuentre disponible en línea.
Organización de eventos de interacción	500	Organizar eventos nacionales e internacionales de interacción para la validación y perfeccionamiento del entorno
TOTAL	1000	

Inicialmente, la inversión planteada, permitiría desarrollar de mejor manera el entorno y contar con el mismo en línea. Una vez que el entorno se encuentre disponible y funcional en línea, se procedería a organizar eventos de nacionales e internacionales de interacción, a fin de validar el modelo y perfeccionarlo para que la experiencia del usuario sea adecuada.

Nombre del equipo: SOIA

Nombre del proyecto: Optimización aforos autos con IA

Listado actualizado de cada miembro:

Innovador Principal:

Nombre: Mauricio Ramirez Salamanca

Correo: mramirez23@umsa.bo

Celular: 65665705

Universidad: Universidad Mayor de San Andrés

Facultad: Ingeniería

Carrera: Ingeniería Civil

Perfil: Estudiante – Egresado

Equipo de innovadores:

Nombre: Samantha Estefani Ortega Sejas

Correo: seortega@umsa.bo

Celular: 76739929

Universidad: Universidad Mayor de San Andrés

Facultad: Ingeniería

Carrera: Ingeniería Civil

Perfil: Estudiante – Egresada

Nombre: Jhon Antony Moreno Barrenechea

Correo: jamoreno@umsa.bo

Celular: 75825317

Universidad: Universidad Mayor de San Andrés

Facultad: Ingeniería

Carrera: Ingeniería Civil

Perfil: Docente – Investigador

Nombre: Primitivo Condarco Aguilar

Correo: pcondarco3@umsa.bo

Celular: 73230053

Universidad: Universidad Mayor de San Andrés

Facultad: Ingeniería

Carrera: Ingeniería Civil

Perfil: Docente – Investigador

Link de vídeo: <https://youtu.be/fblcWhbc6Y>

LIENZO LEAN CANVAS

Problema	Solución	Propuesta de valor	Ventaja especial	Segmento de clientes
En la actualidad, los aforos vehiculares en Bolivia se realizan manualmente, exponiendo a los operadores a largas jornadas, riesgos de seguridad nocturnos y limitando la precisión de los datos. Este método tradicional es costoso y requiere recursos humanos especializados, afectando la eficiencia en proyectos de transporte y análisis de tráfico.	Implementación de la red neuronal YOLOv8 para la detección de vehículos y la red DeepSORT para el seguimiento de su movimiento. Automatizando el aforo vehicular en videos grabados de forma remota y transmisiones en directo.	Automatización de aforos vehiculares mediante inteligencia artificial (IA), reduciendo costos, mejorando la eficiencia y brindando datos más precisos para análisis de tráfico y proyectos de transporte.	Tecnología avanzada con redes neuronales especializadas (YOLOv8, DeepSORT) y enfoque en la adaptación a las necesidades específicas de la normativa boliviana, ofreciendo una solución única y precisa. A un costo inferior a la competencia nacional e internacional.	Instituciones públicas, privadas y académicas en el área del transporte que necesitan datos precisos de aforos vehiculares para planificación, diseño de carreteras y estudios de movilidad urbana
	Métricas clave		Canales	
	Creemos que el churn rate y net promoter score son las métricas que más nos va a aportar para determinar en qué posición está mi negocio.		Despliegue de servicios a través de plataformas web, colaboración con empresas consultoras, empresas municipales, empresas departamentales, la administradora boliviana de carreteras (ABC) y profesionales del transporte, para aumentar la visibilidad.	
Estructura de costos		Flujo de ingreso		
<ul style="list-style-type: none"> - Costos Fijos - Costos Variables - One Shot 		Modelo de ingreso directo.		

Estructura de costos

Costos Fijos

ITEM	PU	Cantidad	Total
M.Sc. Ing. Civil en Transporte	8000	1	8000
Ing. Sistemas (junior)	4000	1	4000
Ing. Civil (junior)	4000	1	4000
Personal de apoyo	2000	1	2000
Lic. Contabilidad	150	1	150
Alquiler	1700	1	1700
Internet Wi-fi (oficina)	220	1	220
Luz	150	1	150
Expensas	50	1	50
Agua	20	1	20
Sub total mensual (bs)			20290

Costos Variables

ITEM	PU	Cantidad	Total
Internet para las cámaras (100 GB)	730	1	730
Tinta de impresión	80	1	80
Papelería	25	1	25
Sub total mensual (bs)			835

One shot

ITEM	PU	Cantidad	Total
PC RTX 4090 24 GB	35000	1	35000
PC RTX 3060 12GB	8000	2	16000
Cámara de trabajo con panel solar 4g	2000	5	10000
Mesa de reunión y sillas	5000	1	5000
SMART TV	4000	1	4000
Escritorio	700	3	2100
UPS 2400VA	2000	1	2000
UPS 1200VA	1000	2	2000
Impresora Wi-fi	1500	1	1500
SD 256 GB	250	5	1250
Material de escritorio	1000	1	1000
Estante	800	1	800
Sillas de escritorios	150	3	450
Pizarra y estructura metálico	300	1	300
Perforadora extra fuerte	200	1	200
Basureros	50	3	150
Engrampadora resistente	100	1	100
Sub Total (bs)			81850

Costo mensual

ITEM	Sub total mensual (bs)
Costos Fijos	20290
Costos Variables	835
One shot	1578.96
Total mensual (bs)	22703.96

Memoria de cálculo mensual para One shot

ITEM	PU	Cantidad	Total	Depreciación	Total depreciado	Total Mensual
PC RTX 4090 24 GB	35000	1	35000	0.25	8750	729.17
PC RTX 3060 12GB	8000	2	16000	0.25	4000	333.33
Cámara de trabajo con panel solar 4g	2000	5	10000	0.25	2500	208.33
Mesa de reunión y sillas	5000	1	5000	0.1	500	41.67
SMART TV	4000	1	4000	0.25	1000	83.33
Escritorio	700	3	2100	0.1	210	17.5
UPS 2400VA	2000	1	2000	0.25	500	41.67
UPS 1200VA	1000	2	2000	0.25	500	41.67
Impresora Wi-fi	1500	1	1500	0.25	375	31.25
SD 256 GB	250	5	1250	0.25	312.5	26.04
Material de escritorio	1000	1	1000	0.1	100	8.33
Estante	800	1	800	0.1	80	6.67
Sillas de escritorios	150	3	450	0.1	45	3.75
Pizarra y estructura metálico	300	1	300	0.1	30	2.5
Perforadora extra fuerte	200	1	200	0.1	20	1.67
Basureros	50	3	150	0.1	15	1.25
Engrapadora resistente	100	1	100	0.1	10	0.83
Sub Total (bs)			81850	Sub total mensual (bs)		1578.96

Precio del servicio propuesto por la competencia

Costo por estación por vía por día (16 horas) - Competencia boliviana

ITEM	PU	Cantidad	Total
Aforador (8 horas por turno)	140	2	280
Coordinador	60	1	60
Gabinete	60	1	60
Total vía/día (bs)			400

Servicio Data From Sky por día (16 horas) - Competencia (web) internacional

ITEM	PU	Cantidad	Total
1 Crédito (1 hora de vídeo)	35	16	560
Total vía/día (bs)			560

Precio al que daremos el servicio

Precio de nuestro producto por día (16 horas)

ITEM	PU	Cantidad	Total
Análisis por vía (1 hora de vídeo)	20	16	320
Total vía/día (bs)			320

Justificativo en qué usaremos el capital semilla

Capital Semilla

ITEM	PU	Cantidad	Total
RTX 3060 12GB	3300	1	3300
Cámara de trabajo con panel solar 4g	2000	1	2000
UPS 1200VA	1000	1	1000
Impresora Wi-fi	400	1	400
SD 256 GB	250	1	250
Total (bs)			6950

SEGUNDA PRESENTACIÓN – INNOVA SAN ANDRÉS

Nombre del equipo: TEK7

Nombre del proyecto: EduIA

Integrante

Nombre: Jhulen Mauricio Mallo Quispe

Celular: 79577091

Correo: jmalloq@gmail.com

Universidad: Universidad Mayor de San Andrés

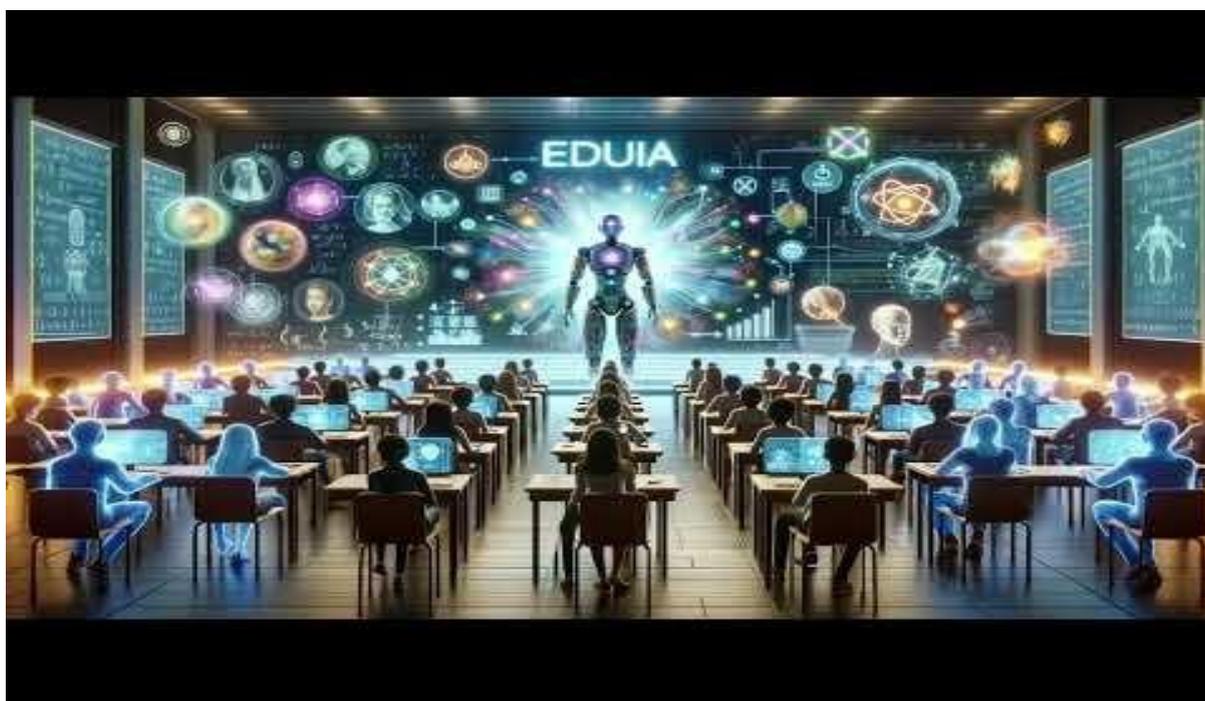
Facultad: Facultad de Ciencias Puras y Naturales

Carrera: Informática y Estadística

Aclaración: Estudiante

Link del video de Youtube:

<https://youtu.be/IHzjht-fkjl>



En caso de error con el link de Youtube, link del video en Google Drive

<https://drive.google.com/file/d/1R8r-zt-K047FeBoAVuRRbspXn6atZeFS/view?usp=sharing>

**ASOCIACIONES CLAVE**

Socios Clave: Universidades, instituciones educativas.

Proveedores Clave: Servicios de alojamiento en la nube, proveedores de APIs de IA.

Recursos de Clientes:

Retroalimentación y datos de uso de estudiantes y docentes.

Actividades de Socios: Apoyo tecnológico, colaboración en investigación y desarrollo, distribución y marketing.

Motivaciones para la Asociación

Optimización y Economía: Mejorar eficiencia y costos a través de la colaboración y compartiendo recursos.

Reducción de Riesgos: Mitigar riesgos tecnológicos y de mercado mediante asociaciones estratégicas.

Adquisiciones de Recursos

Concretos: Obtener acceso a tecnologías avanzadas y conocimiento especializado.

**ACTIVIDADES CLAVE**

Desarrollo y Mantenimiento:

Desarrollo del software de la plataforma EduIA, integración de APIs de IA y gestión de la base de conocimiento.

Distribución: A través de canales digitales y colaboraciones institucionales.

Relaciones con Clientes:

Mantenimiento de un servicio al cliente eficiente y asistencia personalizada.

Producción, Ventas, Soporte:

Soporte y formación para docentes sobre cómo utilizar y maximizar los beneficios de la plataforma.

**RECURSOS CLAVE**

Recursos: Servidores en la nube, desarrolladores, expertos en IA, equipo de soporte.

Recursos para los canales:

Plataforma web robusta y segura para que los usuarios accedan y suban contenido.

Relaciones: Interfaces intuitivas para la interacción de usuarios y un sistema de soporte eficiente.

**PROPUESTA DE VALOR**

Valor añadido: Ofrecer una plataforma de aprendizaje impulsada por IA que proporciona contenido personalizado y relevante para cada estudiante basado en el currículo subido por los docentes.

Problemas resueltos: Facilitar a los estudiantes el acceso al material educativo y la capacidad de hacer consultas en tiempo real, lo que mejora su comprensión y retención de conocimientos.

Productos/servicios: Plataforma de consulta de contenidos y base de conocimiento gestionada por IA
Necesidades satisfechas: Subir y actualizar el material de curso, lo que les ahorra tiempo y les permite enfocarse en enseñar más efectivamente.

Precio: Accesible para instituciones y estudiantes.

Novedad: Uso innovador de IA generativa en la educación.

Calidad: Contenido y asistencia de alta calidad.

Conveniencia: Disponible 24/7, accesible en línea.

**RELACIÓN CLIENTES**

Asistencia Personal: Directas y personalizadas, basadas en la interactividad y la respuesta inmediata.

Asistencia personal: Soporte técnico y ayuda en la carga y utilización de contenidos.

Autoservicio y automatización: Interfaz intuitiva para la gestión de los usuarios con su aprendizaje.

Co-Creación: Espacios para que los usuarios colaboren en la mejora continua de EduIA.

**CANALES**

Canales de llegada a clientes: Web, aplicaciones móviles, redes sociales, y alianzas con instituciones educativas.

Marketing: Redes sociales, eventos educativos.

Canales más eficientes: Utilización de tecnologías emergentes como webinars interactivos y demostraciones virtuales.

**SEGMENTOS DE CLIENTES**

Instituciones Educativas: Buscan integrar EduIA para mejorar la calidad educativa y mantener competitividad.

Desarrolladores de Currículo y

Educadores en Línea: Crean contenido educativo interactivo y personalizado con la plataforma.

Profesionales en Formación

Continua: Mejoran habilidades y competencias a través del aprendizaje autodirigido.

Empresas de Capacitación

Corporativa: Utilizan EduIA para la capacitación eficiente de empleados.

Mercado de Masas: EduIA atrae a estudiantes principalmente y profesionales para educación y formación en línea.

Nichos de Mercado: Beneficia a segmentos como desarrolladores de currículo y educadores en línea.

Diversificación: EduIA se adapta a varios mercados y aplicaciones, desde educación académica hasta capacitación corporativa.

**COSTES DE ESTRUCTURA**

Desarrollo y Mantenimiento de Software: Constituye el coste más importante. Esto incluye gastos asociados con el desarrollo inicial de la plataforma, integración de tecnologías de inteligencia artificial y la compra de licencias de APIs avanzadas. Mantener y actualizar el software también representa un gasto considerable, lo que requiere un equipo técnico especializado, cuyos salarios son un recurso costoso.

Operaciones y Soporte Técnico: Los gastos operativos regulares, como administración, infraestructura y servicios, son significativos. Dentro de esta categoría, el soporte técnico y atención al cliente son especialmente costosos debido a la necesidad de personal calificado para proporcionar un servicio eficiente y efectivo.

Marketing y Publicidad: Las inversiones en marketing digital, publicidad, participación en eventos y desarrollo de material promocional son vitales para aumentar la visibilidad y atraer usuarios. Estas actividades son fundamentales para el crecimiento y la expansión en el mercado educativo y representan una porción importante del presupuesto.

**FUENTES DE INGRESOS**

Modelo de Suscripción para Instituciones Educativas: EduIA adoptará un modelo de suscripción flexible basado en el número de usuarios, destinado a instituciones de diferentes tamaños. Este esquema permitirá acceso completo a la plataforma, con tarifas que se ajustan según el número de estudiantes y docentes, facilitando la adopción en una amplia gama de entornos educativos.

Licencias Premium para Educadores: Se ofrecerán licencias premium para educadores, proporcionando funcionalidades avanzadas como análisis detallado del rendimiento estudiantil y herramientas de personalización curricular. Estas licencias están diseñadas para ayudar a los docentes a optimizar sus estrategias pedagógicas y mejorar la experiencia de aprendizaje.

Servicios de Consultoría y Personalización: EduIA ofrecerá servicios de consultoría y personalización para sistemas educativos más extensos. Estos servicios permitirán adaptar la plataforma a las necesidades específicas de cada institución, ofreciendo una solución educativa más integrada y personalizada.

Plan de Inversión del Capital Semilla para EduIA

La inversión del capital semilla en EduIA es un paso fundamental hacia el lanzamiento de una plataforma educativa innovadora que utiliza la inteligencia artificial para transformar el aprendizaje. Este capital inicial se destinará a establecer la infraestructura tecnológica clave, adquirir licencias esenciales y promover la plataforma, asegurando así un desarrollo eficiente y una rápida entrada al mercado.

Alojamiento en la Nube y Licencias de APIs:

Infraestructura de Almacenamiento en la Nube: Una parte importante del capital se destinará a asegurar una infraestructura de almacenamiento en la nube robusta y escalable. Esto es esencial para alojar la plataforma y gestionar el acceso de usuarios de manera eficiente.

Licencias de APIs de IA: Fondos serán asignados para adquirir y mantener licencias de APIs de IA como las de OpenAI o Google. Estas licencias son fundamentales para habilitar las capacidades de procesamiento de lenguaje natural y generación de contenido de EduIA.

Marketing y Promoción:

Estrategias de Marketing Digital: Se invertirá en campañas de marketing digital para promover EduIA entre la comunidad educativa. Esto podría incluir publicidad en redes sociales, creación de contenido en línea y participación en foros educativos.

Registro de Marca y Empresa:

Gastos Legales y de Registro: Una parte del capital se utilizará para los trámites legales necesarios para registrar EduIA como empresa y proteger la marca. Esto incluye gastos en trámites de registro, asesoría legal básica y protección de propiedad intelectual.

La Paz, 30 de noviembre de 2023

Señores

INNOVA SAN ANDRÉS 5.0

Presente.-

De acuerdo a Comunicado, adjunto la documentación solicitada, con el objeto de ejecutar el emprendimiento, sí o sí.

1. Nombre del equipo
“Gerencia Inteligente”
2. Nombre del Proyecto
Modelo Inteligente de Desempeño Empresarial
3. Listado actualizado del Equipo
Juan Aurelio Cayoja Cortez, Celular 72002505, Administrador de Empresas con mas de 30 años de ejercicio profesional, más de 20 en cargos ejecutivos, hoy dedicado a la academia, investigación y emprendimientos; docente tiempo horario Carrera de Informática. De ser factible esta etapa se incluirá al equipo 3 estudiantes del Programa Inteligencia Artificial y Analítica de Datos de la Carrera de Informática.
4. Link de Video
<https://youtu.be/Ox3EmO4XjPg?si=8hWMtqlfWLQcqOJM>

LIENZO CANVAS

Hacia el Prototipo del Sistema Inteligente de Desempeño Empresarial

<p>Asociaciones Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • UMSA Carrera de Informática. Proveen profesionales calificados • Proveedores de IA. • Colegio de Profesionales en Administración e Informática • Federación de empresarios privados • Nuestros clientes 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de la Idea y modelo de medición del desempeño. • Desarrollo de la ingeniería y estrategia e indicadores KPI para medición del desempeño. • Desarrollo de algoritmo y plataforma tecnológica del prototipo. • Implementación y pruebas del prototipo. • Prueba piloto y validación de plataforma. • Plataforma que capta, procesa, aprende y retroalimenta las operaciones empresariales en tiempo real. 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es una plataforma de IA soportada en chatbots integrales de servicio al desempeño empresarial • Medición integral y sostenible del desempeño empresarial. • Algoritmo de aprendizaje que permite mejorar la eficacia y eficiencia. • Mejorar el desempeño empresarial de forma integral, sostenible y competitiva. • Reducción de la incertidumbre en decisiones empresariales • Asistencia permanente • Nuestros clientes logran ventaja competitiva por el algoritmo inteligente y la analítica de datos. 	<p>Relaciones con Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia para el análisis y evaluación de los negocios • Servicio sostenible y fidelización • Soporte en línea. • Servicios de consultoría, capacitación, publicidad, patrocinios, afiliación. 	<p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pequeñas y medianas empresas del Sector Secundario y Terciario • Pymes, 1ra Fase La Paz. • Pymes con enfoque en la innovación y adopción de tecnologías emergentes. •
<p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos de análisis, ingeniería de requerimientos, desarrollo de la plataforma y sistemas. • Sueldos del personal de análisis e ingeniería • Alfabetización y capacitación de usuarios y clientes 	<p>Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este proyecto aún no generará ingresos. • Está en proceso de maduración, entrará a la fase de Desarrollo del Prototipo. • A la espera del Capital Semilla. • Propios del equipo emprendedor • Será el emprendimiento mas rentable. 			

Compromiso y Justificación de la Inversión del Capital Semilla

El presente proyecto se concluirá en sus fases de desarrollo, implementación y operación, sí o sí, tenemos un compromiso de vida, tenemos la fe y la visión de la implantación de este emprendimiento. En este sentido, estamos a la espera del Capital Semilla y los propios del equipo emprendedor. A continuación, el Presupuesto de Inversión de la ejecución de actividades.

Presupuesto y Justificación de la Inversión

N°	ACTIVIDADES	Parcial	Total
1.	Definir y precisar la Idea y Modelos de Medición	500	
2.	Ingeniería y desarrollo de estrategia e indicadores KPI	1000	
3.	Diseño del modelo inteligente de aprendizajes del desempeño empresarial	2000	
4.	Análisis e ingeniería de requerimientos de sistemas y plataforma del modelo	500	
5.	Desarrollo de sistemas y plataforma tecnológica	2000	
6.	Implementación y pruebas del Prototipo	1000	
7.	Producción y validación de data y analítica de datos	1000	
8.	Prueba piloto	1000	

Son nueve mil dólares americanos 9000

No incluye los recursos para la logística durante todas las etapas de desarrollo e implementación, que serán financiadas con recursos propios del equipo.

SEGUNDA PRESENTACIÓN – CONCURSO INNOVA SAN ANDRES 5.0

Nombre del equipo: THAKI

Nombre del proyecto: THAKI

Equipo de innovación:

*Fabricio Paz, Estudiante de 8vo semestre de Ing. Mecatrónica, Universidad Mayor de San Andrés.

Estudiante UMSA, Desarrollador principal.

*Diana Puerto Arnez- Ing. Industrial, Especialista en Marketing estratégico y Coach Comercial, Investigador externo.

Celular 68224011.

*Fernanda Terrazas Vargas- HeadHunter, Recruiter, Formación en Psicología Organizacional, Gestor de cambio y de Talento Humano, Universidad Privada de Santa Cruz (UPSA),

Investigador externo.

75046843.

¿Qué es Thaki?

Es una plataforma web que permita desarrollar el grado de empleabilidad de las personas, a través de su visibilización ante las empresas, identificando, desarrollando o fortaleciendo competencias y habilidades; Y a las empresas les permite generar procesos de selección de personal menos engorrosos, más asertivos, con personajes más claros y dispuestos a seguir desarrollando en sus empresas las competencias que realmente los apasiona y hace sentido. Seremos una de las primeras empresas enfocadas en la interconexión del talento humano con las empresas, garantizando un verdadero match entre las competencias de las personas y los requerimientos y expectativas de las empresas que buscan adquirir nuevos talentos en sus equipos de trabajo.

Conoce nuestro prototipo y una breve explicación del proyecto.

Ingresa al siguiente link:

https://drive.google.com/file/d/1EbGyi2EKgCS0bNuILXopVm2_pOM4T9PC/view?usp=sharing

<https://www.loom.com/share/698d8228ed37447e955a8ab3379eff3d?sid=140d364f-8aa4-4f57-b9c7-802ae3375fe2>

THAKI - Lean Canvas Innova San Andrés 5.0

Problema	Solución	Propuesta de Valor	Ventaja Competitiva	Segmento de clientes
<p>Las personas aborran procesos de búsqueda laboral que resultan en procesos de meses, desgastante, sin feedback y muchas veces frustrante.</p> <p>Hay los dolores de las personas relacionadas con la búsqueda laboral, se detallan:</p> <ul style="list-style-type: none"> La creación de usuarios y carga de su información en diferentes plataformas. El tener formularios extensos para su producción, con información que muchas veces no se necesita. La postulación a varias vacantes y no saber a qué cargo se postuló cuando lo contactan. No recibir feedback de ningún tipo cada vez que acortan un proceso. Muchas vacantes se cierran sin ni siquiera haberse presentado. Repetir una y otra vez muchos procedimientos para cada vacante. Buscar plataformas de cursos o talleres externos para desarrollar o fortalecer su marca personal y competencias que muchas veces tienen costos altos y no sustentan la necesidad, ya que la mayoría están enfocadas en competencias técnicas. <p>A ser empujadas las cosas a encontrar talento, invierten demasiado tiempo y dinero en procesos que no llegan a ser satisfactorios en la mayoría de los casos, basados personas que se adaptan desde lo técnico. Aplican las mismas pruebas técnicas para y entre vez, lanzan vacantes bajo las mismas pruebas técnicas tradicionales de postulación basadas en una Hoja de Vida, incluyendo muchas extensiones que no les genera valor a la hora de la toma de decisiones.</p> <p>Migraron del paradigma a plataformas web de convocatorias usando los mismos canales de búsqueda y tomando decisiones con base en la HV.</p>	<p>Una aplicación de autogestión que está alineada con las necesidades de las empresas. El objetivo que se suscriban e invierten en este modelo de gestión, y paguen por los perfiles alineados con sus necesidades, su estilo de management y sus valores empresariales, bajo un proceso en tiempo, costos y resultados más ajustado a sus expectativas.</p> <p>Para las personas, una aplicación que valora y visibiliza el talento, experiencia, reales competencias y potencial de desarrollo de las personas, definidas en un perfil y portafolio profesional, olvidándose de procesos de formularios de información extensa que no genera valor, y decisiones basadas en la Hoja de Vida.</p> <p>Además, brindando la posibilidad de desarrollar y fortalecer competencias y habilidades técnicas que hoy valoran y requieren las empresas</p> <p>Competencia</p> <p>En Bolivia actualmente existen 16 plataformas donde las empresas publican sus vacantes y las personas interesadas cargan uno a uno su HV, siendo en Bolivia las plataformas más cercanas a Thaki.</p> <p>Otras plataformas como LinkedIn, cobran un promedio de \$5 USD mensuales para lograr tener un perfil premium que les permita acercarse a las ventajas de Thaki.</p>	<p>Para las empresas, una plataforma alineada con los estilos actuales de management y valores empresariales, en donde se convierte en prioridad ubicar talentos y potenciales que los mismos conocimientos y competencias técnicas</p> <p>Para las personas, el objetivo es promover que se vuelvan más empleables, y que su búsqueda de empleo sea más amigable y asertiva:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Creando en primera instancia su perfil y portafolio profesional. 2. Acceso a herramienta de búsqueda y propuesta de vacantes de mayor interés o más alineadas al perfil y necesidades de la persona, teniendo la posibilidad de preparar un pitch de presentación alineada con las expectativas del cargo y habilidades que tiene desarrolladas e identificadas como necesarias <p>En Bolivia actualmente existen 16 plataformas donde las empresas publican sus vacantes y las personas interesadas cargan uno a uno su CV, de ahí que el buscador funcionaría como un agente laboral para la persona.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Plataforma e-learning para desarrollo de competencias y habilidades para la presentación de la entrevista, y desarrollo del cargo al que se postula. 	<p>Para las empresas, las principales ventajas competitivas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reducción de costos y tiempos de inversión en procesos de búsqueda de talento. 2. Reducción de la cantidad de Hojas de Vida no alineadas a las necesidades de las empresas. 3. Disminución en la tasa de deserción temprana de talentos contratados no alineados a valores y estilos de management. <p>Para las personas, las principales ventajas competitivas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Toda la gestión de búsqueda de oportunidades laborales en un solo espacio. 2. Solicitud de información relevante para la toma de decisiones, basada en reales competencias. 3. Feedback a su proceso, desde el momento mismo de la creación de su perfil 4. Matching de sus habilidades y competencias con las vacantes vigentes. 5. Posibilidad de desarrollar habilidades y competencias deseadas por las empresas, en una sola plataforma de e-learning. 	<p>Personas adultas de todo Bolivia, con capacidad productiva, que estén buscando su visibilización y proyección en el mundo laboral.</p> <p>4 categorías:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Personas que buscan impulsar su carrera profesional, cambiando su no actual. 2. Egresados en busca de su primera experiencia laboral, recién han terminado estudios profesionales. 3. Personas que buscan su re-inserción laboral, por no haber estado activos laboralmente. 4. Personas que buscan reorientar su actividad/área profesional. <p>Así mismo, Empresas que estén en búsqueda de talento humano y que desean seleccionar su talento con base en sus reales necesidades, estilo de management y valores empresariales.</p> <p>Primeros usuarios</p> <p>Personas que buscan impulsar su carrera profesional.</p> <p>Empresas que realicen inhouse su proceso de selección.</p>

Actividades Clave

- What are our criteria for success? Actividades de producción:
1. Definición del alcance - etapa inicial, necesidades de desarrollo y gestión.
 2. Diseño del algoritmo - know how, cómo vamos a hacer lo que nadie está logrando hasta ahora.
- Actividades comerciales y de comunicación:
1. Lanzamiento del servicio al público objetivo
 2. Promoción del servicio, página y app
 3. Relacionamiento con empresas y headhunters.
- Actividades de plataforma y funcionalidad:
1. Manejo y administración de datos (algoritmo)
 2. Desarrollo de funcionalidades y herramientas que permitan la autogestión de los segmentos.
 3. Prestación de servicios adicionales - plataforma e-learning y asesorías.

Canales

- Para Empresas:
- Canal de Comunicación: RRSS / presentación directa a las empresas - portafolio de servicio, que les permita conocer los alcances, ventajas y beneficios de la misma frente a modelos actuales de gestión, participación en eventos empresariales.
 - Canal de venta: Página web, y plataforma de auto gestión y presencial - personalizado.
- Para Personas:
- Canal de Comunicación: RRSS para ads online y la generación de contenido (Google, Facebook, Instagram, LinkedIn, Threads), segmentado de acuerdo con la generación, estado de empleabilidad y ubicación del grupo objetivo. / influencer según categoría de mercado que recomiende el uso de la plataforma, participación en eventos empresariales, universitarios/ Promoción boca a boca, en función de los resultados positivos obtenidos.
 - Canal de venta: Página web y plataforma de auto gestión

Estructura de Costos

- Costos fijos:
 1. Diseño de plataforma y app
 2. Manejo y administración de plataforma y base de datos.
 3. Adquisición de equipos y herramientas
 4. Alquiler de espacio web
 5. Capital de trabajo
- Costos variables:
 1. Prestadores eventuales de servicios (material promocional, asesoramiento)
 2. Publicidad y redes sociales

Flujo de Ingresos

- Empresas:**
- Ingresos por transacciones derivadas de pagos puntuales:
1. Por acceso a paquete de base de datos de perfiles validados y alineados a sus necesidades. para gestión
 2. Pago por servicios adicionales.
- Ingresos por publicidad:
3. Exposición de la marca de empresa/producto/ o servicios afines o complementarios directamente en la web y plataforma.
- Personas:**
1. Ingresos por transacciones derivadas de pagos puntuales :
 2. Membresía por uso de funcionalidades de la plataforma.
 3. Por acceso a servicios adicionales - plataforma e-learning.

<https://www.canva.com/design/DAFwxw5EChk/esseCe94DY5ru7Uoj1H4cA/edit>

¿En qué invertiremos nuestro Capital Semilla?

El total del premio, \$1000.- (mil dólares americanos) serán invertidos en 3 segmentos importantes: 1) afinamiento de nuestro modelo de negocio y relacionamiento con nuestros clientes claves; 2) Validaciones de usuarios y levantamiento de base de datos y 3) desarrollo y prueba de nuestro primer MVP con nuestra base de datos de usuarios (personas y empresas).