POPAYÁN INN

Santana pastelería saludable

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Ana Maria Ortega Muñoz

3215925799

anamariaortegamu@gmail.com

IMPACTO

El proyecto posiciona a Popayán como un territorio que apuesta por propuestas gastronómicas modernas y saludables. Contribuye a una cultura de consumo más consciente al reducir azúcares refinados, harinas convencionales y ultraprocesados. Además, eleva el estándar de lo que significa "saludable" dentro del mercado, demostrando que puede ser técnico, estético y sensorialmente sorprendente.

PERFIL EMPRESARIAL

Santana Pastelería Saludable es liderado por un equipo multidisciplinario. Ana María Ortega se encarga de producción, contabilidad, control de calidad, inventarios, atención al cliente, desarrollo de recetas, selección de proveedores y organización interna. Julián Andrés Gutiérrez Santana lidera producción, publicidad, branding, diseño, logística, experiencia del cliente y estrategias financieras. Nicolás Muñoz Delgado apoya el área de ventas y material gráfico. El emprendimiento combina formación técnica en pastelería, control riguroso de procesos y una identidad de marca cuidada.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Existe una brecha entre el deseo de las personas de cuidar su salud y la oferta real de productos disponibles. En Popayán y Colombia, muchas alternativas "saludables" sacrifican sabor, textura y experiencia sensorial, mientras que los postres tradicionales mantienen altos niveles de azúcar y ultraprocesados. Santana Pastelería Saludable responde a esta necesidad ofreciendo opciones honestas, técnicas y deliciosas que permiten cuidarse sin renunciar al placer.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La innovación radica en transformar la pastelería saludable en una experiencia integral que combina técnica de alta pastelería, bienestar, investigación constante en procesos productivos y adaptación a tendencias. El proyecto ocupa un espacio poco explorado entre lo saludable y lo gourmet, integrando además identidad cultural local y estándares técnicos elevados.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Pasteles saludables.

MERCADO OBJETIVO

Se dirige a personas que buscan bienestar sin renunciar al sabor, así como a consumidores que valoran productos premium, estética cuidada e innovación culinaria. Atiende tanto a clientes interesados en salud como a quienes buscan experiencias gastronómicas diferenciadas y de alta calidad.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Pasteles saludables

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Opera a través de canales digitales como Instagram, WhatsApp Business, Facebook y Google Business. También participa en ferias locales y comercializa en puntos aliados como cafés y restaurantes de la ciudad. Utiliza estrategias de posicionamiento con reels, actualización constante del menú y colaboraciones con influencers locales.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Utilizan herramientas como Metricool y Treinta App para seguimiento y organización. Han identificado oportunidades de automatización en gestión de pedidos, control de inventarios, actualización automática de fichas técnicas según variación de insumos, cálculo de costos por margen y mano de obra, programación de contenido, campañas publicitarias y rutas de entrega. Aunque su dominio de Excel y CRM no es avanzado, mantienen control ordenado y están en proceso de fortalecimiento tecnológico.

SITUACIÓN FINANCIERA

El promedio mensual de gastos es de aproximadamente $1.917.000. Actualmente la empresa es rentable y opera con margen positivo, estructurando precios que cubren costos de producción, desgaste de equipos y reinversión. Lleva registro de ingresos y gastos y no ha solicitado créditos.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Cuentan con formación en fotografía gastronómica y utilizan herramientas como Adobe Photoshop 2022, Adobe Premiere, Epik, CapCut y YouCut para producción y edición de contenido. Aunque dominan la técnica visual, enfrentan limitaciones en equipos de iluminación y ópticas, lo que puede restringir el nivel premium del resultado final. Sin embargo, mantienen una comunicación visual cuidada y coherente con su identidad de marca.

POPAYÁN INN

MAJO Regalitos del Cielo

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Liliana María Gallego Taborda

3136522319

majito.fg20@gmail.com

IMPACTO

Genera impacto ambiental positivo al disminuir la demanda de parafina y reutilizar materiales. Contribuye al bienestar de personas sensibles a productos tradicionales y ofrece detalles personalizados que conectan con la esencia y sentimientos del cliente. También responde al crecimiento de un mercado consciente del cuidado ambiental y la salud.

PERFIL EMPRESARIAL

MAJO Regalitos del Cielo es un emprendimiento familiar conformado por Liliana María Gallego Taborda y su hija, quien se encarga de la decoración de las velas, diseño y elaboración de empaques. La empresa produce velas artesanales ecológicas, combinando creatividad, sostenibilidad y personalización para ofrecer detalles únicos en eventos y espacios decorativos.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

La mayoría de velas comerciales están elaboradas con parafina, un derivado del petróleo que al combustionar libera dióxido de carbono y puede generar afectaciones ambientales y riesgos para personas con enfermedades respiratorias o inmunológicas. El emprendimiento identifica la oportunidad de ofrecer una alternativa ecológica, saludable y responsable con el medio ambiente.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

MAJO Regalitos del Cielo innova mediante el uso de ceras naturales como soja, coco, abeja o palma sostenible, mechas de algodón o madera sin plomo y fragancias libres de componentes tóxicos. Además, promueve la economía circular mediante el aprovechamiento de recipientes de vidrio, latas, polipropileno y tetrapack, reduciendo residuos sólidos y fomentando reutilización.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Elabora velas ecológicas principalmente para recordatorios de eventos y regalos personalizados. Sus productos se caracterizan por ser aromáticos, decorativos y presentados en envases reutilizables o reciclables..

MERCADO OBJETIVO

Está dirigido a millennials y generación entre 25 a 40 años, amantes del diseño de interiores, compradores de regalos premium y corporativos, así como spas, hoteles boutique y espacios wellness que buscan productos sostenibles y decorativos.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Elabora velas ecológicas principalmente para recordatorios de eventos y regalos personalizados. Sus productos se caracterizan por ser aromáticos, decorativos y presentados en envases reutilizables o reciclables.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Comercializa a través de ferias artesanales y redes sociales como TikTok, Facebook, Instagram y WhatsApp Business. Utiliza principalmente contacto directo y mensajes personalizados como estrategia de venta.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

La gestión administrativa es básica, utilizando Excel para control sencillo. No cuentan aún con sistemas automatizados ni estrategias digitales estructuradas. Identifican oportunidades de mejora en pautas publicitarias, atención al cliente y fortalecimiento del conocimiento técnico en producción y marketing.

SITUACIÓN FINANCIERA

El promedio mensual de gastos es de aproximadamente $400.000. Actualmente el emprendimiento genera ganancias y lleva registro de ingresos y gastos. No ha solicitado créditos. Cuenta con una planificación estimada de inversión para fortalecer materias primas, equipamiento, marketing y capital de trabajo.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Utiliza principalmente la cámara del celular y efectos de TikTok para producción de contenido. Reconoce limitaciones en conocimientos técnicos y equipos especializados para fotografía y producción audiovisual. Sin embargo, cuenta con recursos estratégicos como marca definida, propuesta de valor clara, creatividad en diseños personalizados y presencia activa en redes sociales como principal vitrina digital.



EDGAR MAURICIO RUIZ DAZA

3153540285

ruizdaza@gmail.com

IMPACTO

NodoX genera un triple impacto positivo. En el ámbito económico, democratiza el acceso a tecnología empresarial avanzada, reduciendo costos de implementación y barreras de entrada. En el ámbito social, fortalece la cohesión y la retención de valor local mediante su modelo de comunidad y recompensas digitales. En el ámbito técnico, eleva los estándares regionales al ofrecer una plataforma con cifrado AES, seguridad tipo bancaria y cumplimiento normativo, demostrando que desde la región se puede exportar software de clase mundial.

PERFIL EMPRESARIAL

NodoX Ecosystem Platform es una empresa tecnológica enfocada en el desarrollo de una plataforma integral de gestión empresarial con proyección internacional. Opera bajo un modelo de ecosistema digital B2B2C, integrando herramientas de gestión empresarial (ERP) con dinámicas de comunidad y finanzas digitales.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Actualmente, las PyMEs y comercios en LATAM enfrentan fragmentación tecnológica: deben usar múltiples herramientas desconectadas (pagos, inventarios, CRM, facturación) o asumir altos costos de soluciones corporativas como SAP, Salesforce o Shopify.
NodoX identifica la oportunidad de democratizar la tecnología Enterprise mediante un modelo de "Social Business", ofreciendo una plataforma unificada, accesible y escalable que conecta gestión empresarial, comunidad y finanzas digitales en un solo ecosistema.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La innovación radica en fusionar la gestión administrativa con la interacción social y financiera dentro del mismo entorno digital. Mientras plataformas como Shopify separan la operación interna de la experiencia del cliente, NodoX integra ambas dimensiones en un ecosistema unificado. Además, automatiza procesos clave como facturación electrónica, conciliación financiera, CRM y campañas comerciales, incorporando chatbots e inteligencia artificial en soporte de primer nivel.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

NodoX Ecosystem Platform es una solución tecnológica modular con arquitectura escalable que integra:
ERP Empresarial (Inventarios, POS, Nómina, Facturación Electrónica)
CRM y Analítica
Chat 1:1 y Muro Social
Sistema de recompensas digital (NCOP)
Integración con finanzas digitales y stablecoins.

MERCADO OBJETIVO

Opera bajo un modelo B2B2C con proyección hacia Latinoamérica y Europa. Atiende tres segmentos:
PyMEs y comercios que requieren digitalización robusta y accesible.
Usuarios y creadores digitales que buscan integrar pagos, beneficios y comunidad.
Grandes empresas interesadas en soluciones de fidelización y alianzas estratégicas.
En el análisis competitivo enfrenta soluciones como SAP Business One, Salesforce y Shopify en gestión empresarial; fintech como Nequi, Daviplata y NuBank; y superapps como Rappi y MercadoLibre. Su ventaja competitiva es la integración total frente a la fragmentación del mercado.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

NodoX Ecosystem Platform es una solución tecnológica modular con arquitectura escalable que integra:
ERP Empresarial (Inventarios, POS, Nómina, Facturación Electrónica)
CRM y Analítica
Chat 1:1 y Muro Social
Sistema de recompensas digital (NCOP)
Integración con finanzas digitales y stablecoins

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

La estrategia Go-to-Market contempla tres canales principales: canal digital directo (web y móvil), estrategia de crecimiento orgánico mediante referidos e incentivos NCOP, y una red B2B denominada "NodoX Global Partner" para alianzas y franquicias corporativas. Sus redes sociales están en fase pre-lanzamiento con una estrategia omnicanal segmentada: TikTok e Instagram para viralización B2C, Facebook para comunidades y PyMEs, LinkedIn para posicionamiento corporativo y alianzas estratégicas, y X (Twitter) para actualizaciones tecnológicas.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Cuenta con una estrategia híbrida enfocada en crecimiento orgánico (programa de referidos), marketing de contenidos educativos sobre transformación digital y campañas segmentadas B2B y B2C. Utiliza herramientas como Figma para UI/UX, Adobe Creative Cloud y Canva para marketing, e integra librerías propias para estandarización automática de imágenes dentro del ecosistema.

SITUACIÓN FINANCIERA

La empresa opera bajo un modelo de bootstrapping, priorizando inversión en infraestructura tecnológica y manteniendo una estructura de costos lean. Actualmente no registra ganancias líquidas al encontrarse en etapa de desarrollo pre-comercial. Lleva control financiero mediante su propio módulo ERP y no ha solicitado créditos bancarios, enfocándose en autofinanciación y búsqueda futura de capital semilla o inversión estratégica para acelerar su expansión.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

NodoX utiliza herramientas profesionales como Figma para diseño de interfaces UI/UX, Adobe Creative Cloud y Canva para marketing digital. Está integrando librerías de procesamiento de imágenes para estandarizar automáticamente el contenido visual cargado por aliados comerciales. Su principal reto visual es garantizar coherencia y calidad gráfica en el ecosistema digital sin trasladar costos elevados a los usuarios, manteniendo una identidad sólida y escalable.

POPAYÁN INN

Nurse Now

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Deymer Herney Chicangana Palechor

0

deymer.chicangana.p@uniautonoma.edu.co

IMPACTO

El proyecto genera impacto social al facilitar el acceso a servicios de enfermería para personas con movilidad reducida o con limitaciones de acceso. En el ámbito económico, crea oportunidades laborales para profesionales de enfermería y dinamiza la oferta de servicios domiciliarios.
Tecnológicamente, impulsa la digitalización del sector salud a nivel local. También mejora la calidad del servicio al reducir tiempos de espera y fortalecer el acompañamiento continuo, contribuyendo al bienestar y prevención en salud pública.

PERFIL EMPRESARIAL

Nurse Now es un proyecto liderado por un equipo interdisciplinario que combina conocimientos en salud e ingeniería de software. Joselin Díaz Ascuntar, auxiliar de enfermería y entrenadora deportiva en formación, aporta la experiencia clínica, validación de procesos de atención y enfoque en bienestar integral. Deymer Herney Chicangana Palechor, estudiante de ingeniería de software, lidera el desarrollo tecnológico, diseño del sistema, arquitectura y seguridad de la plataforma. Ambos comparten la dirección estratégica del proyecto, integrando visión asistencial y tecnológica para ofrecer una solución funcional y centrada en el paciente.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

El proyecto surge ante la dificultad de acceder de manera rápida, confiable y segura a servicios de enfermería a domicilio, especialmente en casos urgentes o en personas con movilidad reducida. La ausencia de canales centralizados y verificados genera incertidumbre y demoras en la atención, lo que representa una oportunidad para digitalizar y organizar este tipo de servicios en la ciudad.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La propuesta innovadora integra tecnologías de geolocalización, historia clínica digital básica y asignación inteligente de profesionales según ubicación y disponibilidad. Además, contempla la implementación de seguimiento de signos vitales, recordatorios de medicación y chat seguro entre paciente y enfermera. Estas funcionalidades buscan optimizar la atención, mejorar la comunicación y fortalecer la continuidad del cuidado.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Nurse Now ofrece una plataforma digital (aplicación móvil o web) que conecta usuarios con enfermeras y auxiliares de enfermería para atención domiciliaria, acompañamiento clínico, procedimientos básicos, asesorías en salud y seguimiento personalizado. El servicio incluye geolocalización, disponibilidad inmediata y personal capacitado, garantizando comodidad y acceso rápido..

MERCADO OBJETIVO

El servicio está dirigido a pacientes crónicos que requieren acompañamiento constante, familiares de adultos mayores, pacientes posoperatorios y personas con movilidad reducida. El principal segmento incluye adultos mayores desde los 50 años en adelante y sus familias, especialmente en la ciudad de Popayán.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Nurse Now ofrece una plataforma digital (aplicación móvil o web) que conecta usuarios con enfermeras y auxiliares de enfermería para atención domiciliaria, acompañamiento clínico, procedimientos básicos, asesorías en salud y seguimiento personalizado. El servicio incluye geolocalización, disponibilidad inmediata y personal capacitado, garantizando comodidad y acceso rápido.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Actualmente, Nurse Now se promociona mediante voz a voz y publicidad física, además de presencia en Instagram (@nurse_now9497). La estrategia digital se encuentra en proceso de estructuración, con planes de implementar campañas, contenidos y pautas en redes sociales para fortalecer el posicionamiento y ampliar el alcance del proyecto una vez la plataforma esté completamente operativa.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

El equipo utiliza herramientas digitales como Trello y Google Calendar para la gestión de tareas, y Google Drive para almacenamiento y organización de documentos. Se han identificado procesos susceptibles de automatización como recordatorios de citas, asignación automática de profesionales, generación de reportes y seguimiento interno de actividades. El equipo cuenta con un nivel intermedio en el manejo de herramientas tecnológicas como Excel y gestores digitales.

SITUACIÓN FINANCIERA

El proyecto se encuentra en fase de desarrollo y estructuración, por lo que actualmente no registra ventas ni ganancias. No cuenta con créditos ni inversión externa. Opera con recursos tecnológicos básicos y conocimiento técnico propio en programación y enfermería, lo que permite avanzar en la construcción de la plataforma de manera progresiva.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

El equipo utiliza herramientas como Canva, Snapseed y PicsArt para la creación de contenido visual. Sin embargo, enfrenta limitaciones como falta de equipos profesionales, iluminación adecuada, conocimientos técnicos en fotografía y edición, y dificultades para planear sesiones visuales. A pesar de ello, se busca mejorar progresivamente la calidad y coherencia del contenido para fortalecer la identidad digital del proyecto.



Lorena joaqui vizcaya

3023359644

lorenis3520@hotmail.com

IMPACTO

El emprendimiento genera impacto ambiental positivo al reutilizar los residuos del aguacate, reduciendo la contaminación y promoviendo prácticas sostenibles. En el ámbito social y económico, impulsa la creación de empresa en el Cauca y fomenta el reconocimiento del departamento como productor agroindustrial diverso. También contribuye al bienestar de los consumidores mediante productos nutritivos y saludables.

PERFIL EMPRESARIAL

Guacalesjo es una iniciativa agroindustrial ubicada en el departamento del Cauca, orientada a la transformación del aguacate en diversos productos alimenticios y derivados. La empresa trabaja con procesos principalmente manuales y cuenta con un operario de producción. Su propósito no solo es comercial, sino también social, buscando demostrar que el Cauca es una región productiva y emprendedora, más allá de los estigmas de violencia y de la tradicional producción de café.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

El emprendimiento identifica la oportunidad de aprovechar el alto valor nutricional del aguacate, una fruta rica en grasas monosaturadas, potasio, magnesio y vitaminas como K, C, D y E, beneficiosas para la salud cardiovascular. Además, busca generar valor agregado en la región mediante la transformación del aguacate en productos innovadores, ampliando las posibilidades de consumo y fortaleciendo la economía local.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La innovación se centra en el aprovechamiento integral del aguacate, evitando el desperdicio de residuos sólidos y transformándolos en subproductos útiles como abonos orgánicos y té. Asimismo, desarrolla snacks saludables y alternativas bajas en azúcar, promoviendo nuevas experiencias de consumo con alto valor nutricional.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Guacalesjo ofrece productos transformados de aguacate como jugo, torta, mayonesa, té elaborado con la pepa, abono orgánico a partir de la cáscara, aceite, tortilla y snacks saludables. También contempla la fruta congelada para facilitar la preparación de jugos y el desarrollo de productos de uso estético derivados del aguacate..

MERCADO OBJETIVO

Está dirigido a personas entre 20 y 60 años consumidoras de aguacate, especialmente habitantes de la ciudad de Popayán, en estrato 3 de las comunas 7 y 9, donde se encuentra ubicado el punto fijo de venta.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Guacalesjo ofrece productos transformados de aguacate como jugo, torta, mayonesa, té elaborado con la pepa, abono orgánico a partir de la cáscara, aceite, tortilla y snacks saludables. También contempla la fruta congelada para facilitar la preparación de jugos y el desarrollo de productos de uso estético derivados del aguacate.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Guacalesjo comercializa sus productos a través de redes sociales, venta directa y un punto fijo en la ciudad de Popayán. Tiene presencia en TikTok (Guacalesjo), WhatsApp, Facebook (Lesjo Productos de Palta) e Instagram (Guacalesjo). Aunque no cuenta con una estrategia digital estructurada, utiliza videos sencillos para darse a conocer y busca fortalecer su presencia en medios digitales para alcanzar mercado nacional.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

La gestión administrativa y operativa se realiza de manera manual mediante un cuaderno de control diario donde se registran ventas. Los procesos de contabilidad e inventario representan áreas de mejora. El nivel de manejo tecnológico es regular, utilizando principalmente un celular para la gestión básica del negocio.

SITUACIÓN FINANCIERA

El emprendimiento cuenta con una inversión aproximada de $1.500.000 y genera ingresos diarios mediante la venta directa de productos. Registra sus ventas en un cuaderno físico y no ha solicitado créditos. Su meta es consolidarse como empresa formal en el Cauca y expandirse a nivel nacional mediante el uso de herramientas digitales.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

La producción de contenido se realiza con un celular Huawei 2019 de gama baja, lo que limita la calidad de imagen y audio en los videos. Esta situación representa un desafío para mejorar la presentación digital de la marca. Actualmente el celular es su principal recurso tecnológico para promoción y comunicación.



Leidy laura Fernández higuita

3122192999

elitemododelsinc405@gmail.com

IMPACTO

El proyecto genera un impacto social significativo al promover inclusión real y efectiva, reducir estigmas y transformar la percepción de la discapacidad y las víctimas del conflicto. Fortalece la autoestima, la resiliencia y el liderazgo comunitario de los participantes. Además, brinda oportunidades de desarrollo personal y profesional, contribuyendo a la reconstrucción del tejido social y a la promoción de valores como el respeto, la empatía y la solidaridad.

PERFIL EMPRESARIAL

Élite Models Inc es una academia de modelaje ubicada en Popayán que ofrece procesos formativos estructurados en pasarela, expresión corporal, etiqueta y protocolo, fogueo periodístico, preparación para castings y maquillaje básico. Cuenta con instructora de pasarela y una dirección con trayectoria nacional e internacional en certámenes de belleza y liderazgo social. Su enfoque combina formación técnica profesional con crecimiento personal y promoción de los derechos humanos.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

En Popayán existe un creciente interés por el modelaje y los reinados, pero muchas opciones disponibles son informales y carecen de metodología, continuidad y acompañamiento personalizado. Esto limita el desarrollo real de habilidades técnicas, autoestima y proyección profesional. Élite Models Inc surge para ofrecer un espacio seguro, disciplinado e inclusivo que permita a niñas, jóvenes, hombres y mujeres formarse con bases sólidas, éticas y profesionales.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La principal innovación de Élite Models Inc radica en su enfoque de inclusión social. Integra en sus procesos formativos a viudas, huérfanos, cuidadores, militares y policías víctimas del conflicto armado en el Cauca, incluyendo personas afectadas por minas antipersonal. A través de una metodología adaptada, fomenta la resiliencia y el empoderamiento, formando modelos inclusivos capaces de transmitir mensajes de superación, dignidad y liderazgo social.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

La academia ofrece formación integral en modelaje que incluye clases de pasarela, expresión corporal, etiqueta y protocolo, fogueo periodístico, preparación para castings y maquillaje básico. Además, promueve procesos de liderazgo, comunicación y proyección artística, preparando a sus estudiantes para reinados, desfiles y escenarios profesionales..

MERCADO OBJETIVO

Está dirigida a niñas, jóvenes, hombres y mujeres interesados en desarrollar habilidades en modelaje, expresión corporal, comunicación y proyección personal. Incluye personas que desean participar en reinados, desfiles y castings, así como quienes buscan fortalecer su autoestima y liderazgo.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

La academia ofrece formación integral en modelaje que incluye clases de pasarela, expresión corporal, etiqueta y protocolo, fogueo periodístico, preparación para castings y maquillaje básico. Además, promueve procesos de liderazgo, comunicación y proyección artística, preparando a sus estudiantes para reinados, desfiles y escenarios profesionales.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Élite Models Inc utiliza redes sociales como Instagram (@elite_modelsinc), Facebook (Élite Models Inc) y TikTok (@elite.models.inc), además de voz a voz, estados de WhatsApp y presentaciones públicas como desfiles, reinados y talleres comunitarios para promocionar sus servicios. Actualmente no cuenta con una estrategia digital completamente estructurada, pero mantiene presencia activa en plataformas sociales.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

La gestión administrativa se encuentra en nivel básico. Se han identificado procesos susceptibles de mejora y automatización como el control de pagos, recordatorios mensuales, gestión de inscripciones y administración de contenido en redes sociales. La academia cuenta con un espacio físico acondicionado para clases, espejos de cuerpo completo, accesorios de práctica, cabina de sonido, computador portátil e impresora.

SITUACIÓN FINANCIERA

La academia reporta ingresos aproximados de $4.000.000 y actualmente genera ganancias. Lleva registro y control financiero de sus operaciones y no ha manifestado dificultades relacionadas con créditos. Su operación principal es regional, con sede en Popayán y proyección a nivel departamental, nacional e incluso internacional mediante participación en certámenes.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

El emprendimiento enfrenta limitaciones por falta de equipos profesionales de iluminación y cámaras de alta calidad, lo que dificulta la producción de contenido competitivo. Utiliza herramientas como Adobe Photoshop para diseño y edición. El fortalecimiento del componente visual representa una oportunidad estratégica para mejorar su posicionamiento digital y proyección institucional.

POPAYÁN INN

Cosechando con amor

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Marisela Cabanillas

3165881744

mariselacabanillas1982@gmail.com

IMPACTO

La fabricación de estos jabones sólidos permite convertir un residuo en un recurso valioso, contribuyendo a la reducción de contaminación ambiental, aprovechamiento de residuos y fortalecimiento de la economía local. Así, se generan beneficios ambientales, sociales y económicos.

PERFIL EMPRESARIAL

Cosechando con amor es un emprendimiento de tipo industrial dedicado a la producción de jabones agroecológicos. La empresa se estructura de manera familiar, donde los fundadores se encargan de la fabricación y empaque del producto, mientras que sus hijos gestionan la etiquetación y la comercialización a través de redes sociales y participación en eventos.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

El emprendimiento busca aportar soluciones a problemáticas ambientales y de salud derivadas del manejo inadecuado del aceite de cocina, que genera contaminación en el agua, el suelo y los ecosistemas acuáticos. Además, ofrece alternativas sostenibles de consumo a clientes que buscan productos naturales y saludables.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

El proyecto desarrolla productos de alta calidad transformando residuos en materias primas valiosas. Su innovación radica en generar jabones eficaces y amigables con la piel, promoviendo la sostenibilidad y el bienestar de los clientes. Cada proceso de producción está orientado a fortalecer conocimientos técnicos y mantener altos estándares de calidad.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Jabones agroecológicos elaborados a base de aceites vegetales reciclados.
Jabones con infusión de plantas medicinales y aromáticas.
Jabones enriquecidos con mieles naturales..

MERCADO OBJETIVO

El emprendimiento se enfoca en clientes que buscan productos naturales, libres de químicos, que cuiden la piel y apoyen la sostenibilidad ambiental. También se dirige a personas interesadas en productos biodegradables y en fomentar el consumo local.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Jabones agroecológicos elaborados a base de aceites vegetales reciclados.
Jabones con infusión de plantas medicinales y aromáticas.
Jabones enriquecidos con mieles naturales.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

La comercialización se realiza principalmente a través de redes sociales como Facebook, TikTok y WhatsApp, así como mediante la participación en ferias organizadas por entidades gubernamentales. Esta estrategia permite acercarse directamente a clientes conscientes del impacto ambiental y de la calidad de los productos que consumen.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

El equipo familiar coordina la producción, empaque, etiquetado y venta del producto. Se implementa la automatización de mensajes en WhatsApp y publicaciones en Facebook para mejorar la eficiencia en la comunicación con los clientes.

SITUACIÓN FINANCIERA

El emprendimiento cuenta con activos básicos como mesa metálica, balanza, termómetro, poncheras, elementos de protección personal y materia prima. Su inversión inicial ha sido de 1.500.000 COP, con gastos operativos actuales de 750.000 COP, manteniendo una gestión financiera básica y controlada.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

La estrategia de marketing se centra en transmitir la calidad y los beneficios del producto a través de contenido visual capturado con la cámara del teléfono. Se busca educar al cliente sobre las ventajas de los productos naturales, apoyando la sostenibilidad y la conciencia ambiental.

POPAYÁN INN

Casa Hacedores - Estudio Textil

SECRETARÍA DAFE | Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Maira Yooseidy Ramos Trujillo

3113478489

mairamosart@gmail.com

IMPACTO

A corto plazo, el emprendimiento genera asombro e interés en los clientes al mostrar oficios ancestrales poco conocidos. A largo plazo, los impactos ambientales son positivos gracias al uso de tintes naturales y fibras biodegradables, que desaparecen en un máximo de dos años, mientras que las prendas, con cuidado adecuado, tienen una vida útil de hasta diez años. Además, contribuye a fortalecer la memoria cultural y el valor del territorio en la creación de productos únicos.

PERFIL EMPRESARIAL

Casa Hacedores es un emprendimiento del sector servicios enfocado en la creación de prendas textiles slow fashion, elaboradas con técnicas ancestrales y procesos sostenibles. La fundadora coordina múltiples funciones, incluyendo investigación, administración, gestión, tutoría, bordado, diseño y manejo de proveedores y tintes naturales. Además, el equipo de confección realiza el diseño de patrones y la elaboración de las prendas, asegurando la calidad artesanal y la identidad del producto.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

El proyecto busca rescatar oficios tradicionales y ancestrales con un enfoque contemporáneo e innovador, en contraste con la problemática del fast fashion. Además, genera oportunidades educativas para clientes interesados en aprender bordado a mano y el uso de tintes naturales, satisfaciendo una demanda creciente por procesos sostenibles y productos con historia.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Casa Hacedores combina oficios tradicionales con un enfoque moderno, educando al cliente sobre la diferencia entre fast fashion y slow fashion. La innovación se refleja en el uso de tintes naturales, técnicas de bordado ancestral y materiales biodegradables, creando productos que respetan el medio ambiente y promueven la sostenibilidad en la industria textil.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Prendas slow fashion elaboradas con bordados artesanales.
Productos teñidos con tintes naturales que no contaminan el agua.
Ediciones limitadas de ropa con identidad cultural y memoria local..

MERCADO OBJETIVO

El mercado nicho incluye personas de 30 a 60 años interesadas en artes, artesanías y eventos culturales. A nivel local y nacional, las ventas se enfocan principalmente en ciudades grandes. El público valora la creatividad, el bienestar, la conexión con la naturaleza y los productos con historia y edición limitada.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Prendas slow fashion elaboradas con bordados artesanales.
Productos teñidos con tintes naturales que no contaminan el agua.
Ediciones limitadas de ropa con identidad cultural y memoria local.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

La venta se realiza a través de WhatsApp, Instagram, correo electrónico, publicidad, pautas, voz a voz y flyers. Se mantiene un calendario de publicaciones constante: historias diarias, carousels, reels y contenido inspiracional que permite una conexión directa con los clientes. Las ferias y eventos culturales representan un canal de venta importante, con mayores resultados que las redes sociales en ciertos momentos.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Se lleva un registro de clientes y ventas mediante Excel y un calendario tipo programador. Las publicaciones y el registro de procesos se realizan con herramientas básicas como la cámara del celular y apps de edición. Aunque las ventas digitales son efectivas, se reconoce la necesidad de equipos más avanzados para un mejor registro y promoción de los productos.

SITUACIÓN FINANCIERA

El emprendimiento maneja un flujo básico de inversión y gastos, con ganancias aproximadas de 300.000 COP de forma regular y hasta 500.000 COP en temporadas de ferias. Los activos incluyen máquina industrial de coser, fileteradora Overlook Heavy Duty, olla de acero inoxidable para tintes naturales e iPad Air para edición de video.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Se prioriza la creación de contenido visual atractivo mediante fotos y videos capturados con el celular y editados directamente en la app. La estrategia busca transmitir la identidad del producto, educar sobre slow fashion y generar conexión con un público que valora la sostenibilidad, los oficios tradicionales y la moda consciente.



Luisa Valeria Villota Palechor

3123576606

Valeriav0203.vv@gmail.com

IMPACTO

El emprendimiento genera impactos positivos en la salud y bienestar de la comunidad, mejorando la digestión y fortaleciendo el sistema inmune. Además, apoya la economía local al utilizar insumos frescos de proveedores regionales y promueve educación nutricional accesible, incentivando un estilo de vida consciente y sostenible.

PERFIL EMPRESARIAL

Esencia es un emprendimiento del sector alimentos dedicado a ofrecer productos funcionales y naturales que facilitan hábitos saludables. La empresa opera con un equipo pequeño: la fundadora se encarga de la dirección, ventas, gestión de redes sociales, atención al cliente y marca, mientras que un colaborador apoya en la producción de pulpas, shots y kéfir siguiendo buenas prácticas de higiene y calidad.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

El proyecto aborda la falta de opciones saludables, prácticas y confiables en el mercado local. Muchas personas desean mejorar su alimentación, pero no cuentan con productos naturales accesibles ni con la información necesaria. Esencia ofrece alimentos funcionales que simplifican el cuidado personal, apoyan la digestión y fomentan un estilo de vida equilibrado.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Esencia se diferencia al combinar productos saludables con empaques prácticos, educación nutricional sencilla y atención personalizada. La innovación radica en facilitar la incorporación de hábitos saludables en la rutina diaria mediante soluciones rápidas, nutritivas y confiables, mejorando la experiencia del cliente.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Kéfir de leche, bebida fermentada natural rica en probióticos, que fortalece la digestión y el sistema inmune.
Pulpas verdes listas para licuar, facilitando la incorporación de frutas y verduras en la dieta diaria.
Shots funcionales de cúrcuma y jengibre para un aporte rápido de nutrientes y bienestar..

MERCADO OBJETIVO

El público objetivo está conformado principalmente por mujeres de 20 a 45 años que buscan productos naturales y prácticos para mejorar su alimentación y salud. La oferta de Esencia tiene alcance local y regional, con gran potencial de crecimiento por la creciente demanda de productos saludables en Popayán.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Kéfir de leche, bebida fermentada natural rica en probióticos, que fortalece la digestión y el sistema inmune.
Pulpas verdes listas para licuar, facilitando la incorporación de frutas y verduras en la dieta diaria.
Shots funcionales de cúrcuma y jengibre para un aporte rápido de nutrientes y bienestar.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

La venta se realiza principalmente a través de Instagram, TikTok y WhatsApp, con atención directa a los clientes, contenido educativo y entregas personalizadas. También se utilizan recomendaciones boca a boca para fortalecer la conexión con la comunidad.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

La gestión de ventas, producción y marketing recae principalmente en la fundadora, quien prepara los productos, crea contenido, gestiona redes y atiende clientes. Se utiliza Excel para el registro de ventas, compras y gastos. La estrategia de marketing se apoya en herramientas como Canva y CapCut, además de la cámara del celular para fotografía y video.

SITUACIÓN FINANCIERA

La inversión inicial aproximada es de 1.000.000 COP. Los activos incluyen herramientas básicas de producción y edición de contenido mediante celular y software como Canva y CapCut. Actualmente se realizan ventas con éxito y se proyecta un crecimiento sostenido gracias al interés creciente del mercado en productos naturales.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Se prioriza la creación de contenido visual con herramientas digitales y celulares, generando fotos y videos educativos que transmiten la calidad y beneficios de los productos. La presencia activa en TikTok, Instagram y WhatsApp permite educar a los clientes y mantener una comunicación cercana y constante.



Niyiret Guevara Galvis

3107908976

niyiguevarag2104@gmail.com

IMPACTO

El proyecto genera impactos positivos en la educación y la salud infantil. Favorece el desarrollo cognitivo, motriz y sensorial de los niños, fomenta el hábito lector desde temprana edad y apoya terapias de estimulación. Además, ofrece alternativas seguras y creativas frente a juguetes convencionales, contribuyendo al aprendizaje autónomo y al entretenimiento educativo.

PERFIL EMPRESARIAL

Manada Soft Toys es un emprendimiento de manufactura dedicado a la creación de libros sensoriales en tela y kits educativos para niños de 0 a 5 años. El equipo coordina diseño, producción, comunicación y atención al cliente, ofreciendo productos seguros, creativos y personalizados que estimulan el aprendizaje temprano a través del juego. Cada libro combina texturas, colores y sonidos para apoyar el desarrollo cognitivo, motriz, emocional y social de los niños.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

El proyecto responde a la necesidad de herramientas educativas que permitan fortalecer habilidades cognitivas, físicas, emocionales y sociales en niños pequeños, alejándolos de las pantallas y fomentando el hábito lector. Además, atiende la demanda de materiales seguros y creativos para centros educativos, familias y terapias de desarrollo infantil.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Manada Soft Toys combina creatividad, personalización y educación sensorial. Cada producto permite a los niños experimentar texturas, colores y sonidos, fomentando concentración, aprendizaje autónomo e imaginación. Los libros se pueden lavar, garantizando durabilidad y facilidad de uso, y el emprendimiento continúa innovando con kits y e-books para ampliar la experiencia educativa y comercial.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Libros sensoriales en tela personalizables según necesidades del cliente (vocales, números, hábitos, colores).
Kits de armado casero con piezas de tela, pegamento seguro y guías para construir títeres o tarjetas sensoriales.
Clases o talleres presenciales y en línea sobre técnicas educativas con libros de tela.
Comercio electrónico de e-books con moldes temáticos para uso terapéutico o educativo (Halloween, Navidad, Pascua)..

MERCADO OBJETIVO

El público objetivo incluye padres y madres con hijos entre 0 y 5 años, familias interesadas en educación temprana, maestras, jardines infantiles, centros de estimulación y tiendas de maternidad o regalos educativos. Los clientes buscan productos seguros, educativos y diferentes, con enfoque en desarrollo infantil y aprendizaje sensorial.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Libros sensoriales en tela personalizables según necesidades del cliente (vocales, números, hábitos, colores).
Kits de armado casero con piezas de tela, pegamento seguro y guías para construir títeres o tarjetas sensoriales.
Clases o talleres presenciales y en línea sobre técnicas educativas con libros de tela.
Comercio electrónico de e-books con moldes temáticos para uso terapéutico o educativo (Halloween, Navidad, Pascua).

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Las ventas se realizan mediante redes sociales (Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook) y participación en ferias comerciales. Se complementa con estrategias de comunicación directa, catálogos digitales y atención personalizada, lo que permite llegar a clientes locales y de otras ciudades mediante pedidos en línea.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Se utiliza Excel para control de pedidos y materia prima, Word para propuestas de participación en ferias y Canva para diseño de catálogos y talleres. La comunicación con los clientes se gestiona mediante WhatsApp Business, incluyendo mensajes de bienvenida y presentación de productos. Las herramientas digitales apoyan el registro y la promoción de manera organizada.

SITUACIÓN FINANCIERA

La inversión inicial aproximada es de 200.000 COP. Los activos incluyen máquina de coser, telas, hilos y un celular personal para la gestión de contenidos y ventas. Cada producto fabricado genera ganancias, y aunque la operación es básica, permite cubrir costos y mantener un flujo positivo en la producción y venta.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Se crean fotos y videos de los productos utilizando celular y herramientas como Canva y CapCut. La estrategia digital se centra en mostrar los beneficios educativos de los libros, comunicando su valor a través de redes sociales y contenido orgánico, logrando alcance local y en otras ciudades mediante pedidos en línea.

POPAYÁN INN

Quesette

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Marcela Torres Gonzalez

3246861120

marcelatogo22@gmail.com

IMPACTO

El proyecto genera impactos positivos en diferentes dimensiones:
Experiencia del cliente: eleva la calidad de los eventos, genera recuerdos memorables y garantiza satisfacción mediante un servicio premium completo.
Gastronómico y cultural: promueve una cultura gourmet, introduce innovaciones en el consumo local y fomenta el disfrute de productos frescos y artesanales.
Económico: genera empleo directo e indirecto, dinamiza el sector de eventos y crea oportunidades de crecimiento y expansión.

PERFIL EMPRESARIAL

Quesette es un emprendimiento del sector servicios especializado en experiencias gastronómicas premium. La empresa se enfoca en la creación de tablas de queso y charcutería personalizadas, así como en la Estación Gourmet Quesette, un servicio exclusivo para eventos sociales y corporativos. El equipo se encarga de atención al cliente, montaje de estaciones, promoción de la marca y venta directa, ofreciendo un servicio integral y diferenciado que combina calidad, estética y personalización.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

En Popayán y otras regiones, existe una creciente demanda de experiencias gastronómicas personalizadas y estéticas para eventos. Sin embargo, muchas personas carecen de tiempo, conocimientos o insumos para crear tablas gourmet de calidad. Quesette aprovecha esta oportunidad ofreciendo un servicio premium que transforma cualquier celebración en un evento memorable, con atención a cada detalle antes, durante y después del montaje.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La innovación de Quesette radica en ofrecer experiencias gastronómicas completas y personalizadas. La Estación Gourmet trasciende las tablas tradicionales, incorporando ambientación estética, interacción directa con los invitados y detalles únicos como mini tablas en madera. Esto convierte cada evento en un momento memorable y diferenciado, elevando la experiencia sensorial y emocional de los asistentes.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Tablas de queso y charcutería premium, elaboradas con ingredientes seleccionados, presentaciones artesanales y diseños personalizados.
Estación Gourmet Quesette, un servicio para eventos que incluye selección variada de quesos, charcutería, frutos frescos, dips artesanales y ambientación estética, adaptada a la temática y preferencias del cliente.
Mini tablas en madera personalizadas como recuerdo simbólico y duradero para los invitados..

MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo de Quesette está compuesto por personas y organizaciones que buscan experiencias gastronómicas elegantes, personalizadas y de alta calidad, incluyendo familias, parejas, empresas y organizadores de eventos. Entre los tipos de celebraciones atendidas se encuentran primeras comuniones, cumpleaños, bautizos, bodas, aniversarios, reuniones ejecutivas y eventos corporativos, con especial énfasis en quienes valoran la estética, el sabor y la exclusividad.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Tablas de queso y charcutería premium, elaboradas con ingredientes seleccionados, presentaciones artesanales y diseños personalizados.
Estación Gourmet Quesette, un servicio para eventos que incluye selección variada de quesos, charcutería, frutos frescos, dips artesanales y ambientación estética, adaptada a la temática y preferencias del cliente.
Mini tablas en madera personalizadas como recuerdo simbólico y duradero para los invitados.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Quesette combina canales digitales y presenciales para conectar con sus clientes. Los canales digitales incluyen WhatsApp para atención, cotizaciones y seguimiento de pedidos, e Instagram y TikTok para difusión de portafolio, contenido audiovisual y promociones. Los canales presenciales comprenden participación en eventos sociales y empresariales, así como recomendaciones boca a boca. Además, se utilizan catálogos digitales y muestras visuales para facilitar la elección de productos y servicios.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Actualmente, la gestión se realiza mediante Excel para control de pedidos e insumos y herramientas básicas de edición de contenido digital. Se identifican procesos que podrían automatizarse, como seguimiento de inventarios, programación de entregas, pagos y facturación, con el objetivo de optimizar tiempo y reducir errores, fortaleciendo la experiencia del cliente. El equipo cuenta con conocimientos medios en herramientas tecnológicas y continúa en proceso de capacitación para mejorar la eficiencia.

SITUACIÓN FINANCIERA

Quesette maneja un margen de ganancia promedio entre 40% y 50%, según el volumen de tablas vendidas. El gasto mensual promedio varía entre 385.000 y 585.000 COP, dependiendo de la cantidad de tablas producidas, considerando ingredientes, materiales, transporte y gastos operativos. No se cuenta actualmente con un registro contable formal ni se ha solicitado financiación externa.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

El contenido visual se realiza con celular y computadora, mostrando la presentación premium de los productos y la estética de los montajes. Se utilizan redes sociales como Instagram y TikTok para difundir el portafolio, compartir contenido creativo y fortalecer la presencia de la marca, aunque aún no existe una estrategia digital formalmente estructurada. La formación recibida en Popayán Inn ha permitido mejorar las habilidades en fotografía, edición y marketing para reflejar de manera más profesional la propuesta de valor de Quesette.

POPAYÁN INN

CaFETAL

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Responsable del Formulario: María J

3212367179

majoguzman0703@gmail.com

IMPACTO

El proyecto tiene alto impacto económico, social y ambiental. Contribuye a la regeneración de suelos y mejora la calidad del café producido, aumentando la rentabilidad de los caficultores. Al mismo tiempo, lleva café auténtico a consumidores que buscan calidad, sostenibilidad y conveniencia. CaFETAL promueve más de 11 ODS, genera bienestar en comunidades cafeteras y fortalece la producción justa y responsable. En conjunto, fomenta suelos más vivos, caficultores más prósperos y consumidores informados que disfrutan del verdadero café colombiano.

PERFIL EMPRESARIAL

CaFETAL es un emprendimiento del sector agroindustria que se dedica a ofrecer café 100% colombiano en formato sachet, práctico, higiénico y con trazabilidad completa desde el cultivo hasta la taza. La empresa busca consolidarse como un referente de café premium, sostenible y diferenciado, conectando directamente al productor con consumidores que valoran calidad, autenticidad y conveniencia. María José Guzmán lidera la visibilización de la marca, la estrategia comercial y la expansión hacia nuevos mercados, mientras que AICAFE, la fábrica de fertilizantes orgánico-minerales de sus padres, garantiza su origen y sostenibilidad.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

CaFETAL responde a dos problemáticas principales en la cadena del café. En el origen, muchos caficultores trabajan en suelos degradados, lo que impide producir cafés diferenciados y limita su acceso a mercados especiales. En el consumo, la mayoría de los consumidores no accede a café real, sino a mezclas adulteradas con químicos y baja trazabilidad. Esto genera una desconexión entre la calidad que se puede producir y la calidad que realmente llega al consumidor. La oportunidad de CaFETAL radica en ofrecer un café premium, sostenible y auténtico, práctico para el consumidor y justo para el productor.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La innovación de CaFETAL radica en combinar origen, propósito y experiencia. Se garantiza la producción de café auténtico cultivado en suelos regenerados, se acompaña a los caficultores para mejorar calidad y rentabilidad, y se entrega al consumidor en un formato práctico y moderno, que preserva la esencia del café de especialidad. Este modelo integra sostenibilidad ambiental, impacto social y conveniencia, ofreciendo un producto premium que trasciende la simple bebida para convertirse en una experiencia de consumo consciente.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El producto principal de CaFETAL es el café 100% colombiano en sachet individual, conservando frescura, aroma y sabor del grano recién tostado. Es un café de origen premium, fácil de preparar y portable, que permite disfrutar de una experiencia auténtica de café colombiano en cualquier lugar. Cada sachet tiene trazabilidad completa desde la fertilización orgánica hasta la taza, asegurando calidad, sostenibilidad y transparencia..

MERCADO OBJETIVO

CaFETAL se enfoca en consumidores que buscan café de calidad, práctico, sostenible y con trazabilidad. Principalmente jóvenes y adultos que valoran experiencias auténticas, conveniencia y productos premium. La empresa tiene presencia local y regional, con proyección de expansión nacional e internacional, atendiendo a un mercado que busca cafés diferenciados, sostenibles y con propósito.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El producto principal de CaFETAL es el café 100% colombiano en sachet individual, conservando frescura, aroma y sabor del grano recién tostado. Es un café de origen premium, fácil de preparar y portable, que permite disfrutar de una experiencia auténtica de café colombiano en cualquier lugar. Cada sachet tiene trazabilidad completa desde la fertilización orgánica hasta la taza, asegurando calidad, sostenibilidad y transparencia.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Actualmente, la empresa llega a sus clientes a través de ventas presenciales en ferias, activaciones de marca, recompra de clientes existentes y pedidos en línea. Aunque CaFETAL cuenta con redes sociales, estas no están activas y se busca potenciar su alcance, interacción y conversión para escalar las ventas. El equipo utiliza herramientas básicas como Canva para contenido visual y Excel para seguimiento de pedidos, reconociendo la necesidad de incorporar sistemas más avanzados de gestión y CRM.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Varias actividades del día a día podrían automatizarse, incluyendo seguimiento de pedidos, control de inventarios, gestión de clientes y programación de contenido digital. Actualmente, el equipo posee conocimientos básicos en Excel, pero aún no utiliza sistemas administrativos avanzados ni lleva un registro contable formal. Este panorama evidencia la necesidad de fortalecer capacidades tecnológicas y operativas para mejorar eficiencia, trazabilidad y escalabilidad.

SITUACIÓN FINANCIERA

Actualmente la empresa es rentable y se encuentra en etapa de reinversión para ampliar capacidad productiva y fortalecer la marca. Los gastos operativos se concentran en producción, insumos, logística y marketing. No se ha solicitado financiación bancaria formal, aunque la empresa está abierta a inversión y alianzas estratégicas para expandir su presencia nacional e internacional.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Los recursos actuales incluyen herramientas básicas de producción y gestión manual, apoyo familiar en el cultivo sostenible, conocimientos del equipo en marketing digital básico, y la infraestructura de AICAFE para asegurar café de origen premium. La incorporación de sistemas tecnológicos avanzados es una necesidad identificada para escalar operaciones y optimizar eficiencia.



Jhon Montilla

3001957164

jmpupa666@gmail.com

IMPACTO

El proyecto genera impactos positivos tanto para el consumidor como para la comunidad cafetera. Para los consumidores, ofrece un café saludable, sabroso y sostenible. Para la comunidad local, fomenta la economía mediante la compra directa de insumos, apoya a los productores locales y promueve prácticas agrícolas responsables que protegen el medio ambiente.

PERFIL EMPRESARIAL

Monviv S.A.S es un emprendimiento del sector agroindustria dedicado a la producción y comercialización de café natural de alta calidad. La empresa se encarga de todo el proceso, desde la elaboración y tostado artesanal hasta las ventas y el marketing. Su enfoque combina sostenibilidad ambiental, responsabilidad social y la promoción de productos locales, ofreciendo cafés especiales mezclados con ingredientes naturales como nuez moscada y vainilla.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Monviv aborda un problema claro en la industria del café: aproximadamente el 90% del café comercial es de baja calidad o contiene aditivos que afectan el perfil natural del grano. Además, el cultivo tradicional de café suele depender de agroquímicos que contaminan el medio ambiente. La empresa identifica la oportunidad de ofrecer un café más saludable para los consumidores, fomentando la sostenibilidad ambiental y la economía local, al mismo tiempo que se garantiza un producto único y delicioso.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La innovación de Monviv radica en la creación de cafés especiales que integran ingredientes naturales para enriquecer la experiencia sensorial, mientras se mantiene un enfoque sostenible y justo con los productores. La empresa busca diferenciarse del café industrial mediante prácticas de cultivo responsables, un tostado artesanal cuidadoso y la combinación de sabores naturales que no comprometen la calidad del café.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Café natural tostado artesanalmente, mezclado con productos naturales como nuez moscada y vainilla.

MERCADO OBJETIVO

Monviv se enfoca en personas que buscan café natural, orgánico, sostenible y de calidad para consumo personal. Su mercado es local, orientado a consumidores conscientes que valoran productos saludables, cultivados con responsabilidad ambiental y con sabor diferenciado.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Café natural tostado artesanalmente, mezclado con productos naturales como nuez moscada y vainilla

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Actualmente, Monviv S.A.S llega a sus clientes principalmente mediante ventas directas por voz a voz y WhatsApp. El canal digital activo es WhatsApp, utilizado para atención al cliente, seguimiento de pedidos y coordinación de ventas. Aunque no se cuenta con una estrategia digital formal ni equipo de fotografía profesional, la empresa mantiene la calidad del servicio mediante contacto directo y comunicación cercana con los clientes.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

La operación del emprendimiento se maneja de forma manual con apoyo de Excel para producción y ventas. El equipo cuenta con conocimientos básicos en gestión, y se apoya en un contador externo para control financiero. No se utilizan sistemas avanzados de CRM ni automatización de procesos, pero la empresa mantiene una gestión organizada y eficiente dentro de sus recursos actuales.

SITUACIÓN FINANCIERA

Actualmente, Monviv S.A.S es rentable y mantiene un flujo constante de reinversión en el negocio. Los gastos operativos incluyen producción, tostado artesanal, insumos y distribución local. La empresa gestiona contabilidad básica con apoyo de un contador externo y no ha solicitado financiamiento bancario formal, pero mantiene capacidad de crecimiento ante la creciente demanda de café orgánico y sostenible en Colombia e internacionalmente.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Actualmente, Monviv S.A.S utiliza principalmente canales directos de comunicación con sus clientes, como el voz a voz y WhatsApp, para ventas y atención personalizada. Aunque la empresa no cuenta con una estrategia digital formal ni presencia activa en redes sociales, mantiene comunicación constante y cercana con los clientes, lo que le permite fidelizarlos y asegurar la calidad del servicio.

POPAYÁN INN

MODA VERDE

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Camila Carvajal

3126029656

carvajalastaizacamila09@hotmail.com

IMPACTO

Impacto Ambiental: Reducción de residuos textiles, aprovechamiento de residuos orgánicos, promoción de la economía circular y sensibilización ambiental.
Impacto Social: Generación de empleo para menores de edad (16 años) y estudiantes de colegios públicos, fomentando trabajo colaborativo y creativo con la comunidad y las familias.
Impacto Educativo: Desarrollo de competencias emprendedoras y aprendizaje experiencial desde el aula, creación de prototipos y modelos de negocio reales, articulación con entidades públicas y privadas.

PERFIL EMPRESARIAL

Moda Verde es un emprendimiento del sector de servicios dedicado al diseño y comercialización de accesorios y bolsos para mujer. La empresa combina creatividad, sostenibilidad y responsabilidad social, aprovechando residuos textiles y orgánicos como cáscaras de cítricos para crear productos únicos, estéticos y funcionales, promoviendo la economía circular y la moda sostenible.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

La industria de la moda es uno de los sectores más contaminantes a nivel global, con un alto consumo de recursos y generación masiva de residuos textiles. Según la Fundación Ellen MacArthur (2017), hasta el 73% de las prendas terminan en vertederos o incineradas, y el uso promedio de la ropa ha disminuido significativamente en los últimos 15 años. La expansión del fast fashion ha profundizado estos problemas, generando contaminación y desaprovechamiento de recursos. Al mismo tiempo, los residuos orgánicos como las cáscaras de cítricos se desechan frecuentemente sin encontrar un segundo uso. Moda Verde identifica la oportunidad de abordar ambos problemas a través de la creación de accesorios sostenibles que aprovechen estos materiales subutilizados.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La innovación de Moda Verde radica en unir dos tipos de residuos textiles y orgánicos en un solo proceso productivo, creando productos con un diseño único y sostenible. Mientras muchas iniciativas de moda sostenible se enfocan únicamente en el reciclaje textil, Moda Verde aprovecha cáscaras de cítricos como insumo estético, generando un valor agregado en el producto y fomentando la conciencia ambiental.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Moda Verde diseña y comercializa bolsos para dama y accesorios como aretes y manillas, elaborados a partir de residuos textiles y cáscaras de naranja. Cada producto combina estética, funcionalidad y sostenibilidad, convirtiendo materiales que normalmente se desechan en artículos de moda únicos y de alto valor..

MERCADO OBJETIVO

Moda Verde se enfoca en mujeres entre 25 y 60 años interesadas en moda sostenible, que valoren productos hechos a mano con materiales reciclados o naturales, iniciativas con impacto social y ambiental, y marcas locales que promuevan economía circular.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Moda Verde diseña y comercializa bolsos para dama y accesorios como aretes y manillas, elaborados a partir de residuos textiles y cáscaras de naranja. Cada producto combina estética, funcionalidad y sostenibilidad, convirtiendo materiales que normalmente se desechan en artículos de moda únicos y de alto valor.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Moda Verde opera principalmente a través de canales digitales como WhatsApp e Instagram, donde se realiza atención al cliente, difusión de productos y comunicación directa. Actualmente, la empresa se enfoca en la creación de contenidos orgánicos sin pauta publicitaria formal.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

El emprendimiento desarrolla sus actividades con recursos limitados, creando contenido visual con herramientas gratuitas como Canva y CapCut. La comunicación con los clientes se realiza principalmente a través de WhatsApp, y las actividades de producción y diseño se ejecutan con apoyo de los estudiantes y colaboradores. El nivel de automatización y uso de tecnología avanzada es bajo, lo que representa un área de oportunidad para optimizar procesos.

SITUACIÓN FINANCIERA

Actualmente, Moda Verde opera a nivel local y mantiene gastos operativos moderados asociados con materiales, producción y exhibición de productos. No se cuenta con registros contables avanzados ni financiación formal, pero la empresa se beneficia del bajo costo de producción y del mercado creciente de productos sostenibles y reciclados en Colombia.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

El marketing visual se desarrolla a través de contenido creado en aula y con herramientas digitales básicas como Canva y CapCut. Se utilizan recursos como el salón de clase y un carrito de exhibición de productos para mostrar las piezas de manera física y directa a los clientes. La empresa aún no cuenta con cámaras profesionales ni campañas digitales pagadas, pero aprovecha la creatividad y el valor educativo de su propuesta para posicionar la marca en su nicho.

POPAYÁN INN

DOG KING

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Angie Montaño

3125074378

3125074378

IMPACTO

Económico: Dinamiza la economía local mediante la producción y venta de alimentos innovadores.
Social: Fomenta el liderazgo, la creatividad y el emprendimiento juvenil; el negocio es gestionado por mujeres de entre 16 y 18 años, con apoyo de la madre de la fundadora.
Cultural y Gastronómico: Introduce un formato novedoso que conecta con la identidad y preferencias de la Generación Z y millennials, modernizando un producto tradicional.

PERFIL EMPRESARIAL

DOG KING es un emprendimiento de servicios gastronómicos liderado por jóvenes, que se enfoca en la producción y comercialización de una versión innovadora del perro caliente: el "perro francés". La fundadora, junto con su equipo, desarrolla, produce y vende un producto que combina creatividad, estética y funcionalidad, dirigido principalmente a la Generación Z y millennials.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Según VIRTUE, la industria de comida rápida en Latinoamérica movió 57,78 mil millones de dólares en 2023 y se proyecta que alcance 84 mil millones en 2030. A pesar de este crecimiento, la innovación se ha centrado principalmente en tecnología y no en el producto. El hot-dog tradicional no ha tenido cambios relevantes en décadas y no conecta con las preferencias de las nuevas generaciones, quienes valoran la estética, la narrativa cultural y la diferenciación. DOG KING identifica esta oportunidad y propone reinventar el hot-dog tradicional en un formato moderno y atractivo: el perro francés.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La innovación de DOG KING consiste en rediseñar el hot-dog tradicional hacia un formato más atractivo, funcional y adaptado a las preferencias culturales y estéticas de los jóvenes. Además, la combinación de ingredientes y la presentación en pan tipo baguette crean una experiencia gastronómica diferenciada, gourmet y accesible.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

DOG KING ofrece "El perro francés", un hot-dog servido en pan tipo baguette, relleno con una salchicha y toppings variados como pollo, maíz, queso, frijoles, carne desmechada y tostacos. Este pan más robusto evita que el producto se desarme durante el consumo y mejora la experiencia de comer, al tiempo que proporciona un formato ergonómico, práctico y estéticamente atractivo..

MERCADO OBJETIVO

El público principal son jóvenes de la Generación Z (13-25 años) y millennials jóvenes (26-35 años), que buscan experiencias gastronómicas innovadoras, estéticas y diferentes. También se dirige a consumidores de comida rápida en ferias, eventos escolares, culturales, food trucks, zonas comerciales y espacios nocturnos.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

DOG KING ofrece "El perro francés", un hot-dog servido en pan tipo baguette, relleno con una salchicha y toppings variados como pollo, maíz, queso, frijoles, carne desmechada y tostacos. Este pan más robusto evita que el producto se desarme durante el consumo y mejora la experiencia de comer, al tiempo que proporciona un formato ergonómico, práctico y estéticamente atractivo.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

DOG KING utiliza canales presenciales y digitales, incluyendo venta en ferias de emprendimiento, atención en la propia casa y a través de WhatsApp. Además, se promueve el producto mediante TikTok, mostrando la experiencia visual y estética del perro francés.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Actualmente, la gestión operativa es básica, usando principalmente WhatsApp para atención y Canva/TikTok para contenido visual. La producción se realiza en la cocina de casa con equipo sencillo como ollas especiales, manteles y utensilios para preparar y calentar los ingredientes. Se reconoce la necesidad de mejorar iluminación y contar con un celular de mejor calidad para contenido fotográfico y audiovisual.

SITUACIÓN FINANCIERA

DOG KING opera a nivel local y mantiene gastos operativos moderados, reinvirtiendo las ganancias en el negocio. La empresa no cuenta con registro contable formal ni financiación externa, pero ha logrado posicionarse mediante la venta directa y ferias de emprendimiento.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Se utiliza contenido creado con Canva y TikTok, aunque todavía no se han implementado campañas pagadas ni estrategias de marketing estructuradas. La empresa reconoce la necesidad de mejorar la producción de contenido visual con mejor iluminación y equipo de grabación para reflejar la calidad del producto y atraer al público objetivo.



Sandra ospina Ramirez

34321603

sandraospinar@gmail.com

IMPACTO

Social y emocional: Humaniza los recuerdos y permite a las personas expresar sus sentimientos, acompañar y consolar a otros mediante objetos significativos.
Cultural y artesanal: Promueve la valorización del trabajo manual y artesanal, desarrollando competencias creativas y artísticas.
Educativo y tecnológico: Introduce la integración de tecnología (chips NFC, QR) en productos artesanales, creando innovación en la experiencia del usuario.

PERFIL EMPRESARIAL

Amalia Arte en Resina se dedica a la creación de detalles personalizados y artesanales para todo tipo de eventos sociales y ocasiones especiales. El emprendimiento combina creatividad, innovación y técnica artesanal, contando con un equipo integrado por Sandra Ospina como artista y emprendedora, José Mauricio Zúñiga en diseño y publicidad virtual, y Alex Zúñiga en recepción y atención al cliente.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Existe una demanda creciente de regalos y detalles personalizados que transmitan emociones y significado, más allá de los productos convencionales y masivos. Amalia Arte en Resina ofrece alternativas únicas que permiten a los clientes expresar sentimientos y recuerdos que a menudo no se pueden comunicar con palabras, llenando un vacío en el mercado de regalos con valor emocional.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Amalia Arte en Resina se caracteriza por su innovación constante, gracias a la creatividad y originalidad del equipo. La propuesta integra tecnología digital mediante chips NFC y códigos QR, ofreciendo una experiencia que combina arte, personalización y conexión emocional. Cada pieza es única, diseñada según la historia del cliente, y permite expresar sentimientos a través de un objeto tangible y digital.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Detalles personalizados para todo tipo de ocasión, como regalos para parejas, recuerdos familiares y objetos para eventos especiales.

MERCADO OBJETIVO

El público objetivo incluye personas que desean preservar recuerdos significativos, parejas que buscan regalos emocionales, familias y personas que requieren recordatorios para eventos especiales. Se dirige a un mercado amplio y nacional, con potencial de crecimiento y consumidores dispuestos a pagar por productos originales, personalizados y de alta calidad.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Detalles personalizados para todo tipo de ocasión, como regalos para parejas, recuerdos familiares y objetos para eventos especiales

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

El emprendimiento opera principalmente a través de redes sociales, incluyendo TikTok, Instagram, Facebook y estados de WhatsApp. Además, los pedidos y consultas se gestionan de manera directa con los clientes, aunque la publicidad digital todavía es limitada y requiere fortalecimiento.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Actualmente, el control de pedidos se realiza en cuadernos manualmente. Se identifica la oportunidad de automatizar formularios para que los clientes elijan colores, frases, tipos de encapsulado y contenido digital de los chips NFC, optimizando la gestión y reduciendo errores. El nivel de conocimiento en herramientas digitales del equipo es medio.

SITUACIÓN FINANCIERA

El emprendimiento cuenta con un presupuesto operativo aproximado de $1.000.000 COP. Ha logrado generar ingresos y reinvertirlos para fortalecer la operación y mejorar su infraestructura.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Actualmente, el marketing se realiza con recursos básicos como celulares, Canva y herramientas de edición simples. Las limitaciones incluyen dificultad para capturar detalles de la resina, falta de buena iluminación y equipos de estabilización para grabar el proceso creativo.

POPAYÁN INN

Naturalmente bella

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Janeth Ospina Ramirez

3233922488

janeth.suempresa@gmail.com

IMPACTO

Económico: Se crea una pequeña cadena de comercialización (productor-artesano-consumidor) que beneficia a los productores locales y aporta ingresos adicionales a la comunidad.
Social: Generación de empleo y bienestar al ofrecer productos que mejoran la piel y autoestima de los consumidores.
Ambiental: Reducción de químicos dañinos y aprovechamiento de subproductos naturales.

PERFIL EMPRESARIAL

Naturalmente Bella es un emprendimiento de manufactura de productos cosméticos artesanales. La fundadora, Janeth Ospina, se encarga actualmente de la producción y formulación de cremas faciales artesanales a base de cebo de cordero, combinando saberes ancestrales con un enfoque en cuidado natural de la piel.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Hoy en día, muchas personas enfrentan piel seca, irritada o con barrera cutánea dañada, así como envejecimiento prematuro. Los productos comerciales suelen estar llenos de químicos, perfumes y derivados sintéticos que no regeneran la piel de manera efectiva. Naturalmente Bella busca cubrir un nicho de mercado que demanda productos naturales, artesanales y accesibles que ofrezcan reparación profunda, hidratación y cuidado real de la piel.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Naturalmente Bella identifica una oportunidad de innovación al utilizar cebo de cordero como ingrediente principal, un componente ancestral poco explorado en la industria cosmética moderna. Este ingrediente es seguro, dermatológicamente funcional, altamente nutritivo y permite crear productos regenerativos de alta eficacia. Además, se implementa un modelo de economía circular, aprovechando subproductos ovinos y generando valor agregado en la producción rural.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El emprendimiento se centra en cremas faciales artesanales a base de cebo de cordero, un subproducto natural del sector ovino que se transforma en un insumo de alto valor. Los productos promueven la hidratación profunda, reparación de la piel y bienestar visible desde las primeras aplicaciones, ofreciendo alternativas naturales frente a las cremas sintéticas comerciales..

MERCADO OBJETIVO

Naturalmente Bella se dirige a personas que buscan productos cosméticos naturales, regenerativos y de alta eficacia, incluyendo mujeres y hombres entre 25 y 55 años, de estratos 2, 3, 4 y 5, ubicados en zonas urbanas y rurales de Popayán inicialmente, con proyección de venta a nivel departamental, nacional e internacional mediante envíos.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El emprendimiento se centra en cremas faciales artesanales a base de cebo de cordero, un subproducto natural del sector ovino que se transforma en un insumo de alto valor. Los productos promueven la hidratación profunda, reparación de la piel y bienestar visible desde las primeras aplicaciones, ofreciendo alternativas naturales frente a las cremas sintéticas comerciales.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Actualmente, las ventas se realizan principalmente mediante publicidad tradicional y voz a voz, gestionadas por WhatsApp. Se busca ampliar la presencia a canales digitales como Instagram, Facebook y TikTok, optimizando la visibilidad y el alcance del producto.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Se lleva un registro básico en agenda física, Google Calendar y Excel. Existe la intención de automatizar procesos como control de inventarios, atención al cliente mediante respuestas automáticas, confirmaciones de pedidos vía WhatsApp, programación de publicaciones en redes sociales y registro digital de lotes, pruebas y resultados de estabilidad y vida útil del producto. El conocimiento actual del equipo sobre herramientas digitales y CRM es básico.

SITUACIÓN FINANCIERA

El emprendimiento opera con un capital aproximado de $1.000.000 COP y registros contables básicos en cuaderno y Excel. Se busca optimizar la gestión financiera a medida que se amplían las ventas y la producción.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Actualmente se utiliza un celular de calidad limitada para la captura de productos, sin iluminación profesional ni conocimientos de fotografía aplicados. Se busca capacitación para mejorar la calidad visual de los contenidos en redes sociales y potenciar el alcance digital.

POPAYÁN INN

Sin carnitas

WWW.POPAYANINN.COM

Nicole Lozada

3022693172

danielalozada10969@gmail.com

IMPACTO

Social: Amplia la oferta de comida rápida vegetariana sabrosa y accesible, ayudando a jóvenes a reducir consumo de carne sin renunciar al placer de comer.
Económico: Fortalece a productores locales y dinamiza la economía de ferias, restaurantes aliados y futuros puntos de venta.
Ambiental: Promueve alimentación basada en proteína vegetal, reduciendo la huella asociada al consumo de carne tradicional.

PERFIL EMPRESARIAL

Emprendimiento familiar de agroindustria vegetariana, gestionado por Nicole Lozada junto con Rocío Álvarez y Julián Camacho. Se enfocan en la producción, marketing, diseño, fotografía, logística y venta de productos vegetarianos artesanales, ofreciendo alternativas sabrosas, prácticas y accesibles a la comida rápida tradicional.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Existe escasez de opciones de comida rápida vegetariana que sean sabrosas, prácticas y económicas. Además, se busca romper el prejuicio de que lo vegetariano es insípido, aburrido o costoso. Sin Carnitas aprovecha insumos orgánicos locales y ofrece productos congelados o listos para preparar, dirigidos a jóvenes urbanos que desean reducir su consumo de carne sin renunciar al placer de comer.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Desarrollo de un ecosistema de productos vegetarianos con receta propia, usando insumos orgánicos locales. Implementación de un modelo híbrido de ventas B2C y B2B, combinando ferias, punto físico y productos congelados. Se trabaja en la creación de un universo creativo de la marca con personajes que conecten con la comunidad y potencien la experiencia de consumo.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Mini hamburguesas vegetarianas y proteína vegetal a base de lenteja, elaboradas de manera artesanal, que imitan la textura y sabor de la carne. Productos preparados para consumo inmediato o congelados, pensados para venta en ferias, puntos físicos y restaurantes aliados..

MERCADO OBJETIVO

Jóvenes urbanos entre 18 y 35 años, principalmente estudiantes universitarios y profesionales interesados en reducir consumo de carne, apoyar emprendimientos locales y consumir productos prácticos, sabrosos y accesibles.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Mini hamburguesas vegetarianas y proteína vegetal a base de lenteja, elaboradas de manera artesanal, que imitan la textura y sabor de la carne. Productos preparados para consumo inmediato o congelados, pensados para venta en ferias, puntos físicos y restaurantes aliados.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook), ferias de emprendimiento, voz a voz y pedidos directos. Se están implementando estrategias digitales con campañas creativas para fortalecer la presencia en canales online.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Actualmente la gestión es manual, incluyendo control de inventario y registro de pedidos. Se planea implementar herramientas digitales para automatizar:
Control de inventarios y cálculo automático de costos.
Registro de pedidos de ferias, domicilios y aliados en un solo sistema.

SITUACIÓN FINANCIERA

Gastos variables aproximados de $260.000 mensuales, incluyendo insumos, transporte, logística, proteína congelada y marketing. Actualmente no genera ganancias constantes; ingresos provienen principalmente de ferias y ventas de proteína congelada (aprox. $115.000 por feria y $40.000 mensual de proteína congelada). Control contable básico, manual y sin sistema formal.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Se toman fotos con celular y se editan en Photoshop e Illustrator. Limitaciones incluyen falta de iluminación profesional y equipo de apoyo para producción de contenido audiovisual de calidad. Se desarrollan campañas creativas y universos de marca para redes sociales, incluyendo personajes y acciones experienciales.

POPAYÁN INN

TEA

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Ana Celeste Arbelaez Vasquez

3174834211

ana.arbelaez.v@autonoma.edu.co

IMPACTO

Mejora la comprensión y preparación de docentes frente a la neurodiversidad.
Facilita que estudiantes y familias accedan a información confiable y apoyo especializado.
Fortalece procesos de aprendizaje mediante recursos accesibles y adaptados.

PERFIL EMPRESARIAL

Proyecto educativo enfocado en garantizar la inclusión de estudiantes neurodivergentes en la educación media y superior. Cuenta con un equipo multidisciplinario: coordinadora general, equipo de edición de estudiantes de distintas áreas y revisores profesionales que validan contenidos.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Aborda la falta de recursos, acompañamiento y estrategias efectivas para asegurar la educación inclusiva de estudiantes neurodivergentes, un vacío persistente en el sistema educativo colombiano. Esto representa una oportunidad significativa por el creciente número de estudiantes con diagnósticos de neurodiversidad y la necesidad de instituciones educativas de cumplir lineamientos legales de inclusión.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Uso estratégico de redes sociales como canal educativo y creación de contenidos especializados para personas con neurodiversidad. Combinación de formatos dinámicos y accesibles con información confiable y experiencias reales, fortaleciendo la comunidad y promoviendo talleres y servicios del proyecto.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Plataforma educativa y canales digitales que ofrecen contenido accesible en formatos de video, texto y podcast, complementados con talleres y charlas presenciales para sensibilización y fortalecimiento docente en torno a la neurodiversidad..

MERCADO OBJETIVO

Estudiantes neurodivergentes de educación media y superior.
Familias o cuidadores de jóvenes con neurodiversidad.
Docentes y personal académico que requiere herramientas para inclusión.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Plataforma educativa y canales digitales que ofrecen contenido accesible en formatos de video, texto y podcast, complementados con talleres y charlas presenciales para sensibilización y fortalecimiento docente en torno a la neurodiversidad.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Contacto directo con instituciones educativas, familias y docentes. Futuro enfoque en redes sociales (Instagram, TikTok) como canal principal de difusión, para promover talleres, contenidos educativos y fortalecer la comunidad.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Herramientas: Notion como sistema principal integrado con Excel.
Automatización planeada: programación y publicación de contenido digital, respuestas a consultas frecuentes, organización de tareas, actualización de bases de datos y gestión de formularios o solicitudes de talleres.
Nivel tecnológico del equipo: medio, con capacidad de aprendizaje rápido y adaptación a nuevas herramientas según el desarrollo del proyecto.

SITUACIÓN FINANCIERA

Gasto promedio mensual de $200.000. Ingresos iniciales aproximados de $400.000 o más. Registro contable básico mediante Notion y Excel integrados. No hay ganancias consolidadas aún, pero se evidencia viabilidad temprana.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Herramientas: Adobe Photoshop, Lightroom, Canva y Snapseed.
Estrategia: contenido digital temático para redes sociales, publicaciones educativas, videos cortos, infografías y campañas informativas.
Dificultades: mantener coherencia visual, accesibilidad y sensibilidad hacia la comunidad neurodivergente; limitaciones de iluminación y disponibilidad de escenarios auténticos para fotos y videos.

POPAYÁN INN

Battle Arena Hobby Center

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Laura Cristina Muñoz Chavez

3137346981

battlearenapop@gmail.com

IMPACTO

El emprendimiento genera impactos significativos en distintos niveles:
Social y comunitario: Facilita la creación de redes de contacto, amistades y vínculos de confianza, consolidando una identidad local y promoviendo inclusión social al ofrecer un espacio donde lo que importa son las ideas y la diversión, más que diferencias socioeconómicas.
Habilidades blandas: Los juegos permiten desarrollar comunicación asertiva, resolución de conflictos, pensamiento crítico, empatia, trabajo en equipo y gestión de la frustración.

PERFIL EMPRESARIAL

Emprendimiento de servicios que brinda un espacio especializado para aficionados a videojuegos, juegos de mesa, TCG y rol. Ofrece experiencias sociales únicas y fomenta la creación de comunidades alrededor de estas aficiones.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Escasez de ofertas diversas en entretenimiento en Popayán. El emprendimiento genera un punto de encuentro seguro y especializado para adultos jóvenes que comparten intereses en videojuegos, juegos de mesa, TCG y rol.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Ecosistema creativo para la comunidad gamer y de hobbies.
Tienda oficial DEVIR Colombia, con alianzas estratégicas que garantizan productos exclusivos.
Integración de experiencias de realidad virtual con Meta Quest 2.
Foco en comunidad: talleres, eventos temáticos y actividades sociales que fomentan habilidades blandas.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Espacio físico ambientado para experiencias de juegos de mesa, rol y deportes electrónicos.
Venta de productos de hobby: más de 250 títulos de juegos de mesa y rol, 5.000 cartas TCG, accesorios y merchandising.
Organización de torneos y eventos temáticos.
Comunidad gamer y de TCG con torneos y participación competitiva.
Café y alimentos para acompañar la experiencia..

MERCADO OBJETIVO

Adultos jóvenes universitarios que habitan en Popayán, interesados en videojuegos, juegos de mesa, TCG y rol, buscando un espacio social seguro para compartir estas aficiones. También se proyecta captar padres que buscan ocio supervisado para sus hijos, curiosos atraídos por la experiencia y coleccionistas con mayor poder adquisitivo.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Espacio físico ambientado para experiencias de juegos de mesa, rol y deportes electrónicos.
Venta de productos de hobby: más de 250 títulos de juegos de mesa y rol, 5.000 cartas TCG, accesorios y merchandising.
Organización de torneos y eventos temáticos.
Comunidad gamer y de TCG con torneos y participación competitiva.
Café y alimentos para acompañar la experiencia.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Actualmente utilizan canales como voz a voz, redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok), y participación en ferias y eventos temáticos. Se está construyendo una parrilla de contenidos para campañas y estrategias digitales.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Por ahora, el control se realiza de manera analógica mediante agenda y papel, complementado con registros en Excel. Se manejan registros de ventas, inventario, tiempo de juego y contabilidad. El nivel de conocimiento en herramientas digitales es básico, con exploración de CRM y sistemas administrativos.

SITUACIÓN FINANCIERA

Gastos variables promedio de $520.000 mensuales, considerando adquisición de productos nuevos y reposición de inventario. Actualmente los ingresos superan a los gastos, con registros en Excel y acceso a un crédito de Nequi por aproximadamente $2.500.000, utilizado para consolidar la tienda oficial DEVIR.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Sólido y en crecimiento, impulsado por la masificación global de la cultura geek y la falta de ofertas especializadas en Popayán. La base principal son adultos jóvenes 18-35 años, con posibilidades de expansión hacia mercados secundarios mediante talleres, eventos temáticos y enfoque comunitario sostenible.

POPAYÁN INN

Cosechando con Amor

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Maricela Cabanillas

3165887144

mariselacabanilas1982@gmail.com

IMPACTO

: El emprendimiento genera un impacto ambiental positivo al reutilizar residuos, contribuye al bienestar y cuidado de la piel de los clientes, y fortalece la economía circular mediante el aprovechamiento de recursos que normalmente se desecharían.

PERFIL EMPRESARIAL

El equipo está compuesto por la fundadora y su esposo, quienes se encargan de la elaboración y empacado de los productos. Sus dos hijos participan en el etiquetado y comercialización a través de redes sociales, y todos colaboran juntos en la participación en eventos.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

El proyecto busca solucionar problemáticas ambientales, de consumo y salud derivadas del manejo inadecuado del aceite de cocina, que contamina agua, suelo y ecosistemas acuáticos. Al mismo tiempo, ofrece a los clientes productos naturales para el cuidado de la piel, contribuyendo a la sostenibilidad y economía circular.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La estrategia principal consiste en desarrollar productos de excelente calidad usando ingredientes naturales y únicos, buscando cuidar la piel de los clientes mientras se fortalece la sostenibilidad y la economía circular. La fabricación de jabones sólidos convierte residuos en materias primas valiosas, reduciendo contaminación, aprovechando recursos y fortaleciendo la economía local.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El emprendimiento produce jabones elaborados a base de aceites, plantas y mieles, enfocados en la salud de la piel y el respeto al medio ambiente..

MERCADO OBJETIVO

Clientes que buscan productos naturales y orgánicos que cuiden la piel y promuevan bienestar a través del respeto al medio ambiente, la sostenibilidad y la economía circular a nivel local y regional.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El emprendimiento produce jabones elaborados a base de aceites, plantas y mieles, enfocados en la salud de la piel y el respeto al medio ambiente.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Se comercializa a través de redes sociales y participación en eventos de entidades gubernamentales, usando WhatsApp y Facebook como canales principales.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Actualmente no cuentan con herramientas automatizadas, aunque se identifica la oportunidad de automatizar respuestas en WhatsApp y programar publicaciones en Facebook en horarios estratégicos. El conocimiento tecnológico es básico.

SITUACIÓN FINANCIERA

Actualmente no cuentan con sistema contable formal ni registro automatizado de ingresos y gastos, pero el proyecto ha tenido buena acogida y es económicamente sostenible en términos de producción y ventas.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

La principal dificultad es transmitir la calidad y beneficios del producto, mostrando texturas y detalles. Se utiliza la cámara del teléfono para fotografía y se invierte en un equipo de aproximadamente $1.500.000, con gastos operativos de $750.000.

POPAYÁN INN

FungoGenix

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Gilberto Alvarado Valencia

3170903932

Gilberto.alvarado.v@uniautonoma.edu.co

IMPACTO

El proyecto genera impactos sociales al fortalecer la economía local e integrar a pequeños productores en cadenas de valor sostenibles. Ambientalmente, reduce residuos agroindustriales y emisiones, y promueve el cultivo de alimentos de bajo impacto. Económicamente, impulsa un negocio rentable y escalable, dinamizando mercados locales y regionales, al tiempo que fomenta educación ambiental, emprendimiento y resiliencia territorial.

PERFIL EMPRESARIAL

El proyecto se centra en la producción y comercialización de setas Orellanas y productos derivados, liderado por Gilberto Alvarado. La operación involucra procesos de cultivo, control de calidad, embalaje y distribución, así como la gestión comercial y educativa del proyecto.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

FungoGenix enfrenta tres problemáticas principales: el desperdicio de residuos agrícolas, la falta de diversificación productiva en el campo y los problemas de nutrición y salud derivados de dietas poco sostenibles. La oportunidad radica en transformar estos residuos en alimentos nutritivos, fomentando economía circular, emprendimiento rural y soberanía alimentaria mediante setas Orellanas y productos orgánicos.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

FungoGenix integra varias innovaciones: transformación de residuos agrícolas en biomasa útil, modelo de franquicias rurales, alianzas con campesinos para escalar mercados locales, y educación ambiental aplicada en colegios y territorios. Estas estrategias permiten combinar impacto ambiental, social y educativo con generación de ingresos y emprendimiento sostenible.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El proyecto ofrece setas Orellanas frescas y orgánicas, kits de cultivo educativos y una línea de productos orgánicos, pensados para hogares, escuelas y comunidades, promoviendo la sostenibilidad y la educación ambiental aplicada..

MERCADO OBJETIVO

El público objetivo incluye consumidores interesados en alimentación saludable, productos orgánicos y alternativas nutritivas de origen natural, abarcando familias, restaurantes, tiendas saludables, mercados campesinos, deportistas, vegetarianos y personas con interés en bienestar digestivo e inmunológico.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El proyecto ofrece setas Orellanas frescas y orgánicas, kits de cultivo educativos y una línea de productos orgánicos, pensados para hogares, escuelas y comunidades, promoviendo la sostenibilidad y la educación ambiental aplicada.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

La comercialización se realiza mediante canales digitales y comunicación directa, incluyendo redes sociales, WhatsApp Business, contactos comerciales, recomendaciones boca a boca, participación en ferias locales y espacios académicos.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Se utilizan herramientas básicas como Google Drive, Google Calendar y hojas de cálculo en Excel para organizar tareas, registrar procesos productivos y llevar el control de inventarios. Se identifican oportunidades de automatización para inventarios, seguimiento de cultivos, control de temperatura y humedad, notificaciones de etapas y gestión de pedidos.

SITUACIÓN FINANCIERA

Los gastos mensuales promedio oscilan entre $500.000 y $800.000, incluyendo insumos de cultivo, transporte, empaques y operativos. El proyecto genera ingresos constantes, en su mayoría reinvertidos para aumentar capacidad de producción y mantener estándares de sostenibilidad.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Se gestionan redes sociales activas en Instagram, TikTok y Facebook, con contenido educativo, promocional y visual sobre sostenibilidad, agricultura regenerativa y los beneficios de las setas. La estrategia digital inicial se basa en tres pilares: educación ambiental, construcción de marca y alcance a compradores y potenciales franquiciados rurales.

POPAYÁN INN

NARAYANA

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

gustavo adolfo bermeo nuñez

3137624989

gustavo_bermu09@hotmail.com

IMPACTO

El proyecto genera impactos positivos ambientales, sociales y económicos. Reduce residuos plásticos y químicos, mejora la higiene en espacios domésticos y comerciales, educa en economía circular y ayuda a los negocios a ahorrar dinero mientras se proyectan como responsables con el planeta.

PERFIL EMPRESARIAL

El emprendimiento está liderado por Gustavo Adolfo, quien ejerce funciones multifuncionales dentro del proyecto, abarcando la producción, gestión, marketing y ventas del producto.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

NARAYANA nace de la necesidad de limpiar de manera rápida y efectiva sin generar contaminación, residuos plásticos o químicos. Existe una oportunidad de ofrecer soluciones de limpieza sostenibles que atiendan tanto a personas como a negocios conscientes del impacto ambiental.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

NARAYANA apuesta por la generación de bioempaques y el modelo de economía circular, integrando sostenibilidad en cada etapa del proceso, desde la formulación hasta el empaque, y posicionándose como una alternativa diferenciada dentro del mercado de limpieza.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El proyecto ofrece una crema limpiadora de superficies que limpia rápido y profundamente, cuidando el medio ambiente y reduciendo residuos plásticos, pensada para quienes buscan higiene sin comprometer la sostenibilidad..

MERCADO OBJETIVO

El público objetivo está compuesto por personas y negocios con conciencia ambiental, interesados en productos de limpieza sostenibles y responsables con el planeta.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El proyecto ofrece una crema limpiadora de superficies que limpia rápido y profundamente, cuidando el medio ambiente y reduciendo residuos plásticos, pensada para quienes buscan higiene sin comprometer la sostenibilidad.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Actualmente utiliza principalmente el boca a boca y enlaces directos para llegar a clientes. Se apoya en Instagram como canal digital de comunicación y promoción.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Se utilizan herramientas básicas como Google Calendar para organización de tareas, seguimiento de contactos con clientes, planificación de ventas y marketing digital. La automatización y sistemas más avanzados aún no se han implementado.

SITUACIÓN FINANCIERA

Los gastos iniciales están alrededor de 2 millones de pesos. Aún no se considera óptimo ni rentable, dado que el proyecto está en fase de desarrollo.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Aunque aún no se cuenta con una estrategia digital consolidada, se manejan publicaciones en Instagram, contacto con clientes y creación de pautas básicas, con intención de mejorar y ampliar el alcance de la marca.

POPAYÁN INN

Helados de Paila Sandona

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

JUAN CAMILO CALAMBAS SOLIS

3218948455

juancamilosolis10@gmail.com

IMPACTO

Económico: Dinamiza la economía rural al adquirir materia prima directamente de agricultores, fortalece la economía solidaria, genera empleo local y amplía oportunidades de mercado con productos diferenciales y de calidad.

Social: Contribuye al bienestar de los consumidores con necesidades especiales de salud, promueve consumo responsable y consciente, fortalece la cultura del emprendimiento y aporta a la cohesión comunitaria.

Cultural: Preserva la tradición ancestral del helado de paila y reafirma la identidad gastronómica caucana, integrando sabores auténticos e historias familiares.

PERFIL EMPRESARIAL

El equipo está compuesto por un representante, una cocinera tradicional y auxiliares contables y de producción, quienes se encargan de la elaboración artesanal de los helados, alimentos típicos y de la gestión administrativa básica del emprendimiento.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

El proyecto responde a la necesidad de ofrecer alimentos artesanales, naturales y de alta calidad que preserven la tradición gastronómica del Cauca, al mismo tiempo que atienden la creciente demanda por productos saludables y accesibles para personas con restricciones alimentarias. Existe una oportunidad clara de fortalecer la cadena productiva local mediante la compra directa de frutas y lácteos a campesinos, promoviendo la economía solidaria, circular y naranja, generando valor y apoyando a los productores rurales.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La innovación del proyecto surge al combinar tradición, salud y sostenibilidad. Se desarrollan helados bajos en azúcar sin perder sabor ni naturalidad, se trabaja directamente con campesinos locales como proveedores, fortaleciendo la economía solidaria, y se produce alimentos congelados empacados para venta al por mayor y al detal.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Helados de paila artesanales elaborados con frutas 100% naturales de agricultores del Cauca como fresa, mora, maracuyá y lulo y leche fresca de productores locales. Además, se ofrecen productos típicos como empanadas de hojaldre, envueltos de choclo, champús y otras elaboraciones artesanales. También cuentan con una linea saludable de helados bajos en azúcar, dirigida a personas con restricciones alimentarias..

MERCADO OBJETIVO

Familias, jóvenes, adultos mayores y consumidores que buscan productos artesanales, naturales y tradicionales. También se atiende a personas con restricciones alimentarias y quienes valoran productos locales, saludables y con identidad cultural caucana.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Helados de paila artesanales elaborados con frutas 100% naturales de agricultores del Cauca como fresa, mora, maracuyá y lulo y leche fresca de productores locales. Además, se ofrecen productos típicos como empanadas de hojaldre, envueltos de choclo, champús y otras elaboraciones artesanales. También cuentan con una línea saludable de helados bajos en azúcar, dirigida a personas con restricciones alimentarias.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Se utilizan canales de venta directa, ferias de emprendimiento, eventos culturales, recomendaciones boca a boca y alianzas con tiendas locales. Complementariamente, hay presencia digital básica mediante Facebook, Instagram y WhatsApp Business.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

La organización de tareas e inventarios es manual y mediante registros físicos básicos. Se identifican oportunidades de automatización en control de inventarios, registro de producción, gestión de pedidos, control de costos y planificación de compras.

SITUACIÓN FINANCIERA

Los gastos mensuales varían entre $1.200.000 y $2.000.000, incluyendo frutas, insumos, servicios, transporte, empaques y mano de obra. Actualmente se mantienen ganancias moderadas con reinversión constante para crecimiento y estabilidad.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

El contenido digital se realiza con herramientas básicas como Canva, CapCut y ajustes manuales desde celular. Se requieren recursos adicionales para lograr fotografías y videos más profesionales que permitan un mejor posicionamiento.



Brian Rodriguez Posada

3105503587

brianrodriguezposada@gmail.com

IMPACTO

Social y económico: Impulsa el talento artesanal colombiano mediante alianzas con artesanos locales, fortalece la economía creativa y genera valor emocional para los tutores de mascotas.
Ambiental: Promueve prácticas sostenibles mediante el uso de materiales veganos y procesos responsables.
Innovación: Posiciona a Petiglam como una marca diferenciadora en un mercado poco explorado, integrando moda, artesanía y tecnología para crear experiencias de compra únicas.

PERFIL EMPRESARIAL

El proyecto es liderado por un estratega digital, diseñador y marketero, encargado de la conceptualización de productos, marketing, diseño y estrategia digital. El equipo se enfoca en la producción artesanal de accesorios para mascotas y la gestión comercial online.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Petiglam aprovecha la creciente demanda de productos premium para mascotas en Colombia, donde los tutores buscan accesorios personalizados, de alta calidad y con diseño exclusivo. Actualmente, la oferta es limitada, poco diferenciada y con escaso valor artesanal. El proyecto capitaliza la expansión del comercio electrónico y la humanización de las mascotas, ofreciendo productos de lujo elaborados por artesanos locales con materiales sostenibles como mostacilla fina y cuero vegano.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

El proyecto integra tecnología y personalización digital mediante configuradores online que permiten diseñar colores, patrones y tamaños. También incluye trazabilidad del proceso artesanal, análisis de datos para identificar tendencias y preferencias, y una plataforma e-commerce optimizada para automatizar pedidos y mejorar la experiencia postventa.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Ofrece collares, correas, pañoletas y prendas decorativas para mascotas.

MERCADO OBJETIVO

Tutores de mascotas, principalmente perros y gatos, que buscan productos premium, personalizados y sostenibles. Incluye jóvenes y adultos entre 25 y 45 años con hábitos de compra digital, interés por la moda y la personalización, y un fuerte enfoque en la humanización de sus mascotas.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Ofrece collares, correas, pañoletas y prendas decorativas para mascotas

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Se utilizan herramientas digitales básicas como hojas de cálculo para control de ingresos, gastos y costos de producción. La automatización de procesos aún no se ha implementado, pero hay disposición para integrar sistemas que mejoren eficiencia y trazabilidad.

SITUACIÓN FINANCIERA

Los gastos mensuales oscilan entre $300.000 y $600.000 COP, incluyendo insumos, materiales, transporte, embalaje y costos operativos de producción y contenido.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

La gestión de redes sociales es orgánica y bien recibida, pero aún no existe una estrategia digital formal estructurada. Se publican contenidos relacionados con productos y experiencias, y hay intención de fortalecer esta área con campañas y contenido profesional.



Jhon Jairo Trochez

3122763492

jhon.trochez.g@uniautonoma.edu.co

IMPACTO

La plataforma reduce horas de trabajo creativo, mejora la organización y garantiza una identidad visual y narrativa estable, evitando improvisación y falta de estrategia. Esto permite a los usuarios mantener una presencia digital consistente y profesional, aumentando su diferenciación en el mercado.

PERFIL EMPRESARIAL

El proyecto es liderado por un diseñador, productor y fotógrafo, encargado de integrar creatividad, producción audiovisual y gestión de contenido digital.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Pixeles responde a la dificultad que enfrentan emprendedores, marcas personales, artistas y pequeñas y medianas empresas para crear, organizar y mantener una estrategia de contenido constante, coherente y efectiva en entornos digitales altamente competitivos. Existe una necesidad creciente de mantener presencia digital profesional sin contar con un equipo dedicado de contenido.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Pixeles combina la funcionalidad de una agencia creativa, un asistente inteligente y un software de automatización. Integra herramientas avanzadas de IA como ChatGPT 5.1 y Claude 3.5 para generación de ideas, guiones, copys y personalidad del personaje; Midjourney, Leonardo AI y Firefly para diseño visual; HeyGen y Runway Gen-2 para animación y presentaciones; Opus Clip, CapCut IA y Descript para edición y microcontenidos; y Notion, Zapier, Make y Metricool para automatización de tareas, programación y organización de contenido.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Ofrece servicios de producción de video musical y soluciones integrales que combinan diseño, comunicación, producción audiovisual, música e ingeniería de software, potenciadas por inteligencia artificial. Su propuesta permite automatizar procesos creativos, generar ideas de manera instantánea y garantizar coherencia visual y narrativa adaptada al core y target de cada empresa..

MERCADO OBJETIVO

Emprendedores, marcas personales, artistas, creadores de contenido y pequeñas y medianas empresas que buscan mejorar su presencia digital, generar contenido constante y diferenciarse de la competencia con estrategias profesionales y automatizadas.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Ofrece servicios de producción de video musical y soluciones integrales que combinan diseño, comunicación, producción audiovisual, música e ingeniería de software, potenciadas por inteligencia artificial. Su propuesta permite automatizar procesos creativos, generar ideas de manera instantánea y garantizar coherencia visual y narrativa adaptada al core y target de cada empresa.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

La estrategia se centra en redes sociales como Instagram y Facebook, junto con marketing digital, publicaciones programadas y gestión de clientes mediante herramientas como Trello.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Se utilizan herramientas digitales de última generación para automatización, diseño, edición audiovisual y planificación de contenido, permitiendo eficiencia, trazabilidad y profesionalización de los procesos creativos.

SITUACIÓN FINANCIERA

Los gastos operativos mensuales rondan el millón de pesos, cubriendo licencias de software, herramientas digitales, producción audiovisual y servicios asociados a la creación de contenido.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Actualmente se maneja un alcance del 70%, con procesos de publicación en redes sociales automatizados en un 80%, asegurando presencia constante y atractiva para el público objetivo.

POPAYÁN INN

SolarFlex

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

WWW.POPAYANINN.COM

Luis Miguel Martínez

3169104778

luis.martinez.m@uniautonoma.edu.co

IMPACTO

Social: Mejora la accesibilidad energética para comunidades rurales y zonas sin acceso confiable a electricidad, aumenta la seguridad de los usuarios al eliminar cables y extensiones peligrosas, y fomenta la conciencia ambiental.
Ambiental: Reduce emisiones contaminantes al depender solo de energía solar, promueve prácticas de reciclaje y economía circular, y contribuye a la mitigación del cambio climático.
Económico: Permite ahorro en consumo eléctrico, genera empleo en desarrollo y mantenimiento de tecnologías solares, y fortalece la competitividad en el mercado de energía portátil.

PERFIL EMPRESARIAL

El proyecto está liderado por un ingeniero electrónico e ingeniero industrial, especializado en diseño y desarrollo de soluciones energéticas portátiles y sostenibles.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

SolarFlex responde a la necesidad de contar con una fuente eléctrica portátil, sin cables y recargable en cualquier lugar, que permita cargar dispositivos y herramientas sin depender de enchufes o redes eléctricas tradicionales. La oportunidad surge de la creciente demanda de energía renovable y accesible, especialmente en comunidades rurales, profesionales móviles y viajeros, así como del mercado de ocio y actividades al aire libre.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

El proyecto integra energías renovables con diseño portátil, empleando paneles solares eficientes y un enfoque en economía circular mediante la recolección y reintegración de piezas con vida útil agotada. La estrategia de comunicación contempla generación de contenido educativo sobre energías renovables y promoción de ventajas de la energía solar, utilizando herramientas como CapCut y Premiere para producción de video.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

SolarFlex ofrece una estación de carga portátil que funciona exclusivamente con energía solar. Esta solución permite a usuarios residenciales, profesionales móviles, empresas y organizaciones contar con energía confiable en cualquier ubicación, promoviendo sostenibilidad y autonomía energética..

MERCADO OBJETIVO

Incluye segmentos residenciales y profesionales móviles, empresas y organizaciones que requieren energía portátil, instituciones educativas, consumidores conscientes del medio ambiente, viajeros, campistas y equipos de rescate. Este mercado es amplio, con alto interés en soluciones sostenibles y autónomas.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

SolarFlex ofrece una estación de carga portátil que funciona exclusivamente con energía solar. Esta solución permite a usuarios residenciales, profesionales móviles, empresas y organizaciones contar con energía confiable en cualquier ubicación, promoviendo sostenibilidad y autonomía energética.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Se proyecta distribución mediante página web y ferreterías. Actualmente, aún no se ha implementado una estrategia directa de ventas digitales, pero se planifica crear contenido de valor sobre energías renovables y ventajas del producto.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Se utilizan herramientas de edición audiovisual como CapCut y Premiere para la producción de contenido. El equipo cuenta con experiencia básica-alta en conducción y manejo de tecnología eléctrica portátil, y tiene disposición para integrar nuevos sistemas de automatización y control energético.

SITUACIÓN FINANCIERA

El proyecto cuenta con capital semilla de 3 millones COP obtenido en una convocatoria, y recursos adicionales provistos por laboratorios de electrónica e innovación de la Universidad Autónoma del Cauca. Los gastos actuales corresponden al desarrollo del prototipo.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Aunque aún no se ha desarrollado contenido directo de ventas, se planea generar material educativo sobre energías renovables y sostenibilidad para posicionar la marca y educar al consumidor.



LEIDY MARTINEZ PEREZ

3155519741

BIODIVERZOOARTESANAL@GMAIL C OM

IMPACTO

Económico: Las ventas generan ingresos para otros emprendedores y proveedores locales, fortaleciendo la economía artesanal en Popayán y la región.
Cultural: Promueve la apropiación de la cultura y tradiciones locales, fortaleciendo la identidad regional.
Ambiental: Mantiene una producción responsable con mínimo desperdicio, contribuyendo a prácticas sostenibles.

PERFIL EMPRESARIAL

Leidy es la representante legal, productora y comercializadora del proyecto, encargándose de la creación de los accesorios, la gestión de ventas y la coordinación con proveedores artesanales.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Biodiverzoo nace de la necesidad de identidad cultural y de ofrecer productos artesanales que conecten con las raíces del Cauca y la biodiversidad del país. El proyecto busca brindar accesorios auténticos, sostenibles y con propósito, respondiendo a la creciente demanda de consumidores que valoran la moda artesanal y productos con significado cultural.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Biodiverzoo se distingue por integrar cultura, sostenibilidad y diseño artesanal. La producción busca minimizar el desperdicio y fomentar prácticas responsables, mientras que la estrategia de comercialización combina ferias y eventos artesanales, presencia en Instagram y WhatsApp, y convenios con vitrinas de tiendas.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El emprendimiento ofrece accesorios artesanales, principalmente pines y piezas tejidas en mostacilla checa y cristales Miyuki, formando líneas de colección inspiradas en la biodiversidad y la cultura ancestral caucana. Cada accesorio combina diseño, identidad y significado, generando un producto único y diferenciador..

MERCADO OBJETIVO

El emprendimiento se dirige a consumidores locales y nacionales interesados en moda artesanal, accesorios con identidad cultural y productos sostenibles, así como a turistas que buscan recuerdos auténticos.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El emprendimiento ofrece accesorios artesanales, principalmente pines y piezas tejidas en mostacilla checa y cristales Miyuki, formando líneas de colección inspiradas en la biodiversidad y la cultura ancestral caucana. Cada accesorio combina diseño, identidad y significado, generando un producto único y diferenciador.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Biodiverzoo opera local, nacional y ha realizado ventas a turistas internacionales. Sus canales incluyen ferias artesanales, eventos culturales, Instagram (@biodiverzzo_artesanal), WhatsApp y convenios con tiendas físicas.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Biodiverzoo cuenta con recursos humanos capacitados, computador, celular, internet y herramientas básicas de edición y producción de contenido digital como Photoroom y CapCut.

SITUACIÓN FINANCIERA

Los gastos mensuales se concentran en insumos, materiales artesanales y producción. Se mantiene registro en Excel y se proyecta optimizar la gestión de inventarios y contenido digital.

MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

Actualmente no cuenta con una estrategia digital definida y la publicación de contenido es mínima. Se utiliza Excel para programar la parrilla de contenido y responder mensajes de clientes, con intención de mejorar la presencia en redes sociales.



Sylvana vásquez Cruz

3012029209

Sylvana.vasquezcl@gmail.com

IMPACTO

Económico: Dinamiza el emprendimiento local y contribuye al desarrollo de proveedores e insumos regionales.
Social y cultural: Genera impacto en eventos y entornos sociales, promoviendo experiencias de consumo de calidad y cercanas a lo local.
Calidad del consumo: Ofrece bebidas naturales y frescas, mejorando la experiencia del consumidor en eventos y celebraciones.

PERFIL EMPRESARIAL

El emprendimiento está conformado por dos personas: la madre de la fundadora, quien se encarga de la dirección general, control de calidad, ventas y atención al cliente; y la fundadora, responsable de todas las áreas operativas incluyendo producción, marketing, comunicación, ventas y distribución.

PROBLEMA U OPORTUNIDAD QUE ABORDA

Sangría Artesanal Premium SV identifica la oportunidad de desarrollar bebidas artesanales con ingredientes naturales, frescas, sin conservantes ni colorantes, con sabores únicos y procesos cuidadosos. El proyecto busca brindar una experiencia de consumo diferenciada, cercana a lo local, ideal también para detalles personalizados y eventos corporativos.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Económico: Dinamiza el emprendimiento local y contribuye al desarrollo de proveedores e insumos regionales.
Social y cultural: Genera impacto en eventos y entornos sociales, promoviendo experiencias de consumo de calidad y cercanas a lo local.
Calidad del consumo: Ofrece bebidas naturales y frescas, mejorando la experiencia del consumidor en eventos y celebraciones.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El producto estrella es la Sangría Artesanal, complementada por un Sabajón sabor café. La innovación incluye nuevos sabores como Sabajón de maracuyá y Sangría de frutos rojos, con empaques elegantes que refuerzan la propuesta premium del emprendimiento..

MERCADO OBJETIVO

El emprendimiento apunta a consumidores locales y regionales interesados en bebidas artesanales premium, naturales y con propuesta diferenciada para eventos, regalos y experiencias especiales.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El producto estrella es la Sangría Artesanal, complementada por un Sabajón sabor café. La innovación incluye nuevos sabores como Sabajón de maracuyá y Sangría de frutos rojos, con empaques elegantes que refuerzan la propuesta premium del emprendimiento.

MODELO COMERCIAL Y CANALES DE VENTA

Sangría Artesanal Premium SV opera en mercados locales y regionales, dirigidos a un segmento poblacional de hombres y mujeres entre 20 y 50 años, principalmente de estrato alto y muy alto. Los canales de venta incluyen Marketplace y redes sociales como Instagram, Facebook y WhatsApp.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y OPERATIVA

Se utiliza Excel básico para registro de procesos y control de producción. Se cuenta con PC personal profesional tipo gamer y herramientas digitales para edición y gestión de contenido.

SITUACIÓN FINANCIERA

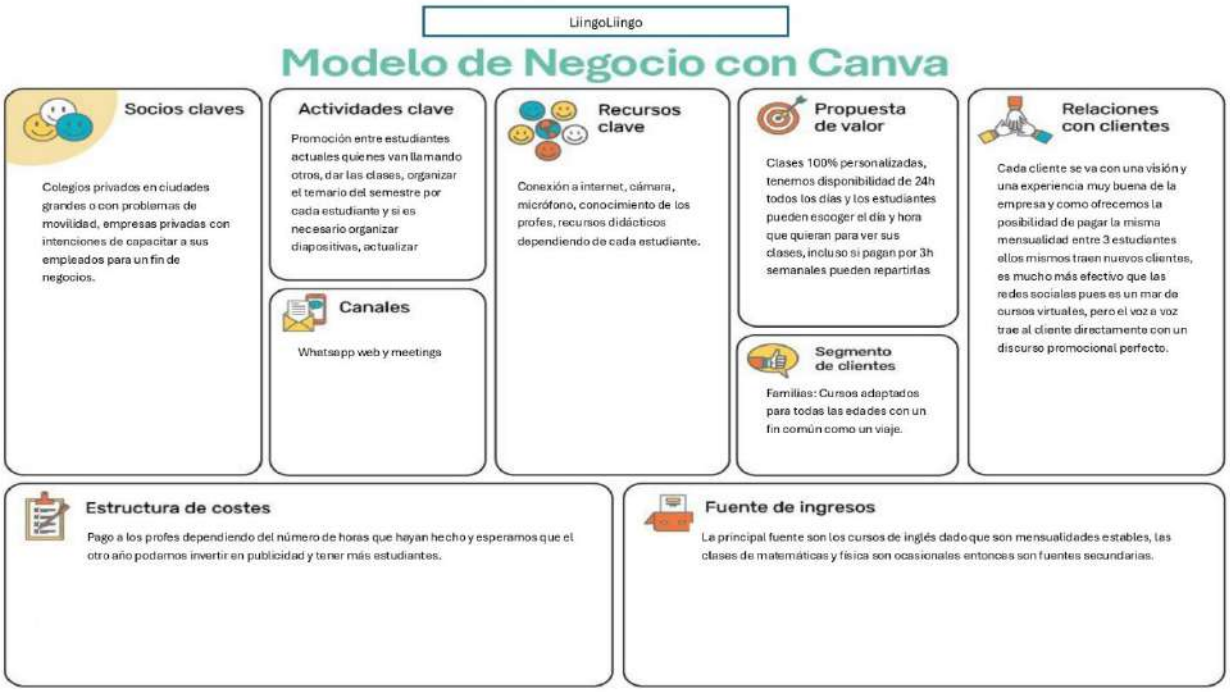
Los gastos mensuales aproximados son de 200.000 COP, principalmente asociados a insumos y producción.

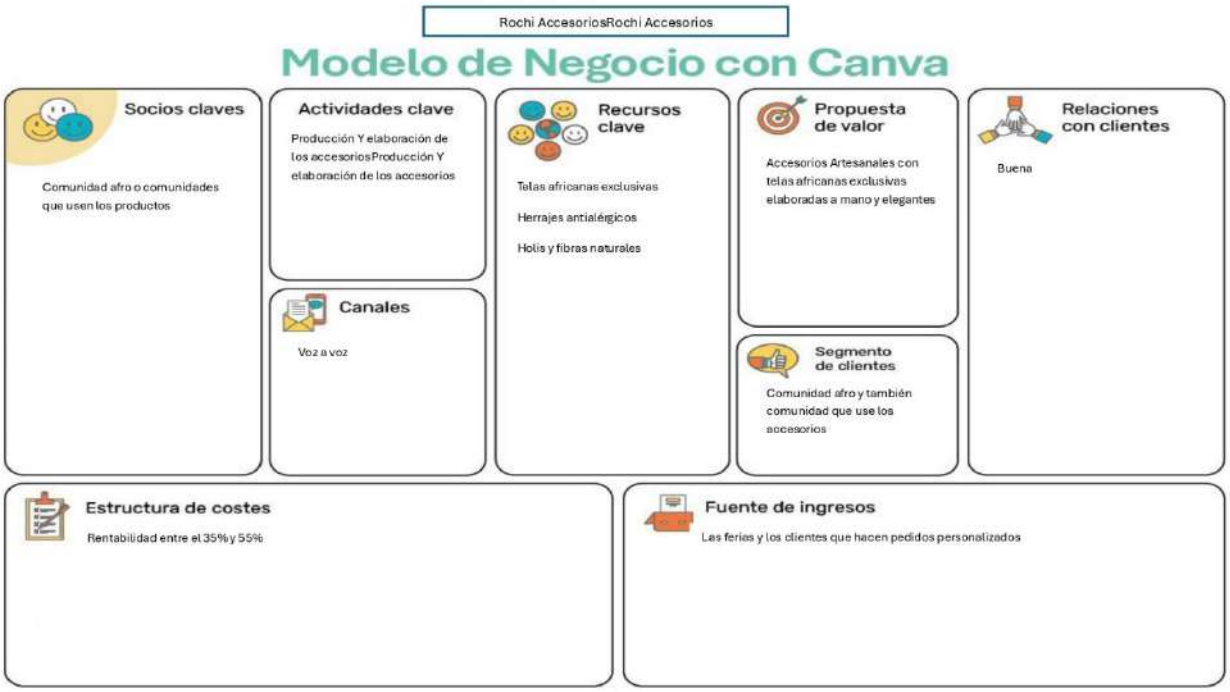
MARKETING VIRTUAL Y CONTENIDO

La gestión de contenido visual se realiza con herramientas como Photoroom, CapCut, Croc, Square Pic y Canva. La estrategia digital está en desarrollo y se centra en la publicación de fotografías y prensas para promover la marca.


Cacao al 100Cacao al 100
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Cacaoteros locales y asociaciones campesinas. Talleres artesanales para la producción de empaques biodegradables. Instituciones educativas, universidades y centros de formación.
Laboratorios o centros de innovación agroindustrial. Tiendas saludables, cafeterías especiales y marcas aliadas. Entidades que apoyen proyectos con impacto social y ambiental.
Actividades clave
Transformación de cacao en chocolate 100% natural.
Aprovechamiento del mucílago, cascarilla y cáscara exterior para nuevos productos. Fabricación artesanal de empaques
Canales
Redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook) con contenido educativo.
Tiendas saludables y cafés especiales.
Ferias campesinas y eventos gastronómicos
Recursos clave
Cacao fino de aroma de alta calidad. Maquinaria para procesamiento (tostadora, molino, refinadora, deshidratadora). Mano de obra artesanal para empaques y subproductos. Material educativo (videos, talleres, charlas). Marca sostenible con storytelling basado en salud y origen. Alianzas con agricultores, docentes y aliados estratégicos.
Propuesta de valor
Ofrecemos chocolate 100% cacao, natural, orgánico y sin aditivos, elaborado con cacao fino de aroma colombiano.
Aprovechamos el fruto completo para crear productos saludables y sostenibles:
Segmento de clientes
Consumidores interesados en salud y productos sin azúcar.
Relaciones con clientes
Acompañamiento educativo mediante contenido digital.
Talleres presenciales y virtuales sobre cacao real.
Degustaciones guiadas para enseñar sabores y beneficios.
Comunidad online enfocada en salud y sostenibilidad.
Postventa personalizada y asesoría para nuevos consumidores.
Historias del productor y trazabilidad del cacao
Estructura de costes
Compra de cacao y pago justo a productores.
Maquinaria y procesamiento del cacao.
Mano de obra artesanal para empaques y subproductos.
Materiales para los talleres educativos.
Marketing digital y creación de contenido.
Diseño, empaque y etiquetado.
Logística y distribución.
Fuente de ingresos
Venta de chocolate 100% cacao.
Subproductos: bebidas del mucílago, infusiones de cascarilla, exfoliantes, tés.
Venta de empaques biodegradables artesanales.
Kits premium y ediciones especiales.
Talleres educativos (presenciales o virtuales).
Venta a tiendas y cafés (B2B).
Contenido formativo y experiencias sensoriales.


AgriptivoAgriptivo
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Para garantizar una implementación efectiva y sostenibilidad administrativa, AGRIPTIVO requiere alianzas con: Cooperativas y asociaciones de productores, pero también con pequeños y medianos productores independientes que operan sin pertenecer a ninguna organización formal.
Entidades gubernamentales, que apoyen con cofinanciación, extensión agropecuaria y programas de digitalización rural.
Universidades y centros de
Actividades clave
1. Mejorar continuamente la plataforma y sus módulos de registro, análisis y recomendaciones.
2. Desarrollar modelos predictivos basados en datos reales de productores.
Canales
1. Clientes Usuarios (productores pequeños y medianos, asociados e independientes)
Demostraciones en campo y parcelas piloto.
Talleres presenciales con
Recursos clave
Equipo técnico especializado en software, analítica, IoT y agronomía.
Infraestructura tecnológica en la nube y plataforma TRL 8 ya validada.
Hardware IoT y estaciones meteorológicas disponibles mediante convenio marco.
Acceso a laboratorios e infraestructura para pruebas y prototipado.
Propuesta de valor
AGRIPTIVO es la única solución integral que combina software, IoT de bajo costo y análisis en tiempo real para que pequeños y medianos productores tomen decisiones basadas en datos. Nuestro
Segmento de clientes
1. Clientes Usuarios (Segmento Principal)
Productores agropecuarios
Relaciones con clientes
Acompañamiento y soporte constante.
Capacitaciones prácticas para facilitar la adopción.
Comunicación directa y continua con productores asociados e independientes.
Mejoras de la plataforma basadas en su retroalimentación.
Mostrar resultados y beneficios que genera AGRIPTIVO en campo
Estructura de costes
Estructura de Costos para AGRIPTIVO
1. Costos Operativos (Recurrentes)
Estos garantizan el funcionamiento diario de la plataforma y la atención al usuario.
Infraestructura en la nube (servidores, bases de datos, API, almacenamiento).
Soporte técnico y servicio al cliente (línea WhatsApp, llamadas, técnicos en campo).
Mantenimiento del software (corrección de bugs, actualizaciones menores).
Mantenimiento de hardware IoT (calibración, reposición, repuestos).
Costos administrativos (contabilidad, legal, licencias).
Fuente de ingresos
1. Ingresos de Clientes Usuarios (Productores Pequeños y Medianos)
a) Suscripción Premium Individual
Acceso total a la plataforma: registro, análisis, trazabilidad, costos, clima y recomendaciones.
b) Modelo de Cooperativización (Suscripción Colectiva) — Eje Central del Modelo de Ingresos
Un mecanismo para que grupos de pequeños y medianos productores —asociados o


LiingoLiingo
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Colegios privados en ciudades grandes o con problemas de movilidad, empresas privadas con intenciones de capacitar a sus empleados para un fin de negocios.
Actividades clave
Promoción entre estudiantes actuales quienes van llamando otros, dar las clases, organizar el temario del semestre por cada estudiante y si es necesario organizar diapositivas, actualizar
Canales
Whatsapp web y meetings
Recursos clave
Conexión a internet, cámara, micrófono, conocimiento de los profes, recursos didácticos dependiendo de cada estudiante.
Propuesta de valor
Clases 100% personalizadas, tenemos disponibilidad de 24h todos los días y los estudiantes pueden escoger el día y hora que quieran para ver sus clases, incluso si pagan por 3h semanales pueden repartirlas
Segmento de clientes
Familias: Cursos adaptados para todas las edades con un fin común como un viaje.
Relaciones con clientes
Cada cliente se va con una visión y una experiencia muy buena de la empresa y como ofrecemos la posibilidad de pagar la misma mensualidad entre 3 estudiantes ellos mismos traen nuevos clientes, es mucho más efectivo que las redes sociales pues es un mar de cursos virtuales, pero el voz a voz trae al cliente directamente con un discurso promocional perfecto.
Estructura de costes
Pago a los profes dependiendo del número de horas que hayan hecho y esperamos que el otro año podamos invertir en publicidad y tener más estudiantes.
Fuente de ingresos
La principal fuente son los cursos de inglés dado que son mensualidades estables, las clases de matemáticas y física son ocasionales entonces son fuentes secundarias.


Rochi AccesoriosRochi Accesorios
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Comunidad afro o comunidades que usen los productos
Actividades clave
Producción Y elaboración de los accesoriosProducción Y elaboración de los accesorios
Canales
Voz a voz
Recursos clave
Telas africanas exclusivas
Herrajes antialérgicos
Hollis y fibras naturales
Propuesta de valor
Accesorios Artesanales con telas africanas exclusivas elaboradas a mano y elegantes
Segmento de clientes
Comunidad afro y también comunidad que use los accesorios
Relaciones con clientes
Buena
Estructura de costes
Rentabilidad entre el 35% y 55%
Fuente de ingresos
Las ferias y los clientes que hacen pedidos personalizados


Planta de paramoPlanta de paramo
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Alcaldía de popayan
Gestora social
Organizaciones de mujeres
Jóvenes en paz
Actividades clave
Actividades Clave del Emprendimiento de Planta de Páramo
Las actividades clave del emprendimiento de Planta de Páramo son las siguientes:
1. *Producción de Toallas
Canales
Recursos clave
Recursos Clave del Emprendimiento de Planta de Páramo
Los recursos clave del emprendimiento de Planta de Páramo son los siguientes:
1. *Recursos Humanos*:
- Equipo de producción y ensamblaje
- Personal de marketing y ventas
- Gerente y personal administrativo
Propuesta de valor
Propuesta de Valor de Planta de Páramo
La propuesta de valor de Planta de Páramo se centra en ofrecer productos ecológicos y sostenibles de alta calidad que
Segmento de clientes
Mujeres y niñas en edad fértil (15 - 45 años).
Familias con bebes y niños
Relaciones con clientes
Estructura de costes
Estructura de Costo de Planta de Páramo (Inactivo)
La estructura de costo de Planta de Páramo se compone de los siguientes elementos, considerando que la empresa ha estado inactiva durante los últimos tres meses:
Costos Fijos
1. *Alquiler de Instalaciones*: $2,500,000 COP mensuales (sin embargo, se ha negociado una reducción del 50% del alquiler durante el período de inactividad, por lo que el costo es de $1,250,000 COP mensuales)
2. *Servicios Públicos*: $400,000 COP mensuales (se ha reducido el consumo de servicios
Fuente de ingresos


¡A emprendeiA emprende
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Proveedores de tecnología de IA: Empresas que desarrollan los modelos (ej. Google, OpenAI, Stable Diffusion) para asegurar la base tecnológica de la enseñanza.
Plataformas de Anuncios Digitales: Meta (Facebook/Instagram) y Google (YouTube/Search) para la adquisición de clientes y tráfico a la página.
Influencers o expertos sectoriales: Profesionales con audiencia en nichos específicos (ej. e-commerce, fotografía, marketing)
Actividades clave
Producción y Actualización Continua de Contenido: Crear nuevos módulos de cursos y mantener el contenido existente actualizado (dado el ritmo de la IA).
Marketing Digital y Pauta:
Canales
Canal Digital Propio: Sitio web y Plataforma de Cursos (LMS).
Redes Sociales: Instagram (foco en contenido visual generado por IA), YouTube (tutoriales y demostraciones)
Recursos clave
Capital Intelectual: El conocimiento y la metodología de Prompt Engineering y automatización.
Plataforma Digital de E-learning: El sitio web para hospedar los videos, la comunidad y los materiales.
Herramientas y Licencias de IA: Acceso a modelos y APIs de IA para demostrar las técnicas avanzadas.
Propuesta de valor
Formación especializada que permite a profesionales y emprendedores transformar ideas en productos visuales de alta calidad y automatizar sus procesos, utilizando herramientas de IA. El valor es
Segmento de clientes
Emprendedores y Pymes: Buscan eficiencia, reducción de costos operativos y automatización.
Relaciones con clientes
Relación Comunitaria y Personalizada:
Comunidad Exclusiva: Grupo de WhatsApp o Telegram para soporte en tiempo real y networking.
Tutoría (Planes Superiores): Soporte uno a uno o sesiones de preguntas y respuestas en vivo (Q&A) para resolver casos de uso específicos.
Contenido de valor constante: Recursos descargables, E-mail marketing con tips, plantillas y actualizaciones.
Estructura de costes
Costos Fijos de Infraestructura Digital: Suscripción a la Plataforma LMS (alojamiento de cursos), Hosting web y mantenimiento del dominio.
Costos Variables de Adquisición de Clientes (Marketing): Inversión en pauta publicitaria digital (Meta Ads, Google Ads) y costos de herramientas de Email Marketing/CRM.
Costos de Contenido y Actualización: Pago por licencias de APIs de IA premium (si se usan) y el tiempo del equipo dedicado a la investigación y producción de nuevos módulos (el costo más importante al ser un negocio basado en conocimiento).
Fuente de ingresos
Venta de planes de formación: Ingresos por la venta de los tres niveles de cursos ("Mini-Cursos", "Avanzado" y "Master").
Suscripciones de Contenido Premium (Recurrente): Modelo de suscripción mensual para acceso a las últimas actualizaciones de IA, flujos de trabajo avanzados y comunidad exclusiva.
Servicios de Consultoría: Ingresos adicionales por servicios personalizados de Prompt Engineering o implementación de automatizaciones para empresas (B2B), asesorías


EsenciaEsencia
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Nuestros socios clave son los proveedores locales de insumos y las plataformas digitales que usamos para promocionar y vender los productos.
Actividades clave
Nuestras actividades clave son la producción del kéfir, pulpas y shots; la creación de contenido y ventas por redes sociales; y la atención directa a los clientes. Nuestras actividades clave son la
Canales
TikTok, Instagram , WhatsApp ferias de emprendimiento
Recursos clave
Nuestros recursos clave son: los equipos y utensilios de producción, los insumos naturales, el conocimiento en procesos de fermentación y nutrición, y las plataformas digitales para promocionar y vender los productos.
Propuesta de valor
Ofrecemos productos saludables y naturales como kéfir, pulpas verdes y shots en presentaciones prácticas que facilitan hábitos de bienestar diario. Brindamos calidad, frescura y una experiencia
Segmento de clientes
ersonas interesadas en mejorar su salud y bienestar, especialmente mujeres entre 20 y 45 años que buscan
Relaciones con clientes
Mantenemos relaciones cercanas y personalizadas a través de atención directa por WhatsApp e Instagramy TikTok resolviendo dudas, acompañando el proceso de consumo y brindando recomendaciones. Buscamos crear confianza mediante comunicación constante, contenido educativo y un servicio amable y rápido.
Estructura de costes
Nuestra estructura de costos incluye la compra de insumos naturales, materiales de empaque, costos de producción , almacenamiento y refrigeración, además de gastos asociados a marketing digital, transporte y herramientas básicas de edición y comunicación.
Fuente de ingresos
Nuestras fuentes de ingresos provienen de la venta directa de kéfir de leche, pulpas verdes y shots naturales. Además, actualmente el proyecto se sostiene en parte con aportes personales de mi bolsillo, que permiten cubrir costos operativos y continuar el desarrollo de la iniciativa.


CaFETALCaFETAL
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Caficultores, proveedores de insumos orgánicos, tostadores y empacadores, aliados logísticos, distribuidores
Actividades clave
Producción de bioinsumos y cafe tostado y molido en sachets.Producción de bioinsumos y cafe tostado y molido en sachets.
Canales
Redes Sociales. Eventos = Ventas
Recursos clave
Nuestros recursos clave se basan en el acceso directo a café de origen y a caficultores aliados, el conocimiento técnico en regeneración de suelos y calidad del café, el respaldo de AlCAFE y la maquila externa para los procesos de tostión y empaque en sachet.
Propuesta de valor
Café real 100% colombiano, trazable y sostenible, en sachets prácticos e higiénicos. Modelo que une suelo sano, café premium y experiencia portable.
Segmento de clientes
Consumidores de café especial, personas que buscan practicidad y calidad, tiendas gourmet, hoteles.
Relaciones con clientes
Nuestros clientes se sienten totalmente satisfechos con los sachets, porque encuentran en ellos practicidad, frescura y el sabor auténtico del café real de origen. Por lo tanto, siempre mantenemos una relación positiva.
Estructura de costes
Compra y tostión del café, empaque en sachet.
Fuente de ingresos
Venta de café en sachet,

DOG KINGDOG KING

Modelo de Negocio con Canva

Socios claves

Olímpica, El Éxito, y demás almacenes de cadena o tiendas que nos suministren el pan baguette. Proveedores de carne, pollo, salsas y toppings. Organizadores de ferias y eventos. Instituciones educativas y culturales. Universidades, colegios. Creadores de contenido.

Actividades clave

Preparación del producto y control de calidad. Diseño y mejora continua de toppings y nuevas versiones. Creación de contenido y marketing digital. Participación en ferias y eventos.Preparación del

Canales

Venta directa en ferias y eventos, nuestra casa y redes sociales.

Recursos clave

Equipos básicos como freidoras, mesas, empaques estéticos. Receta y formato del producto (pan baguette + rellenos). Equipo de preparación y operación (Angie, Maria C y mi madre). Redes sociales. Proveedores confiables.

Propuesta de valor

Perro caliente reinventado en pan tipo baguette, más robusto, cerrado y funcional. Formato más estético, gourmet y novedoso. Experiencia de consumo más limpia y práctica. Toppings

Segmento de clientes

Generación Z (13–25 años) Millennials (26–35 años): buscan mejor calidad y experiencias diferentes sin

Relaciones con clientes

Atención cercana y juvenil, enfocada en experiencia. Redes sociales. Promociones para estudiantes. Muestras y degustaciones para nuevos eventos.

Estructura de costes

Compra de insumos (pan, salchichas, toppings, salsas). Equipos de cocina y utensilios. Envases y empaques. Transporte. Costos de participación en ferias o permisos. Mano de obra para producción.

Fuente de ingresos

Venta directa del producto (línea clásica). Combos (bebida + DOG KING).


Amalia arte en resinaAmalia arte en resina
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Proveedores de resina y materiales, diseñadores y artesanos locales, plataformas digitales de venta, servicios de mensajería y los clientes que impulsan la venta del producto.
Actividades clave
Diseño, producción de productos en resina, personalización, marketing digital y gestión de ventas. Diseño, producción de productos en resina, personalización, marketing
Canales
Redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, tic tok y correos electrónicos, recomendaciones de clientes, ferias artesanales y entregas directas, donde
Recursos clave
Materiales de resina, moldes y herramientas, equipos de diseño digital, celulares, conocimientos técnicos de diseño y producción y presencia en redes sociales para comercialización.
Propuesta de valor
Ofrezco productos personalizados en resina que combinan arte y emociones, cada pieza guarda recuerdos únicos y se adapta al gusto del cliente, ofreciendo un regalo exclusivo, duradero y
Segmento de clientes
Personas que buscan regalos personalizados y con valor emocional; familias que desean conservar recuerdos;
Relaciones con clientes
Mantengo una comunicación cercana y personalizada, ofreciendo acompañamiento en cada etapa del pedido, asesoría creativa y entregas responsables. Busco generar confianza y fidelidad mediante atención rápida, diseños que cumplan con las expectativas y un servicio amable que haga sentir especial a cada cliente.
Estructura de costes
Incluye la compra de resina, moldes, pigmentos, insumos decorativos, llaveros metálicos, empaques, herramientas básicas, electricidad, mantenimiento de equipos, gastos de contenido (fotografía y video) y transporte para entregas.
Fuente de ingresos
Venta de llaveros personalizados, productos de resina como agendas, portarretratos, recordatorios, pedidos especiales para eventos y ventas por redes sociales mediante encargos personalizados.


Sin carnitasSin carnitas
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
1. Proveedores locales de legumbres, verduras e insumos orgánicos, que garantizan materia prima fresca y sostenible.
2. Organizadores de ferias y eventos gastronómicos, que brindan espacios de venta y visibilidad.
3. Universidades y colectivos juveniles, que apoyan la difusión de la marca entre el público objetivo.
4. A futuro supermercados y restaurantes aliados, que funcionan como puntos de
Actividades clave
1. Adquisición de insumos a productores locales y gestión del inventario.
2. Producción artesanal de mini hamburguesas y proteína vegetal a base de lenteja.
3. Participación en ferias y
Canales
1. Ferias y eventos gastronómicos, donde se realizan las ventas presenciales y degustaciones.
2. Redes sociales (sobre todo Instagram y TikTok) como
Recursos clave
1. Humanos: la fundadora, más el apoyo puntual en ferias y actividades de promoción.
2. Materiales: insumos orgánicos locales (lenteja, verduras, pan), equipo básico de cocina, congelación y empaques.
3. Digitales: redes sociales activas y herramientas de diseño/edición para crear contenido audiovisual.
4. Intangibles: receta propia de proteína vegetal, identidad de marca definida (universo creativo y
Propuesta de valor
En sin carnitas transformamos lo vegetariano en una experiencia sabrosa, divertida y auténtica. Rompemos prejuicios y lo acercamos a la vida cotidiana, combinando placer, practicidad y
Segmento de clientes
1. Jóvenes urbanos entre 18 y 35 años (estudiantes y profesionales) que buscan comida rápida más
Relaciones con clientes
Las relaciones con clientes se construyen principalmente a través de un trato cercano y experiencial. En ferias y eventos se genera contacto directo, degustaciones y conversación, lo que permite explicar la propuesta y recibir retroalimentación. En el día a día se mantiene el vínculo por redes sociales, usando un tono joven y humorístico, respondiendo mensajes y compartiendo contenidos (recetas, historias, detrás de cámaras) que crean comunidad y fidelización alrededor de la marca
Estructura de costes
1. Costos fijos: compra de insumos base (lenteja, verduras, condimentos), servicios básicos de producción y almacenamiento, y parte del equipamiento de cocina.
2. Costos variables: empaques, transporte a ferias y entregas, tarifas de participación en eventos, y materiales de marketing (diseño, impresión, contenido digital).
3. Inversión en marca y promoción: desarrollo de identidad visual, producción de piezas gráficas y audiovisuales, y acciones de degustación o activaciones para posicionar la marca.
Fuente de ingresos
1. Venta de mini hamburguesas y proteína vegetal en ferias y eventos gastronómicos.
2. Pedidos directos de productos congelados para consumo en casa.
3. A futuro ventas a restaurantes aliados que incorporan la proteína vegetal en sus menús y, a futuro, comercialización en supermercados u otros puntos físicos.


TEATEA
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Instituciones educativas colegios, institutos de formacion media y universidades. Asociaciones y fundaciones que trabajan con personas neurodivergentes o sus cuidadores. Profesores enfocados en inclusión o interesados en aprender y divulgar tecnicas / espacios de inclusion educativa. Redes de apoyo ya existentes de familiares de jovenes con discapacidad intelectual, TEA, ADHD y demas.
Actividades clave
la creación y difusión de contenidos educativos accesibles enfocados en los estudiantes y maestros (videos, textos, podcasts), la implementación de talleres y charlas en instituciones
Canales
La plataforma web TEA Online es el canal central. Se complementa con redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok), Talleres fisicos, blogs, boletines. También se
Recursos clave
el equipo que desarrolla contenido y estrategias pedagógicas; la plataforma digital con diseño accesible; materiales educativos en múltiples formatos; alianzas institucionales; y la comunidad de usuarios, cuya experiencia nutre y retroalimenta el crecimiento de TEA.
Propuesta de valor
Brinda acceso a contenido educativo comprensible, espacios seguros de aprendizaje, formación a docentes, y herramientas prácticas para el desarrollo personal y académico
Segmento de clientes
TEA se dirige a cuatro grupos: estudiantes con neurodivergencias (TEA, TDAH, entre otros) en
Relaciones con clientes
El proyecto establece relaciones con sus públicos a través de comunidades digitales activas y seguimiento continuo. Escucha y responde a las necesidades de los estudiantes, familias y docentes mediante feedback constante, creando un entorno de empatía, cercanía y colaboración. La figura de un personaje guía (Mimi) facilita una interacción cálida dentro de la plataforma.
Estructura de costes
Incluyen el diseño, mantenimiento y actualización de la plataforma digital; producción de contenido multimedia; gastos logísticos de talleres presenciales; estrategias de marketing y comunicaciones; y recursos operativos para la ejecución de actividades en instituciones.
Fuente de ingresos
Contempla suscripciones individuales o institucionales a la plataforma, servicios de acompañamiento y asesoría educativa, capacitaciones presenciales, y convenios con entidades públicas o privadas que apoyen la inclusión educativa.

FungoGenixFungoGenix

Modelo de Negocio con Canva

Socios claves

Mis socios clave son proveedores locales de sustratos agrícolas (bagazo, paja, aserrín), agricultores del Huila que aportan materia prima, aliados comerciales en Popayán como tiendas saludables y restaurantes, y apoyo académico ocasional de universidades para buenas prácticas de cultivo y sostenibilidad.

Actividades clave

Las actividades principales incluyen:
Preparación y pasteurización de sustratos.
Inoculación, incubación y fructificación del hongo.
Control ambiental (humedad,

Canales

Distribuyo mis setas principalmente mediante entregas directas a restaurantes, tiendas saludables y consumidores finales. También utilizo canales digitales como

Recursos clave

Cuento con un espacio de cultivo en el Huila, sustratos orgánicos, bolsas de inoculación, insumos de desinfección, un termohigrómetro, estanterías, motobomba para humidificación, herramientas de corte, empaques biodegradables y transporte para la comercialización en Popayán. También dispongo del conocimiento técnico para el cultivo de setas.

Propuesta de valor

Ofrezco setas orellanas frescas, saludables y cultivadas de forma responsable, con procesos limpios y aprovechamiento de residuos agrícolas. Mi producto destaca por su

Segmento de clientes

Mis clientes principales son restaurantes que buscan ingredientes frescos y saludables, tiendas

Relaciones con clientes

Mantengo una relación cercana con mis clientes mediante entregas puntuales, comunicación directa por WhatsApp y redes sociales, muestras del producto y atención personalizada. Busco educar sobre los beneficios de las setas y construir confianza a través de frescura, responsabilidad y cumplimiento.

Estructura de costes

Los costos del proyecto incluyen:
Compra de sustratos orgánicos (bagazo, paja, aserrín).
Insumos de cultivo (bolsas, desinfectantes, semilla de hongo, empaques).
Servicios básicos como agua y energía para el control ambiental.
Transporte y distribución.
Mano de obra operativa y tiempo de cuidado del cultivo.
Mantenimiento del espacio y equipos de humidificación/ventilación.

Fuente de ingresos

Mis ingresos provienen de la venta directa de setas orellanas frescas por kilo o por bandeja. También incluyo la comercialización de kits de cultivo, capacitación en producción de hongos y, a futuro, productos derivados como snacks de setas, polvos deshidratados y mezclas gourmet.

Petiglam ColombiaPetiglam Colombia

Modelo de Negocio con Canva

Socios claves

Artesanos y manufacturas locales especializados en mostacilla y cuero vegano.
Proveedores de materiales premium y sostenibles.
Servicios logísticos y de envíos nacionales.
Creadores de contenido y fotógrafos aliados.
Plataformas digitales (Instagram, WhatsApp Business, marketplace o e-commerce).
Diseñadores y aliados estratégicos del sector pet-friendly.

Actividades clave

Diseño y producción artesanal de accesorios premium para mascotas.
Gestión del comercio digital: ventas, atención y seguimiento.
Creación y edición de

Canales

Instagram y Facebook como principales canales de visibilidad y conversión.
WhatsApp Business para atención directa y ventas personalizadas.

Recursos clave

Talento artesanal especializado en mostacilla y técnicas manuales.

Materiales premium (cuero vegano, mostacilla fina, herrajes).

Plataformas digitales para promoción y ventas.

Equipos de fotografía y herramientas de edición.

Conocimiento en marketing digital y diseño.

Identidad de marca establecida y diferenciadora.

Propuesta de valor

Petiglam ofrece accesorios de lujo para mascotas elaborados artesanalmente con materiales sostenibles, combinando moda, personalización y diseño exclusivo. Brinda piezas únicas

Segmento de clientes

Tutores de mascotas entre 25 y 45 años con hábitos de compra digital.

Relaciones con clientes

Atención personalizada a través de WhatsApp, redes sociales y mensajes directos.
Seguimiento postventa y soporte en personalización.
Contenido cercano y aspiracional que fortalece la comunidad pet-lover.
Respuesta rápida y asesoría en tallas, colores y estilos.
Experiencia de compra emocional y centrada en el estilo de vida del cliente.

Estructura de costes

Compra de materiales (mostacilla premium, cuero vegano, herrajes).
Mano de obra artesanal y tiempos de producción.
Costos de marketing digital y creación de contenido.
Embalaje, envíos y logística.
Herramientas de diseño, edición y plataformas digitales.
Costos operativos generales (transporte, reposición de insumos).

Fuente de ingresos

Venta de accesorios premium para mascotas (collares, correas, pañoletas, prendas).
Productos personalizados y piezas a la medida.
Colecciones especiales o colaboraciones con artesanos/diseñadores.
Venta por canales digitales con incrementos por valor agregado artesanal.


BIODIVERZOOBIODIVERZOO
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Proveedores de materias primas, organizaciones de ferias (alcaldia, DAFE, Artesanías de Colombia, Gobernación del Cauca, Escuela Taller de Popayá, Red de Emprendedoras Popayán), negocios de impresión y material publicitario
Actividades clave
Creación y diseño de piezas, tejeduría artesanal, Diseño y producción de colecciones, fotografía de producto y gneración de contenido, participación en ferias, relación con clientes y
Canales
redes sociales, venta directa en ferias y eventos, tiendas y colaboraciones
Recursos clave
materias primas y herrajes, diseño y habilidades artesanales, identidad visual, equipo fotográfico básico para generación de contendio
Propuesta de valor
Biodiverzoo ofrece accesorios artesanales tejidos en mostacilla checa y cristales Miyuki, inspirados en la biodiversidad y cultura del país. Nuestra producción es sostenible, con mínimo
Segmento de clientes
hombres y mujeres que valoran el trabajo artesanal, persona que buscan accesorios con identidad,
Relaciones con clientes
Atención personalizada, comunicación por redes sociales, colecciones y temáticas, persnalización de pedidos
Estructura de costes
Costos directos: materiales, mano de obra, embalaje, envío si aplica.
Costos indirectos: alquiler, servicios, depreciación de herramientas y equipos de trabajo.
Fuente de ingresos
venta directa de accesorios artesanales, piezas personalizadas por encargo, venta por encargo a tiendas y colaboradores

GutopiaGutopia

Modelo de Negocio con Canva

Socios claves

Tiendas de productos para mascotas, veterinarias, peluquerías caninas, cafés pet friendly y emprendimientos locales relacionados con bienestar animal.

Actividades clave

Producción artesanal de alimentos probióticos vivos (kéfir de agua, kéfir de leche, galletitas y garramelos), el control de calidad para asegurar frescura y seguridad, la investigación y desarrollo

Canales

Tiendas aliadas, veterinarias, y ferias, en cuanto a mis canales digitales manejo Instagram, TikTok y WhatsApp, donde los usuarios reciben información y pueden hacer sus pedidos

Recursos clave

Cuento con mis cultivos activos de probióticos, las recetas propias de los productos, los utensilios básicos para su elaboración, un espacio de trabajo en casa y los empaques necesarios. Además, tengo alianzas con tiendas y veterinarias locales, presencia en redes sociales y mis habilidades en producción, contenido y atención al cliente.

Propuesta de valor

Gutopia ofrece alimentos vivos y funcionales elaborados con probióticos reales que mejoran la digestión, reducen alergias y fortalecen el bienestar emocional de perros y gatos. No son snacks comunes: son

Segmento de clientes

Mis clientes son principalmente tutores de mascotas conscientes, interesados en la salud

Relaciones con clientes

Mantengo una relación cercana, educativa y constante con mis clientes, basada en la confianza y el acompañamiento. A través de atención personalizada, contenido informativo y mensajes directos, resuelvo dudas sobre nutrición, probióticos y bienestar animal. Además, ofrezco la posibilidad de crear alimentos personalizados según los gustos, necesidades o restricciones de cada mascota, lo que fortalece aún más la conexión y el valor percibido.

Estructura de costes

Mi estructura de costos incluye los ingredientes principales, empaques, etiquetas y mano de obra; además de servicios básicos como energía, agua y gas, el uso mensual de herramientas digitales, transporte para entregas y compra de insumos, y las comisiones o gastos cuando vendo en puntos externos. A partir de estos costos calculo el precio final agregando un margen de ganancia que me permita mantener el negocio funcionando.

Fuente de ingresos

Mis principales fuentes de ingresos vienen de la venta directa de mis productos: kéfir de agua, galletitas naturales y garramelos saludables para mascotas. También genero ingresos adicionales cuando vendo en ferias, puntos físicos aliados y a través de pedidos personalizados que algunos clientes solicitan según las necesidades de sus mascotas.

Catalina Hurtado AccesoriosCatalina Hurtado

Modelo de Negocio con Canva

Socios claves

Proveedores de mostacilla premium (locales y nacionales).
Proveedores de herrajes hipoalergénicos/acero u otros materiales como bronce con baño de oro o rodio.
Fotógrafos y creadores de contenido.
Tiendas aliadas y concept stores.
Plataformas de pago (MercadoPago, Wompi).
Tejedoras / artesanas de apoyo (escalabilidad).

Actividades clave

Diseño y tejido de accesorios.
Curaduría de colores y tendencias.
Producción de contenido digital.
Atención de pedidos y personalización.

Canales

Ferias de diseño, mercados locales y pop-ups.
(Expoartesano, Manos de Oro, Expoartesanías, Claq pop up, Feria EVA)
Instagram y TikTok (canales de visibilidad y ventas).

Recursos clave

Dominio experto en técnica de tejido en mostacilla.

Diseño propio y estilo diferenciado.

Materiales premium (mostacilla checa, herrajes en acero o baño de oro).

Marca personal "Catalina Hurtado".

Equipo de producción artesanal (Yo y contar con más apoyo según crecimiento).

Propuesta de valor

Accesorios en mostacilla premium, con acabados finos, materiales de alta calidad y técnicas tradicionales perfeccionadas.

Diseños que combinan

Segmento de clientes

Mujeres 25–55 (profesionales, creativas, moda consciente).

Relaciones con clientes

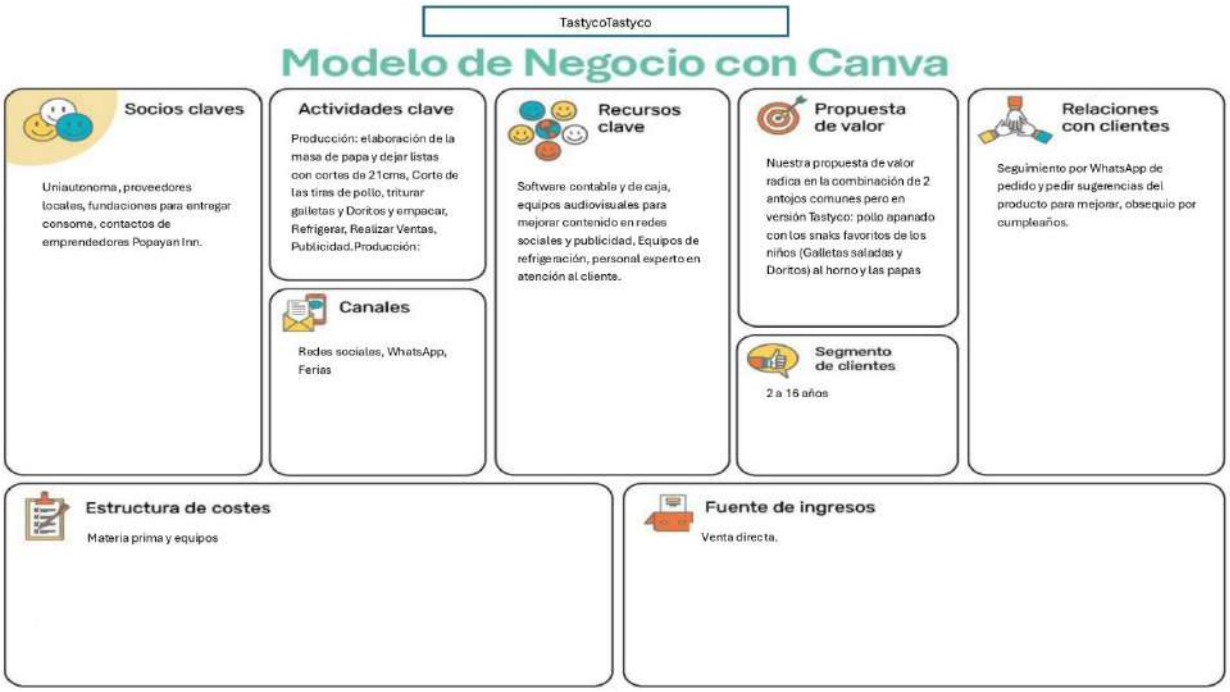
Atención personalizada desde el primer contacto.
Diseño colaborativo para piezas personalizadas.
Seguimiento postventa y mantenimiento básico.
Historias detrás de cada colección para crear conexión emocional.
Contenido educativo en redes (técnica, tradición, colores, significado).

Estructura de costes

Materiales (mostacilla premium, herrajes, hilos, empaques).
Tiempo de producción (mano de obra artesana especializada).
Costos de ferias y stands.
Marketing digital (ads, fotografía, influencers).
Envíos nacionales.
Plataforma web / pasarelas de pago.
Producción de colecciones y prototipos.

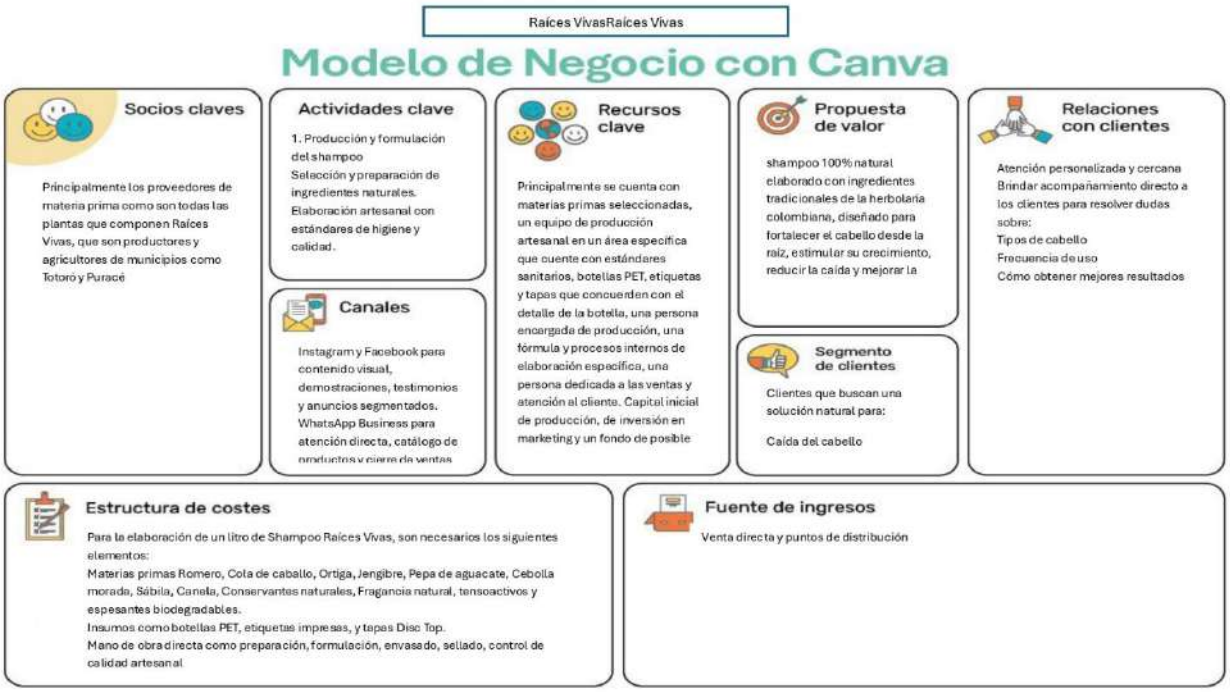
Fuente de ingresos

Venta de accesorios individuales (aretes, collares, pulseras, chokers).
Personalización premium (precio diferencial).
Ediciones limitadas y colecciones especiales.
Ventas B2B a tiendas especializadas.
Workshops de tejido (modelo adicional)


TastycoTastyco
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Uniautonoma, proveedores locales, fundaciones para entregar consome, contactos de emprendedores Popayan Inn.
Actividades clave
Producción: elaboración de la masa de papa y dejar listas con cortes de 21cms, Corte de las tiras de pollo, triturar galletas y Doritos y empacar, Refrigerar, Realizar Ventas, Publicidad.Producción:
Canales
Redes sociales, WhatsApp, Ferias
Recursos clave
Software contable y de caja, equipos audiovisuales para mejorar contenido en redes sociales y publicidad, Equipos de refrigeración, personal experto en atención al cliente.
Propuesta de valor
Nuestra propuesta de valor radica en la combinación de 2 antojos comunes pero en versión Tastyco: pollo apanado con los snaks favoritos de los niños (Galletas saladas y Doritos) al horno y las papas
Segmento de clientes
2 a 16 años
Relaciones con clientes
Seguimiento por WhatsApp de pedido y pedir sugerencias del producto para mejorar, obsequio por cumpleaños.
Estructura de costes
Materia prima y equipos
Fuente de ingresos
Venta directa.


lafabellafabel
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Socios clave:
Proveedores de insumos y envases, Colaboradora +70 años (producción artesanal), Estilistas aliadas (2 y creciendo), Servientrega
Manos expertas y corazones caucanos hoy; con Popayán INN: INVIMA, salones y toda Colombia mañana.
Actividades clave
Lo que hacemos todos los días:
Formular y producir artesanalmente la línea capilar vegana sin formol
Validar resultados reales en clientas y estilistas
Canales
Canales actuales de LAFABEL:
Instagram (@lafabel.col)
Principal canal: publicaciones, reels, historias, catálogo digital y cierre de ventas por DM
Recursos clave
Recursos clave:
Química + estilista + ingeniera (las tres socias), Colaboradora +70 años (45 años experiencia), Fórmulas propias veganas sin formol, Producción artesanal en Popayán
Marca y catálogo listos
Tenemos el cerebro, las manos y el corazón caucano; solo nos falta el kit tecnológico y el capital para volar.
Propuesta de valor
LAFABEL entrega:
Reparación y alisado del cabello 100 % seguro (sin formol), vegano, hecho en el Cauca, a precio justo y con resultados desde la primera
Segmento de clientes
Nuestra clienta es la mujer caucana (18-45 años) que ya no quiere arriesgar su salud con formol:
Relaciones con clientes
Relación 100 % personal y humana
Nosotras mismas atendemos por WhatsApp Business en minutos.
Asesoría capilar gratuita + seguimiento post-venta obligatorio.
Fotos reales de antes/después y lives emocionales en Instagram.
Fidelización con muestras y descuentos a clientas recurrentes.
No tenemos community manager ni chatbots: cada clienta siente que LAFABEL es su amiga que sí le importa su cabello y su historia.
Estructura de costes
Costos mensuales actuales:
Fijos: $1.150.000 (arriendo + colaboradora + servicios)
Variables (15 ventas): $2.450.000 (materia prima + envíos + publicidad)
Total: ≈ $3.600.000Ingresos actuales: ≈ $600.000
Gastamos 6 veces más de lo que ingresamos... y aún así seguimos adelante con ahorros personales. Con Popayán INN ese número se invierte en 6 meses.
Fuente de ingresos
Ingresos actuales:
15 ventas/mes × $40.000 = $600.000
Proyectados con apoyo:
150 ventas/mes = $6 millones/mes
"Hoy $600 mil; con Popayán INN, $6 millones en 12 meses."


Choco AntojosChoco Antojos
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Nuestros aliados clave son los productores de cacao de El Tambo, Cauca, además contamos con el apoyo de Emprendelab y hemos generado vínculos con organizaciones culturales, ferias de emprendimiento, bazares y con el SENA, quienes transforman nuestro cacao en chocolate.
Actividades clave
Producción artesanal de bombones y barras de chocolate, con énfasis en innovación, estética, sabor y responsabilidad social.Producción artesanal de bombones y barras de
Canales
Utilizamos principalmente redes sociales (Instagram, Facebook y WhatsApp) como canales de promoción y venta, además de participar en ferias de emprendimiento, culturales y bazares
Recursos clave
Contamos con un equipo creativo y funcional liderado por mi persona, Isabel (producción artesanal y ventas), apoyada por mi madre Ximena (artista plástica, decoración y compras de insumos) y Alejandro Tobar (apoyo en comercialización, administración y propuestas innovadoras).
Propuesta de valor
Ofrecemos chocolates artesanales que combinan sabor, arte e impacto social. No solo endulzan el paladar, sino que cuentan una historia: la transformación de territorios afectados por el narcotráfico
Segmento de clientes
Nos dirigimos principalmente a personas entre 20 y 45 años, con afinidad por el arte, el
Relaciones con clientes
Mantenemos comunicación con nuestros clientes a través de redes sociales y generamos comunidad participando en ferias y bazares.
Estructura de costes
Nuestros costos principales se enfocan en la compra de materia prima: cacao, insumos para su transformación a chocolate como azúcar, manteca de cacao y leche en polvo e insumos para la producción de tos bombones como los ingredientes de cada relleno, aparte del diseño y personalización. A mediano plazo, se contempla la inversión en desarrollo de nuevos productos y mejoras en empaques ecológicos.
Fuente de ingresos
Nuestros ingresos provienen principalmente de la venta directa de bombones rellenos, barras de chocolate y chocolates de historia del arte. También generamos ingresos en ferias y bazares, y a través de pedidos personalizados para eventos, negocios corporativos o fechas especiales. A mediano plazo, se proyecta la apertura de una tienda física.


Raíces VivasRaíces Vivas
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Principalmente los proveedores de materia prima como son todas las plantas que componen Raíces Vivas, que son productores y agricultores de municipios como Totoró y Puracé
Actividades clave
1. Producción y formulación del shampoo
Selección y preparación de ingredientes naturales.
Elaboración artesanal con estándares de higiene y calidad.
Canales
Instagram y Facebook para contenido visual, demostraciones, testimonios y anuncios segmentados.
WhatsApp Business para atención directa, catálogo de productos y cierre de ventas
Recursos clave
Principalmente se cuenta con materias primas seleccionadas, un equipo de producción artesanal en un área especifica que cuente con estándares sanitarios, botellas PET, etiquetas y tapas que concuerden con el detalle de la botella, una persona encargada de producción, una fórmula y procesos internos de elaboración especifica, una persona dedicada a las ventas y atención al cliente. Capital inicial de producción, de inversión en marketing y un fondo de posible
Propuesta de valor
shampoo 100% natural elaborado con ingredientes tradicionales de la herbolaria colombiana, diseñado para fortalecer el cabello desde la raíz, estimular su crecimiento, reducir la caída y mejorar la
Segmento de clientes
Clientes que buscan una solución natural para:
Caída del cabello
Relaciones con clientes
Atención personalizada y cercana
Brindar acompañamiento directo a los clientes para resolver dudas sobre:
Tipos de cabello
Frecuencia de uso
Cómo obtener mejores resultados
Estructura de costes
Para la elaboración de un litro de Shampoo Raíces Vivas, son necesarios los siguientes elementos:
Materias primas Romero, Cola de caballo, Ortiga, Jengibre, Pepa de aguacate, Cebolla morada, Sábila, Canela, Conservantes naturales, Fragancia natural, tensoactivos y espesantes biodegradables.
Insumos como botellas PET, etiquetas impresas, y tapas Disc Top.
Mano de obra directa como preparación, formulación, envasado, sellado, control de calidad artesanal
Fuente de ingresos
Venta directa y puntos de distribución


Arte LáserArte Láser
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Los socios clave de Arte Láser incluyen proveedores de materiales y embalaje, servicios de mensajería, proveedores tecnológicos, plataformas digitales, aliados comerciales y redes de emprendimiento. Cada uno contribuye a garantizar la calidad del producto, la continuidad operativa, la expansión comercial y la visibilidad digital del negocio.
Actividades clave
Estas son las acciones esenciales que permiten el funcionamiento, crecimiento y sostenibilidad del emprendimiento:
1. Diseño y personalización de productos
Canales
Arte Láser utiliza Instagram y WhatsApp como sus principales canales para atraer clientes, mostrar productos, generar confianza y concretar ventas. Se complementa con
Recursos clave
son los elementos esenciales que permiten el funcionamiento, crecimiento y diferenciación del emprendimiento.
1. Recursos Físicos
• Máquina de grabado láser.
Principal herramienta de producción que permite personalizar madera, vidrio, acero inoxidable, cuero y otros materiales.
Propuesta de valor
Arte Láser ofrece productos completamente personalizados mediante grabado láser, transformando ideas en piezas únicas y memorables.
Segmento de clientes
Arte Láser se dirige a personas y negocios que buscan productos personalizados.
Relaciones con clientes
Arte Láser construye relaciones cercanas, personalizadas y de confianza con sus clientes, enfocadas en acompañar todo el proceso creativo desde la idea hasta la entrega final del producto.
1. Atención Personalizada
• Escuchamos la idea del cliente y lo guiamos en la elección de materiales, diseños y acabados.
• Enviamos bocetos, ejemplos y propuestas hasta lograr exactamente lo que desean.
• Respondemos
Estructura de costes
La estructura de costos de Arte Láser incluye materiales (madera, vidrio, cuero), herramientas y empaques como costos variables; servicios, mantenimiento, herramientas digitales y espacio de trabajo como costos fijos; y la inversión en publicidad, innovación y mantenimiento técnico como costos estratégicos. Esta estructura garantiza calidad, personalización y continuidad del negocio.
Fuente de ingresos
Las fuentes de ingresos de Arte Láser provienen de la venta de productos personalizados, servicios de diseño, combos temáticos, artículos corporativos y productos de temporada. También proyectamos ingresos futuros mediante contenido digital y oportunidades de comercio en redes sociales.


ChorimeloChorimelo
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Proveedores de carne, distribuidores locales.
Actividades clave
Promoción en redes, empaque y distribución.Promoción en redes, empaque y distribución.
Canales
Ventas directas, redes sociales, entregas a domicilio.
Recursos clave
Carne de alta calidad, equipos de producción.
Propuesta de valor
Nuevos sabores (queso cheedar, picante)
Chorizo artesanal de alta calidad (80% pulpa, 20% grasa).
Segmento de clientes
Restaurantes y asaderos, familias en Popayán, tiendas.
Relaciones con clientes
Fidelización por calidad y sabor, atención cercana y personalizada, pedidos por encargo.
Estructura de costes
Compra de carne, transporte y distribución, especias e ingredientes, empaque.
Fuente de ingresos
Sabores innovadores, venta al por mayor para negocio, venta de chorizos artesanales.


HeladogsHeladogs
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Proveedor certificados
Pet shops
Veterinarias
Heladerías pet friendly
App domicilio
Programas de diseño y marketing
Actividades clave
Produccion y formula de los helados
Control de calidad
Marketing digital
Creación de contenido
Produccion y formula de los helados
Canales
Punto de venta
Distribución
Eventos y ferias
Recursos clave
Materias primas naturales y nutritivas
Congeladores
Marca y diseños y empaques
Cadena de frío
Propuesta de valor
En Heladogs creamos helados deliciosos y con un alto valor nutricional, hechos con una base en colágeno que nos hace únicos en el mercado, manejamos 7 diferentes sabores, pollo, res, higado,
Segmento de clientes
Dueños de perros
Veterinarias
Relaciones con clientes
Atención personalizada punto de venta vía WhatsApp
Ferias empresariales
Redes sociales
Estructura de costes
Materia primas
Empaques y etiquetas
Logística cadena de frío
Talento humano
Fuente de ingresos
Venta directa por unidad
Venta paquete semana
Venta por mayor a veterinaria
Venta de productos derivados


El Abuelo Aromaticas y Condimentos El Abuelo
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Asoempaz como organización acompañante y articuladora.
Jóvenes y mujeres madres cabeza de hogar de la vereda Palmichal.
Proveedores locales de semillas, empaques y materiales.
Instituciones de apoyo rural (UMATA, Sena, alcaldía, ONG's).
Ferias campesinas, mercados agroecológicos y tiendas saludables.
Aliados en gastronomía (restaurantes y cafeterías).
Plataformas digitales y redes sociales para ventas y promoción.
Actividades clave
Siembra, manejo y cosecha de plantas aromáticas y condimentarias.
Secado, deshidratación, molienda y empaque.
Control de calidad y estandarización de productos.
Canales
Ferias campesinas y mercados agroecológicos.
Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok).
WhatsApp Business y catálogo digital.
Entregas directas en El
Recursos clave
Terreno y viveros para la producción agrícola.
Equipos de secado, molino, selladora y utensilios de transformación.
Empaques artesanales y etiquetas de marca.
Equipo humano comunitario (jóvenes y mujeres).
Saberes tradicionales sobre plantas y transformación.
Redes sociales. Google AI Studio.
Propuesta de valor
Ofrecemos aromáticas y condimentos naturales, libres de químicos, producidos y transformados artesanalmente por jóvenes y mujeres campesinas del Tambo, con identidad territorial y
Segmento de clientes
Familias y consumidores que buscan productos naturales y artesanales.
Relaciones con clientes
Atención cercana y personalizada por WhatsApp Business.
Redes sociales activas con contenido educativo y visual.
Participación en ferias locales donde se conversa con los clientes.
Fidelización mediante muestras, recetas, cupones y promociones.
Construcción de confianza a través de la trazabilidad del producto.
Estructura de costes
dentro de nuestra estructura de costos los mas relevantes son estos:
Costos de producción agrícola (insumos, semillas, herramientas).
Mano de obra comunitaria para siembra, cosecha y transformación.
Materiales de empaque, etiquetas y diseño.
Transporte y distribución de productos.
Equipos de transformación (molino, secadora, selladora).
Fuente de ingresos
Venta de aromáticas deshidratadas.
Venta de condimentos molidos y mezclas artesanales.
Experiencias turísticas (recorridos, talleres, degustaciones).
Venta en ferias, tiendas aliadas y pedidos por redes.
Posible venta a restaurantes y compras institucionales a futuro.


Escuela de Música Edwar MeloEscuela de Música
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Profesores de instrumento (piano, guitarra, violín, saxofón, técnica vocal).
Profesora de expresión corporal para el taller Exploración Artística.
Asistente administrativa.
Aliados educativos (Centros de estimulacion y desarrollo, academias de ingles y Pediatras).
Proveedores de instrumentos musicales y materiales pedagógicos.
Plataformas de publicidad (Meta Ads, Instagram, Facebook).
Familias que recomiendan y
Actividades clave
Impartir clases personalizadas de instrumento.
Desarrollar el taller Exploración Artística para niños de 2 a 5 años.
Preparar material pedagógico y repertorio.
Canales
*WhatsApp Business.
*Instagram, Facebook y Tik tok
*Campañas en Meta Ads.
*Referidos de padres y estudiantes.
Recursos clave
Profesores especializados en instrumento y expresión corporal.
Salones temáticos (Valdiri, Juanes, Marta Gómez, Silvia Valencia).
Instrumentos: pianos, guitarras, violines, bateria, ukelele y percusión.
Equipos de sonido, parlantes y material didáctico.
Redes sociales activas.
Sistema de administración y
Propuesta de valor
*Formación musical personalizada y enfocada en el desarrollo integral del estudiante.
*Taller Exploración Artística que fortalece el movimiento, la
Segmento de clientes
*Niños de 2 a 5 años (Exploración Artística).
*Niños de 6 a 11 años (clases
Relaciones con clientes
*Atención personalizada mediante WhatsApp.
*Comunicación constante con padres sobre el proceso del estudiante.
*Seguimiento mensual del progreso.
Estructura de costes
*Pago de Arriendo de la sede de la Escuela Musical
*Pago por hora a profesores de instrumento y expresión corporal.
*Salario de la asistente administrativa.
*Servicios públicos (agua, energía, internet).
*Inversión en publicidad digital.
*Mantenimiento y compra de instrumentos.
*Adecuación y mantenimiento de salones.
*Material pedagógico y didáctico.
Fuente de ingresos
*Clases personalizadas de instrumento
*Taller Exploración Artística.
*Vacaciones Artísticas

ALQUIMISTA, la magia de la elaboración

Modelo de Negocio con Canva

Socios claves

En este momento tenemos socios clave enfocados en la producción del empaque, Cajas y empaques Santana.
Para contenido digital por campaña, acabamos de hacer el primer trabajo en colaboración con Gato Azul, una empresa de marketing digital para la campaña de Halloween 2025.
Para la propuesta gráfica de la marca en relación al Story Telling está nuestro ilustrador que firma como JackRedArt
Tengo en proceso poder contactar

Actividades clave

Linea de producción de bombonería artesanal
Divulgación por redes sociales para movimiento ventas.
Envíos efectivos del productoLinea de producción de bombonería artesanal

Canales

A través de redes sociales, canales de difusión de whatsapp.
- Construcción de la Tienda virtual

Recursos clave

Recursos físicos:

Taller de chocolatería - Mesones, tabloides de cuarzón y marmol, espatulas, moldes, microondas, batidoras, neveras, bowls, termómetros, pinceles, aerografo, cucharas, estructuras de almacenamiento. / computador, celular.

Recursos Humanos:

Equipo de producción

Equipo de redes

Propuesta de valor

La magia de la elaboración artesanal, bombonería artesanal con historia y sentido.

Un bocado de arte que puedes percibir con todos tus

Segmento de clientes

Adultos jóvenes de 25 - 35 años, que disfrutan de experiencias significativas que puedan compartir con

Relaciones con clientes

La relación que se espera tener es de mutuo respeto, pero sobretodo de calidad y confort, donde se sientan bienvenidos al mundo que plantea Alquimista, desde su primer saludo hasta la despedida. Que el cliente se sienta bien atendido, pero también encuentre un lenguaje que lo sumerja en la magia de la elaboración artesanal desde el minuto 1. Es decir, nos volvemos cercanos. Al ser una propuesta que le apunta a lo artesanal, el lenguaje debe reflejar humanidad.

Estructura de costes

- La materia prima principal, el chocolate real de porcentaje de cacao al 65 o mayor a este. - $500.000 (mensual)
- La materia prima de calidad para elaborar los rellenos, frutas, frutos secos y deshidratados, chocolate blanco, crema de leche, son materias primas que diferenciarán el contenido del bombón. $250.000 (mensual)
- Manteca de cacao y colores vivos y llamativos con los que se construye la propuesta de arte en el bombón 270.000 (compra trimestral, a veces puede extenderse más su duración)
- El desarrollo de empaque que sea acorde a la calidad del producto - La inversión varía

Fuente de ingresos

Venta mensual del producto base, los bombones en temporada o de colección tradicional. Como también los productos personalizados de regalo para numerosas familias o empresas.


BolerosBoleros
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Talleres y costureras locales, proveedores de tela y materiales diseñadores y patronistas, fotógrafos y creadores de contenido, eventos, ferias y espacios comerciales donde participemos aliados, logísticos, o sea envíos
Actividades clave
Producción y confección local, control de calidad en prendas, participación de eventos y ventas presenciales. Diseño de colecciones que conectenProducción y confección local, control de
Canales
Instagram qué es el canal principal Reelz, historias Lights y contenido de moda, WhatsApp, Businnes, eventos y ferias
Recursos clave
Diseños propios y creativos taller de confección local en el Cauca, identidad con esencia fe y feminidad. Redes sociales, activas. Proveedores de telas de calidad
Propuesta de valor
A veces, la moda parece pedirte que seas alguien que no eres. Te ofrece estilos y tendencias que cambian rápido y que rara vez se alinean con tu esencia, tus valores, tu fe o tu autenticidad.
Segmento de clientes
Mujeres entre los 20/40 años que busquen comodidad e identidad mujeres de fe que valoran conectar con los
Relaciones con clientes
Contenido, inspirador y emocional que conecta con su fe y propósito. comunidad
Estructura de costes
Compra de telas y materiales, confección y mano de obra, producción de contenido, fotos videos, marketing digital (publicidad) logística y envíos, participación en ferias y están y Empaque y etiquetas
Fuente de ingresos
Ventas de prendas de colección vestidos, blusas básicos, femeninos piezas, premium de diseño exclusivo, preventas. Limitadas

Santana pastelería saludableSantana pastelería

Modelo de Negocio con Canva

Socios claves

Nuestros socios clave son:
- Proveedores de ingredientes
- Imprentas
- Organizadores de ferias y eventos locales
- Influencers y creadores de contenido
- Empresas de domiciliarios
- Cafeterías, restantes y tiendas saludables

Actividades clave

1. Desarrollo e investigación de recetas saludables.
2. Control de calidad y pruebas sensoriales.
3. Gestión de redes sociales e identidad visual.
4. Atención personalizada.

Canales

Canales digitales como: WhatsApp business, Instagram, Facebook, Google business.
Canales presenciales: Ferias locales y puntos aliados.

Recursos clave

-Nuestros principales recursos son:

Recetas exclusivas saludables

- Equipos de pastelería profesional
- Ingredientes de alta calidad.
- Branding, empaque y material visual.
- Fichas técnicas de los productos.
- Espacio de producción adecuado.

Propuesta de valor

Ofrecemos una pastelería saludable que supera los límites del mercado actual: no solo utilizamos ingredientes más limpios, sino que aplicamos técnicas de alta repostería, precisión en

Segmento de clientes

Nuestros segmentos de clientes incluyen.

- Personas que buscan

Relaciones con clientes

- Confianza para personas con intolerancia.
- Acompañamiento cercano y personalizado, asesoría directa para elegir productos de acuerdo a sus gustos, restricciones o metas de bienestar.

Estructura de costes

Los principales costos del negocio son:
- Materia prima.
- Costos de branding y mercadeo como: fotografía, diseño, gestión de redes, materiales promocionales.
- Costos de Marketing: producción de contenido, pagos de publicidad digital
- Desgaste y mantenimiento de equipos.
- Mano de obra especializada como: tiempo y habilidades técnicas para preparar productos de alta pastelería, pruebas de recetas y estandarización.

Fuente de ingresos

Nuestras principales fuentes de ingresos provienen de:
- Venta directa por canales digitales
- Pedidos personalizados
- Ventas en ferias
- Productos de temporada.
- Venta en puntos aliados.


MAJO Regalitos del CieloMAJO Regalitos del Cielo
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Proveedores de material primas, Socios de distribución como tiendas de productos orgánicos, hoteles y Spa, plataformas digitales, organizadores de ferias y eventos, Socios aliados: otros emprendedores que vendan productos relacionados con temas espirituales y productos orgánicos, Socios Institucionales: Alcaldía de Popayán, Universidad Autonoma del Cauca, Emprendelab, Cámara de Comercio del Cauca, CRC, SENA
Actividades clave
Actividades de producción: contactar proveedores confiables y verificar calidad de materias primas, mantener en condiciones higiénicas el lugar y elementos de producción, investigar y
Canales
Redes sociales
Ferias empresariales
WhatsApp Business
Programas de fidelización
Recursos clave
Recursos físicos: ceras ecológicas, aceites esenciales naturales, pabilos de algodón y madera, maquinaria, empaques
Recursos humanos: personal calificado y capacitado, proveedores, personal para atender ventas y marketing digital
Recursos financieros: capital para inicio del proyecto, fondos para invertir en marketing, comprar más maquinaria y ampliar el taller.
Propuesta de valor
Ofrecer un linea de velas amigable con el medio ambiente y saludable, que permita generar ambientes agradables, decorados y que permitan relajarse.
Segmento de clientes
Personas joven y adultos con conciencia ambiental
Buscadores de bienestar y
Relaciones con clientes
Relación personalizada:
Atención a cliente con amabilidad y calidad
Conexiones espirituales
Detalles personalizados
Asesoramiento
Estructura de costes
Costos de las materias primas (ceras, pabilos, envases, empaques, aceites esenciales)
Costos de producción (energía, agua, gas)
Costos de ventas (diseñadores, publicidad, marketing)
Fuente de ingresos
Ventas directas, talleres, recargas de envases, venta de productos comentarios como imagenes religiosas y espirituales


NodoX Ecosystem PlatformNodoX Ecosystem Platform
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Nuestra red de aliados estratégicos se estructura en tres niveles para garantizar la solidez operativa:
Socios de Validación y Auditoría: Contamos con la firma Rork, encargada de la auditoría técnica externa que certifica la seguridad, escalabilidad y calidad de nuestro código ante inversionistas y clientes corporativos.
Socios Regulatorios y Fiscales: Integradores tecnológicos autorizados para la Facturación Electrónica (DIAN), lo que nos
Actividades clave
Nuestra operación se centra en cuatro actividades fundamentales para garantizar la escalabilidad y seguridad del ecosistema:
1. Desarrollo y Evolución Tecnológica: Mantenimiento
Canales
Utilizamos una estrategia de distribución omnicanal y escalable, diseñada para conectar eficientemente con nuestros dos segmentos de mercado:
Recursos clave
Contamos con cuatro pilares de recursos fundamentales que sostienen nuestra operación y escalabilidad:
Infraestructura Tecnológica: Arquitectura modular desarrollada en React y TypeScript, soportada por APIs RESTful y tRPC para una integración ágil y segura.
Propiedad Intelectual: Código fuente propio y optimizado de todos los módulos operativos (ERP, CRM, POS, Nómina y Facturación), lo que nos da
Propuesta de valor
Nuestra propuesta de valor es la democratización de la tecnología 'Enterprise' a través del Social Business.
Ofrecemos la única plataforma del mercado que fusiona un
Segmento de clientes
Nos dirigimos a tres segmentos interconectados bajo un modelo B2B2C:
Relaciones con clientes
Planteamos un modelo híbrido que combina la automatización tecnológica con la cercanía comunitaria, estructurado en tres niveles para garantizar retención y crecimiento:
Comunidad y Pertenencia (Social Business): A diferencia del software frío tradicional, fomentamos una relación constante mediante el Muro Social y Chat 1:1 integrados nativamente en la plataforma. Esto permite que usuarios y comercios interactúen directamente, creando un ecosistema vivo.
Soporte Técnico Jerarquizado:
Estructura de costes
Nuestra estructura de costos está optimizada bajo un modelo 'Lean', priorizando la inversión en activos tecnológicos y seguridad sobre gastos administrativos:
Infraestructura y Seguridad (Costos Directos): Inversión recurrente en servicios en la nube de alta disponibilidad, redundancia de datos y cifrado, necesarios para soportar la arquitectura modular y segura de la plataforma.
Desarrollo e Innovación (I+D): Recursos destinados a la ingeniería de software (React/TypeScript), mantenimiento de APIs y certificaciones técnicas (Auditoría Rork) que garantizan la escalabilidad del ERP.
Fuente de ingresos
Implementamos un modelo de ingresos híbrido que combina la estabilidad del SaaS (Software as a Service) con la escalabilidad de las Fintech:
1. Ingresos Recurrentes (Suscripciones B2B): Cobro mensual por el uso de la plataforma ERP bajo un esquema modular. Los Aliados pagan por el acceso a funcionalidades avanzadas como Nómina, CRM, Analíticas tipo Power BI y Facturación Electrónica.
2. Ingresos Transaccionales (Fintech): Comisiones por el procesamiento de pagos y transacciones realizadas a través del POS integrado y el flujo de dinero dentro del


Nurse NowNurse Now
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Clínicas, centros médicos y grupos de enfermeras.
Entidades públicas (alcaldías, gobernación, EPS).
Plataformas tecnológicas y de pagos.
Aliados logísticos y de transporte.
Comunidades locales y grupos sociales.
Actividades clave
Registro y verificación de enfermeras calificadas.
Control de calidad y protocolos de confianza.
Gestión de solicitudes y asignación de servicios.
Soporte técnico y atención al
Canales
""BTL a través de campañas en redes sociales, alianzas con clínicas, centros médicos y grupos de apoyo.
Implementación de un programa de embajadores
Recursos clave
Plataforma web tipo Uber.
Base de datos de enfermeras verificadas.
Sistemas de seguridad, calidad y pagos.
Equipo de desarrollo y soporte técnico.
Equipo administrativo y operativo.
Marca y reputación del servicio.
Propuesta de valor
"La forma más accesible y confiable de solicitar enfermeras calificadas y disponibles, eliminando la demora, la incertidumbre y la falta de confianza en la contratación de servicios de
Segmento de clientes
Pacientes crónicos que requieren acompañamiento regular.
Relaciones con clientes
Atención personalizada y cercana.
Verificación profesional para generar confianza.
Comunicación constante (chat, llamadas, notificaciones).
Fidelización mediante buen servicio y seguimiento.
Respaldo ante emergencias o servicios recurrentes.
Estructura de costes
considera la compra de un dominio web (.com o .co), la implementación de una base de datos segura como MySQL o PostgreSQL, el uso de servidores en la nube como AWS, Azure o Google Cloud para garantizar escalabilidad y respaldo, y la contratación de una persona encargada de la administración y soporte de la plataforma. La inversión inicial se estima en 20 millones de pesos colombianos, y luego el modelo podrá sostenerse de manera progresiva y sostenible gracias al aumento de servicios y la optimización de recursos.
Fuente de ingresos
Comisión por servicio (5–20%).
Tarifas por atención de enfermeras por hora o por procedimiento.
Suscripciones para pacientes frecuentes.
Servicios especializados (curaciones, terapias, cuidados intensivos básicos).
Convenios con instituciones y aseguradoras.


GuacalesjoGuacalesjo
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Agroplasticos del Cauca, me provee de insumos, mercado de la esmeralda, quesera el paisa
Actividades clave
Venta directa, calidad en el producto, servicio al clienteVenta directa, calidad en el producto, servicio al cliente
Canales
Redes sociales, venta en punto fijo, ferias de emprendimiento
Recursos clave
Recurso humano, físicos, maquinaria
Propuesta de valor
El aguacate contiene grasa monosaturadas que es saludable para nuestro organismo, aporta nutrientes ricos en magnesio potasio, vitamina e, c, d, k y nos ayuda a eliminar los radicales libres
Segmento de clientes
Consumidores de aguacate edades entre 20 a 60 años, ubicados en el municipio de popayán y el Cauca,
Relaciones con clientes
Captación
Estructura de costes
Costos fijos como pago de arriendo, servicios, variables como el cambio de los costos de los insumos
Fuente de ingresos
Venta de productos saludables


Élite Models IncElite Models Inc
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
1.Marcas locales y emprendedoras
2.Medios de comunicación
3.Fotógrafos, videógrafos y productores de contenido
Actividades clave
1.Producción y dirección de prácticas fotográficas
2. Gestión de casting
3. Producción de eventos de moda
1.Producción y dirección de prácticas fotográficas
Canales
Redes Sociales
Atención directa
Eventos y actividades públicas
Alianzas y referidos
Recursos clave
Alianzas con fotógrafos, diseñadores, maquilladores, salones de belleza y medios locales.
Convenios con certámenes de belleza para participación de alumnas.
Red de exalumnas, reinas y modelos que actúan como embajadoras y referencia de calidad.
Propuesta de valor
transformamos vidas a través del modelaje. Élite Models es un espacio seguro, disciplinado e inspirador donde cada historia encuentra una nueva oportunidad.
Segmento de clientes
En Élite Models Inc abrimos nuestras puertas a todas las personas que deseen aprender modelaje, sin
Relaciones con clientes
Creamos una red de apoyo entre estudiantes y sus familias promoviendo un ambiente seguro, respetuoso e inspirador.
Estructura de costes
Arriendo del espacio físico
Servicios públicos (energía, agua, internet)
Honorarios de instructor permanente
Papelería
Fuente de ingresos
1. Mensualidades de estudiantes
2. Talleres especiales y capacitaciones vacacionales
3.Producción de eventos propios de la marca (niña turismo Cauca -niña pubenza)
4.preparación personalizada a reinas departamental donde somos los franquiciantes autorizados (señorita Cauca al reinado nacional del café-reinado nacional de la capitania del mar-niña Cauca)
5.contamos con nuestra propia revista de modas donde las modelos ,diseñadoras ,artistas


Cosechando con amorCosechando con amor
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
productores de materias primas,
Actividades clave
Canales
Recursos clave
Propuesta de valor
Segmento de clientes
Relaciones con clientes
Estructura de costes
Fuente de ingresos


Casa Hacedores - Estudio Textil Casa Hacedores -
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Proveedores de fibras naturales y pigmentos
Restaurantes, espacios culturales y talleres aliados
Tiendas locales interesadas en slow fashion
Colaboradoras en bordado/producción cuando el volumen crezca
Actividades clave
Producción textil artesanal (teñir y bordar)
Diseño y desarrollo de nuevas colecciones
Gestión de talleres y experiencias
Comunicación y creción de
Canales
Instagram y redes
Ferias de Arte, diseño y emprendimiento
Eventos y talleres presenciales
Tienda online (a futuro)
Recursos clave
Recursos intelectuales (libros, documentales)
Identidad visual y narrative
Espacio de trabajo
Comunidad y red de colaboradoras
Propuesta de valor
Productos textiles artesanales con diseño únicos
Procesos sostenibles: tintes naturales, fibras y piezas hechas a Mano
Segmento de clientes
Mujeres/hombres jovenes y adultas interesadas en moda lenta y bienestar
Relaciones con clientes
Atención personalizada y cercana
Comunicación transparente sobre procesos materiales y de Origen natural
Ediciones limitadas que generan exclusividad
Comunidad alrededor de la creatividad y Los oficios
Talleres qué fortalecen la conexión emocional con l marca
Estructura de costes
Materiales: fibras naturales, Hilo, pigmentos, papel, herramientas
Producción y tiempo de Mano de Obra
Costos de ferias, transportes y empaques
Cursos, Investigación y mejora de técnicas
Comunicación y contenido
Fuente de ingresos
Venta Linea de slow fashion: básicas con propuesta, prendas exclusivas por colección, pañoletas teñidos.
Venta de Obra Textil: regalos para artistas, ceramica intervenidas, canvas, set de Hilos teñidos con tintes.
Talleres y experiencias creativas
Ediciones especiales y colaboraciones
Comisiones o piezas personalizadas


Manada Soft ToysManada Soft Toys
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Inicialmente los proveedores de telas y el resto de materia prima.
Jardines infantiles
Centros de estimulación temprana
Profesionales en fisioterapia y foncoaudiologia
Actividades clave
Creación de contenido digital, para dar a conocer los beneficios que obtiene el niño al usar los libros sensoriales, ademas de como limpiarlo y llevarlo a todas partes.
Diseño y creación de libros
Canales
Redes sociales .
Whats app business.
Ferias en colegios, ferias infantiles y artesanales.
Alianzas con lugares donde se atiendan niños, almacenes
Recursos clave
Conocimiento en costura, manejo de maquina de coser, y puntadas a mano.
Creatividad para el diseño de los libros.
Materiales, como las telas, hilos, cintas, botones, cremalleras, etc.
Marca y la historia que hay detrás de Manada Soft Toys. (tener más conexión con nuestro publico objetivo)
Canales digitales activos
Propuesta de valor
Ofrecemos libros sensoriales en tela, suaves y seguros, creados para estimular el desarrollo motriz fino y grueso de bebes y niños desde su nacimiento hasta la edad de 5 años, diseñados para apoyar
Segmento de clientes
Papás y Mamás con hijos entre 0 y 5 años de edad, de estrato 3 en adelante, con ingresos superiores al salario
Relaciones con clientes
Atención vía redes sociales, sobre todo wp e Instagram, brindando un buen servicio personalizado.
Contenido educativo
Personalización del producto según las necesidades del bebe.
Servicios post venta, cuidados, uso.
Estructura de costes
Mano de obra (tiempo de creación por pieza)
Materia prima (telas, fieltro, pañolenci, relleno, etc.)
Mercadeo (redes sociales)
Empaque y etiquetas .
Mantenimiento de herramientas.
Fuente de ingresos
Venta directa de los libros sensoriales.
Productos complementarios, como cubos, sonajeros, pelotas.
Ediciones personalizadas, nombre, colores y actividades, según la necesidad del cliente.
Linea diseñada para centros de estimulación con actividades especificas.
venta de kits armables en casa. (tarjetas sensoriales o titeres, serian diseños sencillos para fomentar la conexión entre tutor y los niños).
Creacion de talleres on line para quienes deseen tomarlo como terapia.

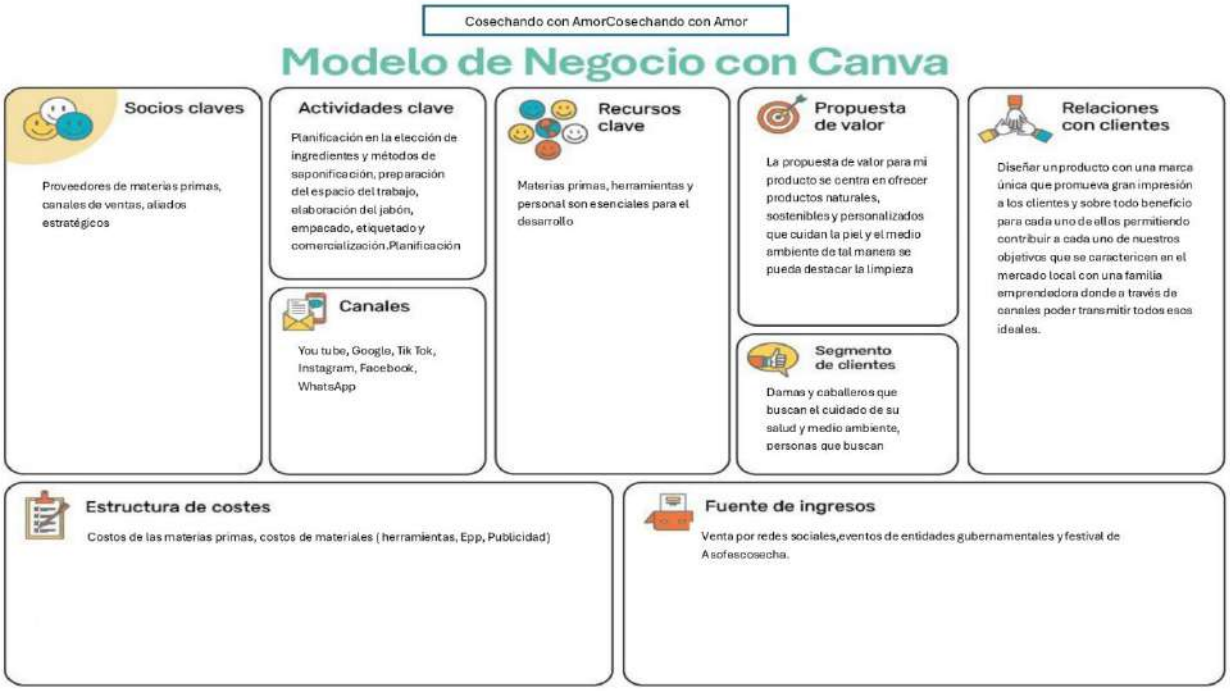

QuesetteQuesette
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
1. Proveedores de insumos premium
Distribuidores de quesos nacionales e importados.
Proveedores de charcutería fina, frutos secos, salsas artesanales y panes especiales.
Estos aliados aseguran la calidad y frescura de los ingredientes, elemento esencial en la experiencia gourmet.
2. Plataformas digitales
Instagram y TikTok, que funcionan como canales clave para interacción con clientes, ventas,
Actividades clave
Quesette ofrece su propuesta de valor, manteniendo la calidad del servicio y garantizar una experiencia premium para cada cliente. Estas actividades sostienen el funcionamiento del negocio y
Canales
Quesette utiliza una combinación de canales digitales y directos que permiten llegar a los clientes de manera efectiva, mostrar la esencia premium de la
Recursos clave
1. Recursos físicos y materiales
Utensilios gastronómicos profesionales: cuchillos especializados, recipientes, bandejas de presentación y herramientas de montaje.
Tablas de madera personalizadas, que aportan un valor agregado diferencial y fortalecen la identidad estética de la marca.
2. Recursos digitales
Redes sociales activas (Instagram
Propuesta de valor
En Quesette transformamos lo cotidiano en experiencias memorables. No solo ofrecemos tablas de queso y charcutería: entregamos momentos únicos, diseñados con elegancia, calidad y un
Segmento de clientes
Quesette se dirige a clientes que valoran la estética, la calidad gastronómica y las experiencias memorables. La
Relaciones con clientes
Quesette construye relaciones cercanas, personalizadas y basadas en la confianza, buscando no solo vender un producto, sino conectar emocionalmente con cada cliente a través de una experiencia memorable, Cada cliente recibe asesoría directa para elegir la tabla o el servicio que mejor se adapte a su evento, gustos y presupuesto. La comunicación es cercana, amable y orientada a resolver dudas y acompañar la decisión de compra. Comunicación constante por canales digitales, Las interacciones se realizan principalmente a través
Estructura de costes
La estructura de costos de Quesette está compuesta por gastos variables asociados a la preparación de cada producto y servicio, y gastos fijos necesarios para la operación del emprendimiento. Estos costos permiten mantener la calidad premium, la personalización y la experiencia ofrecida al cliente.
Costos Variables (dependen del número de tablas o eventos)
Ingredientes premium
Quesos nacionales e importados
Charcutería fina
Fuente de ingresos
Las principales fuentes de ingresos del emprendimiento provienen de:
1. Venta directa de tablas de queso y charcutería
Es la fuente principal de ingresos. Las ventas se realizan bajo pedido, con diferentes formatos y precios según el tamaño.
2. Tablas personalizadas para eventos
Ingresos generados por pedidos especiales para celebraciones como cumpleaños, aniversarios, fechas especiales, reuniones familiares y empresariales. Estos pedidos


Monviv s.a.sMonviv s.a.s
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Productores de café locales, clientes
Actividades clave
Control de calidad, distribución, producción, gestión con productores Control de calidad, distribución, producción, gestión con productores
Canales
Clientes, minoristas, WhatsApp
Recursos clave
Capital humano, conocimiento y experiencia, equipo de producción
Propuesta de valor
Café orgánico mezclado con productos naturales
Segmento de clientes
Consumidores conscientes, amantes del cafe, gourmet
Relaciones con clientes
Atención personalizada, comunicación transparente, retroalimentacion
Estructura de costes
Producción y empaque 30% costos de distribución y logística 30% costos administrativos 30% costos de desarrollo 10%
Fuente de ingresos
Ventas directas a clientes


MODA VERDEMODA VERDE
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Familias, cafeterías o fruterías que donan cáscaras de naranja.
Donantes de jean usado.
Universidad Autónoma del Cauca.
Donantes de jean usado (fábricas, profesores, estudiantes, negocios de costura). Colegios, ferias y eventos de emprendimiento.
Madres cabeza de familia.
Actividades clave
Recolección y desinfección de jean y residuos textiles.
Recolección y tratamiento de cáscaras de naranja.Diseño y fabricación de bolsos y accesorios. Ensamble de piezas mixtas (textil +
Canales
Redes sociales: Instagram, TikTok. Ferias escolares, locales y departamentales.
Venta directa por WhatsApp.
Recursos clave
Materia prima: jeans reciclados, telas reutilizadas y cáscaras de naranja. Proceso artesanal para secado, tratamiento y moldeado de las cáscaras. Madres cabeza de hogar como artesanas.
Estudiantes como equipo creativo (INEM).
Propuesta de valor
Accesorios y bolsos únicos, elaborados con jean reutilizado y acabados en cáscara de naranja.
Transformación de dos residuos (textiles y orgánicos) en productos de moda.
Segmento de clientes
Mujeres entre 25 y 45 años que buscan moda sostenible, artesanal y única.
Jóvenes eco-conscientes
Relaciones con clientes
Personalización de colores, formas y acabados en cáscara de naranja.
Contar la historia del impacto: residuos transformados. Atención personalizada y cercana.
Estructura de costes
Insumos (cierres, broches, pegantes, herrajes). Tratamiento de cáscaras de naranja (pinturas, pafillos, tijeras). Equipos (máquinas de coser, herramientas). Empaques ecoamigables. Material publicitario. Transporte a ferias o puntos de entrega.
Fuente de ingresos
Venta de bolsos con acabados en cáscara de naranja. Venta de accesorios (aretes, manillas, collares) con cáscara de naranja.


Naturalmente bellaNaturalmente bella
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Proveedores de cebo de cordero y materias primas naturales, laboratorios, diseñadores graficos, empresas de envíos o domicilios, instituciones de apoyo al emprendimiento, plataformas digitales
Actividades clave
Producción y formulación del producto, compra y selección del cebo de cordero, marketing y contenido digital, ventas y atencion al cliente, distribucion y logistica,
Canales
Canales Digitales como whatsapp, voz a voz, y ferias de emprendimiento
Recursos clave
Recursos fisico como espacios para produccion, recursos humanos, recursos tecnológicos como herramientas de diseño y marketing, recursos comerciales con proveedores locales de cebo de cordero y materias primas naturales, aliados para logistica de envíos locales, recursos financieros como capital inicial para compra de materias primas y empaques
Propuesta de valor
Crema facial artesanal, natural y altamente hidratante a base de cebo de cordero, elaborada con ingredientes tradicionales que regeneran la piel y aportan
Segmento de clientes
Segmentos de cliente
Mujeres y hombres interesados en el cuidado facial natural de los 35. a 60
Relaciones con clientes
Atención personalizada, comunicación cercana mediante redes sociales, seguimiento al cliente, promociones, participación en ferias artesanales y eventos
Estructura de costes
Estructura de costos
Costos de Producción como la compra de materia prima, costos operativos, costos de marketing y ventas y administrativos, asi como costos variables y fijos
Fuente de ingresos
Fuentes ingresos Venta directa de la crema facial, ventas al por mayor a tiendas naturistas y puntos de venta, ingresos por participación en ferias y eventos, personalización o pedidos especiales


Battle Arena Hobby CenterBattle Arena Hobby Center
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Distribuidores de juegos y TCG.
Marcas de alimentos y bebidas.
Instituciones educativas (para talleres).
Otros negocios locales complementarios.
Actividades clave
Gestión y dinamización de la comunidad.
Organización y ejecución de eventos.
Venta de productos.Gestión y dinamización de la comunidad.
Canales
Tienda física en ubicación estratégica de Popayán.
Redes sociales (Instagram, Facebook, Discord para comunidad).
Eventos presenciales
Recursos clave
Físicos: Local bien ubicado y ambientado, mobiliario especializado.
Humanos: Personal apasionado y conocedor.
Intelectuales: Conocimiento de los hobbies, metodología de eventos.
Comunitarios: La comunidad misma como activo principal.
Propuesta de valor
Principal: "Experiencia de comunidad y pertenencia" - el punto de encuentro donde las aficiones se transforman en conexiones sociales reales.
Secundarias: Espacio
Segmento de clientes
Núcleo: Hombres/mujeres 18-35 años en Popayán, aficionados a videojuegos, TCG, juegos de mesa y rol.
Relaciones con clientes
Comunidad activa y gestionada (grupos, líderes de comunidad).
Programa de fidelización (beneficios).
Atención personalizada y ambiente acogedor.
Comunicación constante sobre eventos y novedades.
Estructura de costes
Alquiler del local y servicios públicos.
Inventario de productos.
Sueldos del personal.
Marketing y publicidad.
Mantenimiento y ambientación del espacio.
Fuente de ingresos
Venta de productos (juegos, accesorios, TCG).
Entradas a eventos/torneos (inscripciones).
Ventas de comida y bebida en el local.
Alquiler de espacios/mesas.


Cosechando con AmorCosechando con Amor
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Proveedores de materias primas, canales de ventas, aliados estratégicos
Actividades clave
Planificación en la elección de ingredientes y métodos de saponificación, preparación del espacio del trabajo, elaboración del jabón, empacado, etiquetado y comercialización.Planificación
Canales
You tube, Google, Tik Tok, Instagram, Facebook, WhatsApp
Recursos clave
Materias primas, herramientas y personal son esenciales para el desarrollo
Propuesta de valor
La propuesta de valor para mi producto se centra en ofrecer productos naturales, sostenibles y personalizados que cuidan la piel y el medio ambiente de tal manera se pueda destacar la limpieza
Segmento de clientes
Damas y caballeros que buscan el cuidado de su salud y medio ambiente, personas que buscan
Relaciones con clientes
Diseñar un producto con una marca única que promueva gran impresión a los clientes y sobre todo beneficio para cada uno de ellos permitiendo contribuir a cada uno de nuestros objetivos que se caractericen en el mercado local con una familia emprendedora donde a través de canales poder transmitir todos esos ideales.
Estructura de costes
Costos de las materias primas, costos de materiales (herramientas, Epp, Publicidad)
Fuente de ingresos
Venta por redes sociales,eventos de entidades gubernamentales y festival de Asofescosecha.


NARAYANANARAYANA
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
plasticos mafra , empredelab , uniautonoma del cauca , grupo jyk
Actividades clave
elaboracion de alternativa sostenible elaboracion de alternativa sostenible
Canales
instagram
Recursos clave
agua , energia , transporte , marketing
Propuesta de valor
un propósito claro de economía circular y una marca con identidad propia que conecta con los jóvenes y los pequeños negocios."
Segmento de clientes
clientes amantes del cuidado del medio ambiente
Relaciones con clientes
clientes conconciencia ambiental,
Estructura de costes
elaboracion y fabricacion
Fuente de ingresos
ventas y manufacturacion


Helados de Paila SandonaHelados de Paila Sandona
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Agricultores y campesinos del departamento del Cauca (proveedores directos de fresa, mora, maracuyá, lulo, leche y otros productos naturales).
Proveedores locales de insumos para repostería y alimentos (masa de hojaldre, maíz, empaques, utensilios).
Asociaciones y redes solidarias del sector artesanal, gastronómico y cultural.
Aliados en ferias, mercados, centros comerciales y eventos comunitarios.
Actividades clave
Producción artesanal de helados de paila con frutas 100% naturales y de origen caucano.
Elaboración de empanadas de hojaldre, envueltos de choclo, champús y otros productos
Canales
Venta directa en ferias, bazares, mercados y eventos.
Redes sociales: Facebook, Instagram, WhatsApp Business.
Distribución en puntos de
Recursos clave
Equipos de producción artesanal (pailas, neveras, congeladores, utensilios).
Materia prima natural de origen local.
Personal con conocimiento tradicional y técnicas artesanales heredadas de mayores.
Conocimiento gastronómico y cultural sobre sabores típicos y procesos ancestrales.
Presencia digital básica
Propuesta de valor
Helados de Paila Sandoná ofrece:
Helados artesanales elaborados a mano, con tradición ancestral nariñense y sabor auténtico caucano.
Segmento de clientes
Familias y consumidores que buscan productos artesanales y naturales.
Relaciones con clientes
Atención cercana, amable y personalizada.
Comunicación directa vía WhatsApp y redes sociales.
Fidelización mediante calidad constante, buen servicio y productos frescos.
Entregas a domicilio y participación en ferias para contacto directo.
Construcción de comunidad alrededor de lo artesanal, lo local y lo saludable.
Estructura de costes
Compra de frutas y materia prima natural.
Insumos para productos adicionales (hojaldre, maíz, empaques, azúcar, leche).
Transporte y logística.
Costos de producción (hielo, gas, utensilios, mantenimiento de equipos).
Inversión en ferias, alquiler de stands y permisos.
Publicidad y promoción digital.
Mano de obra y tiempos de producción artesanal.
Fuente de ingresos
Venta de helados de paila artesanales.
Venta de línea dietética y saludable.
Venta de empanadas de hojaldre, envueltos de choclo y champús.
Comercialización de productos congelados por mayor y al detal.
Participación en ferias y eventos comerciales.
Encargos especiales para eventos, negocios o celebraciones.


PixelesPixeles
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Emprendedores, artistas y marcas que proveen casos reales para entrenamiento del sistema, alianzas con fotografos, videografos, productores musicales y diseñadores y plataformas de inteligencia artificial.
Actividades clave
Desarrollo y entrenamiento del Director Creativo IA (Pixel), produccion visual: fotografia, video, música y branding, investigacion en nuevas tecnologías de IA aplicadas al sector creativo,
Canales
Redes sociales: Instagram, TikTok, YouTube, Facebook y correo electronico.
Recursos clave
Pixel: Director Creativo IA, infraestructura digital, camaras, iluminacion, equipo de producción y conocimiento tecnico en diseño, multimedia, software e IA.
Propuesta de valor
Ofrecemos una solución creativa integral, combinando estudio audiovisual mas tecnología mas IA. Es una mezcla única entre creatividad humana y la inteligencia artificial.
Segmento de clientes
Emprendedores que necesitan contenido constante.
Relaciones con clientes
Acompañamiento híbrido: IA juntoc con los humanos y servicio personalizado según necesidades del cliente.
Estructura de costes
Produccion de contenido y contratacion de talento humano.
Equipos audiovisuales y mantenimiento del estudio.
Fuente de ingresos
Producción musical y dirección creativa para artistas y Video Musical.
Ventas de paquetes creativos (branding, campañas, guiones).
Servicios audiovisuales (fotografía, video, música).


SolarFlexSolarFlex
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
Autonoma y emprendelab
Actividades clave
prototipado e investigaciones constantesprototipado e investigaciones constantes
Canales
pagina web
Recursos clave
laboratorios de electronica y laboratorio de innovación, integrados electronicos
Propuesta de valor
Propuesta de Valor de SolarFlex
SolarFlex ofrece energía eléctrica portátil, segura y 100% renovable, permitiendo a los usuarios cargar sus
Segmento de clientes
Mercado objetivo de SolarFlex
Segmento residencial y de
Relaciones con clientes
buena y recibimiento de feedback
Estructura de costes
aun no aplica
Fuente de ingresos
propios


Sangria artesanal premium SVSangria artesanal
Modelo de Negocio con Canva
Socios claves
PROVEEDORES DE FRUTAS FRSCAS, PROVEEDORES DE CAFE DE CALIDAD LOCAL, PROVEDORES DE VINO ARTESANAL TINTO SEMI SECO.
Actividades clave
PRODUCCION Y ELABORACION ARTESANAL, DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTO, MARKETIN Y COMUNICACION VENTAS Y ATENCION AL CLIENTE Y ALIANZAS Y RELACIONES
Canales
REDES SOCIALES, INSTAGRAM Y FACEBOOK , WHATSAPP BUSINESS VENTAS EN EVENTOS Y FERIAS LOCALES, ALIADOS Y PUNTOS DE VENTA,
Recursos clave
RECURSOS HUMANOS, MATRIALES TECNOLOGICOS, FINANCIEROS
Propuesta de valor
por experiencia y atención al cliente y calidad de producto
Segmento de clientes
edad, genero, ingresos, familia, ciudad, idiomas, poblacion, region, zona, estilo de vida, valor
Relaciones con clientes
SOCIOS, AMIGABLE, EMPRESARIOS
Estructura de costes
COSTOS INCESARIOS PARA ADORNAR LOS PRODUCTOS Y AMBIENTE PARA CADA FECHA ESPECIAL PROBLEMA - TENSION - RESOLUCION
Fuente de ingresos
ALIANCIAS por medio intermediarios con otros emprendedores con detalles especiales personalizados, eventos coorporativos. CAPACITACION CONTINUA.

	ALCALDIA DE POPAYÁN	F-DPE-01
Unlautónoma	ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS	Versión: 02
		Página: 2 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: BootCamP	FUNCIONARIO PUBLICO RESPONSABLE: Juan David Arbey Pabon	LUGAR: Alibe	FECHA: 22 / 11 / 25
Marque con X: Capacitación: ___ Taller: ___ Reunión: ___ Otro: ___ Cual			PONENTE:

No	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	ENTIDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
13	Brian Bedoya V	1061772550	Alibe	3105823187	brianbedoya0	
14	Vanessa Mendoza C	1061778584	Ideas Robotic	3127985473		
15	Gimar Yaber Ruiz	1061792349	Pipian Party.	3009502846		
16	Nayivet Guevara G	1061792636	Mundo Soft Toys	3107908976		
17	Jader Bdaios Rueda	1082593880	EL Arbolito	3022753082		
18	Ximena Cabezas	59375858	Origami	3148724570		
19	Andrea Tovar	1061730531	Casa payan artesanias. pop	3128590926		
20	Clara Agredo	31537111	Fiesta Artesanos	3178603005		
21	Sebastian Orrego	1061714625	IAEM.	3113790185		
22	Caroline Alcaín	34323262	Jata	3134440279		
23	Luis Sánchez	25395185	Lucha por Mariscada	3206893770		
24	Camilo Delgado	1061833538	FUDEPROG	3128146611		

Powered by CamScanner

	ALCALDIA DE POPAYÁN	F-DPE-01
Unicatólica	ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS	Versión: 02
		Página: 2 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: Bootcamp	FUNCIONARIO PÚBLICO RESPONSABLE: Juan David Alfaro Pabón	LUGAR: Alsibe	FECHA: 22 / 11 / 25
Marque con X: Capacitación: ___ Taller: ___ Reunión: ___ Otro: ___ Cual			PONENTE:

No	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	ENTIDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
13	Maira Y. Ramos	1061300150	Casa Hogar [illegible] 1061300150	3113478489	mairamosa.fajn	
14	jhon Montilla	1061311324	Nuevo 645	3001957164	jm.pupzeeeagn	
15	Yipeya Anaya Rocha	1061686359	Arte láser	3186940668	mieyta.sve[illegible]	
16	Nidia Ximena [illegible]	25281945	Servicoura	3008391230	Servicoura.Solucion	
17	Flor Mary Narvaez	1058790379	Cacao el 100	3128058775	Florymarynarvaez@g	
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						

Powered by CamScanner

	ALCALDIA DE POPAYÁN	F-DPE-01
Universidad Autónoma del Cauca	ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS	Versión: 02
		Página: 2 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: Bootcamp	FUNCIONARIO PÚBLICO RESPONSABLE: Juan Pablo Arboleda Peña	LUGAR: Alibar	FECHA: 22 / 11 / 25
Marque con X: Capacitación: ___ Taller: ___ Reunión: ___ Otro: ___ Cual			PONENTE

No	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	ENTIDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
13	Yarely Torres G	34327393	Augette	3146961120	[illegible]	
14	Sandra Ospina	39321602	Amelia Arbo.	3203194685	[illegible]	
15	Leidy Martina Perez	39326389	Biodiverso	3135019741	[illegible]	
16	Sahara Vásquez Cruz	1123682076	Energía Atam	3012	[illegible]	
17	Laura Juana Salazar H.	1061737298	Hexabi Fashion	3123551736	[illegible]	
18	[illegible]	25636006	[illegible]	3193	[illegible]	
19	Angelu Lemos	37504970	Pana Ellos	3155443662	[illegible]	
20	Luz Adriana Uribe	25282206	Politécnico	3207035320		
21	Degmer Henry Chicangana	1061716274	Nurse Now	3235025247	[illegible]	
22	Geidy Castillo	51722257	Glucias	3134939929	[illegible]	
23	Camilo A Varona	1024027218	Carretera	3218553336	[illegible]	
24	Daniel Camilo	1061951779	Silica	3152315165		

Powered by CamScanner

	ALCALDIA DE POPAYÁN	F-DPE-01
	ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS	Versión: 02
		Página: 2 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: Bootcamp	FUNCIONARIO PUBLICO RESPONSABLE: Juan Camilo Arturo Pabón	LUGAR: Alkibe	FECHA: 22 / 11 / 25
Marque con X: Capacitación: ___ Taller: ___ Reunión: ___ Otro: ___ Cual:			PONENTE:

No	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	ENTIDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
13	Tatiana Marcela Ledesma	25282690	Alcaldía de Popayán	3136522769		
14	Tania Victoria Dimitro	1061798688	Planta de Paramo	3137277445		
15	Ana Cidalia Ordoñez	41078900	IGA	3172438711		
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						

Powered by CamScanner

	ALCALDIA DE POPAYÁN	F-DPE-01
Uniautónoma	ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS	Versión: 02
		Página: 2 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: Bootcamp	FUNCIONARIO PÚBLICO RESPONSABLE: Juan Pablo Arana Peláez	LUGAR: Alibe	FECHA: 22 / 11 / 25
Marque con X: Capacitación: ___ Taller: ___ Reunión: ___ Otro: ___ Cual ___			PONENTE:

No	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	ENTIDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
13	Laura Cristina Muñoz	1061790430	Battle Arena H.O.	—	—	Laura M.
14	Augusto Herrera Muñoz	1061757225	Battle Arena H.C	3178496285	battlearenapop@gmail	
15	Valeria Viloria	1061741436	Esencia	3123576605	valeria1403@live	Valeria V.
16	Jose Mauricio Zuñiga		Amalia arte	3217637531	Sujigajose72@gmail.com	JoseM
17	Sebastián Greco O.	1061741625	INEM	3113790465	Sebastiangreco@g	SEBMO.
18	Camilo Carvajal	1058241967	INEM	3126029656	—	Camilo
19	Sandra Ospina	34321603	Amalia Arte	3209490282		
20	Maria Jose Guzmán G.	1088661308	CAFETAL	3212367179	maria.guzman@uniautonoma.edu	Mj. Guzmán
21						
22						
23						
24						

Powered by CamScanner

	ALCALDIA DE POPAYÁN	F-DPE-01
	ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS	Versión: 02
		Página 2 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: Realrap	FUNCIONARIO PUBLICO RESPONSABLE: Juan Daniel Arturo Rabon	LUGAR: Alfibe	FECHA: 22 / 11 / 25
Marque con X: Capacitación: ___ Taller: ___ Reunión: ___ Otro: ___ Cual:			PONENTE:

No	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	ENTIDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
13	Jim b.st.les U	1024624944	La Ure	3116439541	—	
14	NICOLAS HANO	76318650	NIKADV IA	3174429036		
15	Jean Pierr Ospina	1002778279	El Abuelo Animaticos	3025192461	jeanpierrepro@gmail.com	
16	Cristian David Sanchez D	1005861234	Universitarios	7153385584	—	
17	Juan camilo SOLIS	1061804781	Hijuelo de Punto	3218998455		
18	Ortelinda Hurtados	43.259.104	Oficina Atención Accesorios	3155786[illegible]	[illegible]@gmail.com	
19	Eugenia Bolaños Lima	25.777.604	Fontaneros	3116496867	[illegible]	
20	Sylvana Vásquez O.	1128[illegible]	Sergio Arboleda	3012028[illegible]	[illegible]	
21	Deivid Erazo C.C.	3134[illegible]	" "	3214[illegible]	[illegible]	
22	Kammy Fidel Pito	34.319.189	Costa tour and Travel	3145346774	[illegible]	
23	Maira Y. Ramos	1061000158	Casa Hurtados	3113471457	[illegible]	
24	Maria del Carmen G	1061746149	Trebol Paisa	3206066[illegible]	[illegible]	

Powered by CamScanner

	ALCALDIA DE POPAYÁN	F-DPE-01
Unisanitas Emprende Lab	ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS	Versión: 02
		Página: 2 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: Bootcamp	FUNCIONARIO PÚBLICO RESPONSABLE: Juan Camilo Arbeláez Pabón	LUGAR: Alibe	FECHA: 22 / 11 / 25
Marque con X: Capacitación: ___ Taller: ___ Reunión: ___ Otro: ___ Cual			PONENTE:

No	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	ENTIDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
13	Gustavo Bermeo	1002574980	Navayana	3137624986	gustavo.bermeo@	
14	NICOLAS LLANO	76318650	NIKADULA	3174240		
15	Jennifer Arcayo	1061741908	Tastycoo	3207515965		
16	Miguel Fernandez	1061752269	Camus mitad pedo	3132337475	camusmitadpedo@	
17	Christian David Orozco	1061687908	Chapinero	3104491155	christian.orozco@unisanitas.edu.co	
18	Juan Pierre Ospina	1002778218	El Abuelo Hamburguesas	3025792965	juanpierreante2@gmail.com	
19	Angie Patricia M	1061727136	Don King	3125074378	Angievalencia1516@	
20	Alexandra Mazuera	1061749155	Pet AND Pet	3006956560	petandpetsas@gmail.	
21	Nicol Daniela Lozada	1096169296	Sin Comitar	3022693172	danielalozada1096@	
22	Juan Camilo Ortiz	KGH5646G4	INKEPA.	—	—	
23	Eugenia Paredes S	25-277611	Fortuna Sa	3116494689	Fortuna de Vivir	
24	Jostin Dian Agustin	1061775006	Nike NN	3135202	Oficinadiana@unisanitas.edu.co	

Powered by CamScanner

	ALCALDIA DE POPAYÁN	F-DPE-01
Unicatólica	ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS	Versión: 02
		Página: 2 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: Root camp	FUNCIONARIO PUBLICO RESPONSABLE: Juan Carlos Aldana Rabón	LUGAR: Alibe	FECHA: 22 / 11 / 25
Marque con X: Capacitación: ___ Taller: ___ Reunión: ___ Otro: ___ Cual			PONENTE:

No	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	ENTIDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
13	Lady Adriana Villamarín	34.322.265	HELADOES	3225922150	adri.m.villamarin@gmail.com	
14	Laura Cristina Muñoz	1061740430	Battle Arena H.C.	3176862879	—	Laura M.
15	Carolina Rodas	1061800891	Valeria Modelos	3015498643	[illegible]	Carolina R
16	Harold Quiñones	1085544770	Valeria Modelos	3165765951	[illegible]	Harold Q
17	Ana Mena O. M.	1061804110	Santiago Psicología Salud	3215925799	anamenao@gmail.com	
18	GILBERTO ALDARADO U	10BK116889	EMPRENDECAD	3170903932	gilberto.alvarado@unicatolica.edu.co	
19	Camilo Bermudez	1061789468	Autonoma	3104522327	Bermudez.m.j.2020@gmail.com	
20						
21						
22						
23						
24						

Powered by CamScanner

	ALCALDIA DE POPAYÁN	F-DPE-01
Unimayor Comuna	ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS	Versión: 02
		Página: 2 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: Bootcamp	FUNCIONARIO PUBLICO RESPONSABLE: Juan Carlos Arturo Peñon	LUGAR: Alibe	FECHA: 22 / 11 / 25
Marque con X: Capacitación: ___ Taller: ___ Reunión: ___ Otro: ___ Cual			PONENTE:

No	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	ENTIDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
13	Harold F Quintero Cifuentes	1085347770	Uni Modular	3165760967	Uicomunidad@gmail.com	
14	Geraldine Sierra Rengifo	1061800871	Uni Modular	3016498693	Uicomunidad@gmail.com	
15	Camilo Andres Delgado	1061813538	FUDEARDE	3218146611	camilo.delgado.c@unicatolicaonline.edu	
16	Ana Isabel Equiza P	1061797801	Utopia	3014469799	ana.equiza@utopia.edu	
17	Alejandro Becerra P	1061166092	INCRA	3213278988	—	
18	Leonardo F Londoño	94073577	Uni Autonoma	3172619897	AUX. INFRAESTRUCTURA	
19						
20						
21						
22						
23						
24						

Powered by CamScanner

	ALCALDIA DE POPAYÁN	F-DPE-01
Unlautónoma	ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS	Versión: 02
EMPRENDELAS		Página: 2 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: Bootcamp
FUNCIONARIO PUBLICO RESPONSABLE: Julian Pedro Arturo Pabón
LUGAR: Alibe
FECHA: 22 / 11 / 25
Marque con X: Capacitación: ___ Taller: ___ Reunión: ___ Otro: ___ Cual
PONENTE:

No	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	ENTIDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
13	Wilfred Rivera	76331715	Unicatolica	3162995376	wi.fredrivera.m	
14	Gustavo Bermeo	1061054950	Universidad Antonio Nariño	3137624989	gustavo.bermeo.m@	
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						

Powered by CamScanner




POPAYÁN INN

Video Pitch - iA emprende

External Recibidos × aprobado × emprendimiento × pitch ×

Luis Felipe Montenegro Narváez <felipemontenegro.n@g... 24 nov 2025, 22:05

para mí

Parece que este mensaje está en inglés

Traducir al español

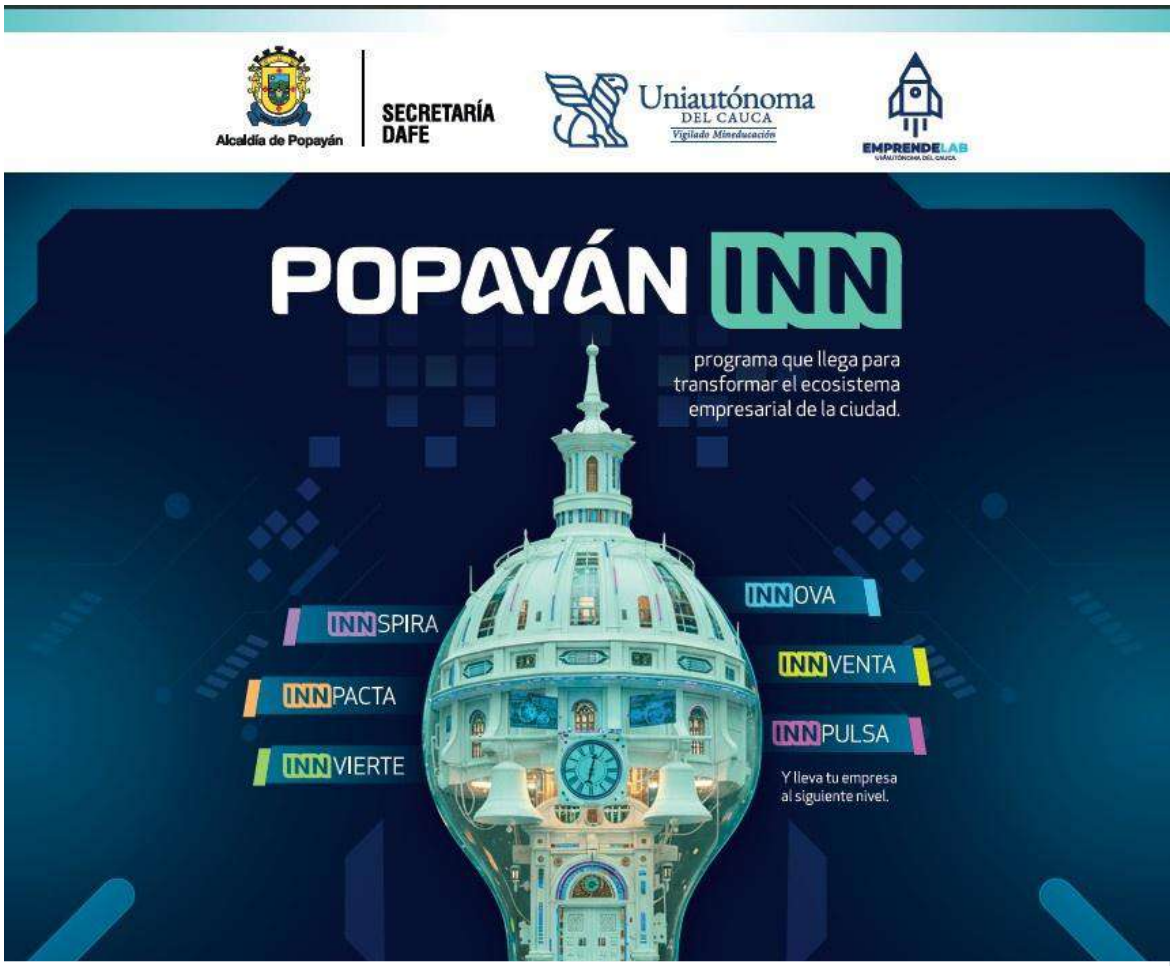
❌ ***He diligenciado el formulario pero no le tome captura, mil disculpas*** ✅

Descarga directa del video:

ia Emprende VideoPitch_1080p.mp4

Link de YouTube:
https://youtu.be/4SzERWLxDZ4

Link de WeTransfer:
https://we.tl/t-j6aPqqUpuY



Evidencia actividad 4.2. Evento de Presentación Ring de Pitch de emprendimientos en fase de consolidación con potencial tecnológico y actividad 4.3 Evento con toda la organización, coordinación y gestión para la de entrega de certificados de la fase de formación desarrollada para ambos grupos

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO ESPECIALIZADO EN EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL POPAYÁN INN: INNPULSA. INNSPIRA. INNVENTA. INNPACTA. INNOVA. INNVIERTE

FASE 4	PRESENTACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
DESCRIPCIÓN	En esta etapa, el Comité Evaluador Técnico tendrá a su cargo la revisión detallada de las propuestas presentadas por los emprendedores, con el objetivo de identificar aquellas con mayor viabilidad, impacto y alineación con los objetivos del programa. Para ello, contará con el apoyo operativo y logístico necesario para garantizar el buen desarrollo del proceso.
ACTIVIDAD	Actividad 4.2. Evento de Presentación Ring de Pitch de emprendimientos en fase de consolidación con potencial tecnológico. Actividad 4.3 Evento con toda la organización, coordinación y gestión para la de entrega de certificados de la fase de formación desarrollada para ambos grupos
INFORME #4.2- 4.3	Informe del evento tipo ring y de la entrega de certificados con su respectivo registro de asistencia y registro audiovisual.

OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Diseñar e implementar un programa de entrenamiento especializado orientado al fortalecimiento empresarial y al impulso del emprendimiento en Popayán, mediante procesos de formación avanzada, apropiación tecnológica, acompañamiento estratégico y generación de capacidades para mejorar la competitividad, la sostenibilidad y la creación de empleo en empresas y emprendimientos de la región.

1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se ha consolidado como un motor fundamental para el desarrollo económico, social y territorial, especialmente cuando se promueve a través de procesos estructurados que fortalecen las capacidades empresariales y potencian la innovación. En este contexto, el diseño de espacios estratégicos orientados al acompañamiento, evaluación y reconocimiento de los emprendedores resulta clave para generar impactos sostenibles, facilitar la toma de decisiones informadas y promover la consolidación de iniciativas con potencial de crecimiento y diferenciación.Estos espacios, concebidos de manera articulada y coherente, fomentan el aprendizaje práctico, intercambio de experiencias y construcción de redes de apoyo, elementos indispensables para el fortalecimiento del ecosistema emprendedor y la generación de confianza entre los diferentes actores involucrados.

El presente informe da cuenta de un espacio integral concebido para fortalecer el ecosistema emprendedor mediante la articulación de escenarios de evaluación, reconocimiento e inspiración, desarrollados de manera fluida y complementaria. Este tipo de encuentros permite no solo visibilizar emprendimientos en fase de consolidación con potencial tecnológico, sino también generar dinámicas de aprendizaje práctico, intercambio de experiencias y toma de decisiones estratégicas, orientadas a potenciar las capacidades empresariales y la proyección de los participantes.

En este marco, las presentaciones tipo Ring de Pitch se integraron de forma natural como un escenario de diálogo y análisis especializado, en el cual los emprendedores expusieron sus propuestas de valor ante un comité con experiencia técnica y estratégica, recibiendo retroalimentación que aportó a la mejora de sus modelos de negocio y a la claridad de sus procesos de crecimiento. De manera articulada, el reconocimiento a través de la certificación permitió validar los aprendizajes adquiridos durante el proceso formativo, reforzando la confianza de los participantes y consolidando el cierre de una etapa clave dentro de su desarrollo empresarial.

Este proceso se vio enriquecido por la participación de un invitado estelar de reconocimiento nacional, cuya trayectoria aportó un componente inspiracional que conectó la experiencia práctica con una visión estratégica del emprendimiento y la innovación. Su intervención permitió contextualizar los aprendizajes en escenarios reales, motivando a los asistentes a identificar nuevas oportunidades y a proyectar

sus iniciativas con mayor claridad y ambición. En conjunto, estos elementos se desarrollaron de manera coherente y continua, configurando un evento de alto impacto que contribuyó al fortalecimiento del tejido empresarial y al impulso de una cultura emprendedora sólida y sostenible.

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA DINÁMICA DEL RING DE PITCH

La dinámica del Ring de Pitch fue concebida como un espacio formativo y experiencial que, además de cumplir una función evaluativa, buscó fortalecer las habilidades de comunicación, seguridad y argumentación de los emprendedores y empresarios participantes. El formato permitió que los proyectos fueran presentados en un entorno retador, pero controlado, orientado a que los participantes ganaran confianza y soltura al exponer sus ideas frente a un público y a un comité evaluador.

Bajo una metodología tipo pitch competitivo, similar a escenarios de presentación empresarial y de inversión, los participantes tuvieron la oportunidad de estructurar y comunicar de manera clara el valor de sus proyectos, destacando sus propuestas, avances y proyección. Este ejercicio respondió a la necesidad de preparar a los emprendedores para contextos reales del ecosistema empresarial, donde un buen pitch puede abrir oportunidades de validación comercial, alianzas estratégicas, acceso a financiación o vinculación con actores clave.

2.1 Objetivo del Ring de Pitch

Presentar las ideas de los emprendedores en un escenario práctico de aprendizaje y visibilización, orientado al fortalecimiento de los proyectos mediante comunicación efectiva.

2.2. Adecuación del espacio y preparación logística

Para la realización del Evento Ring de Pitch se organizó un espacio físico con las condiciones técnicas necesarias para el desarrollo de la jornada. El lugar contó con pantalla de proyección, iluminación escénica y un escenario dispuesto bajo el formato de Ring de Pitch, conforme a la metodología definida para la actividad.

En la pantalla se proyectó de manera permanente el control de tiempo asignado a cada participante, así como la ruleta digital utilizada para la selección aleatoria de las parejas de presentación, garantizando un proceso transparente y ordenado. Esta disposición permitió el adecuado seguimiento de la dinámica por parte de los emprendedores, empresarios y jurado evaluador, facilitando el cumplimiento de los tiempos y el correcto desarrollo del evento.





2.3. Reglas y metodología de evaluación

Para el desarrollo del Ring de Pitch se diseñó una rúbrica de evaluación como instrumento técnico de apoyo al proceso de valoración, la cual fue aplicada por el jurado calificador durante cada uno de los enfrentamientos realizados. Esta rúbrica permitió evaluar de manera ordenada y comparable las presentaciones, garantizando criterios comunes para todos los participantes.

La herramienta de evaluación contempló criterios técnicos previamente definidos, orientados a analizar la claridad en la presentación del pitch, la coherencia del modelo de negocio, la solidez de la propuesta de valor y las habilidades de comunicación de los participantes. Su aplicación facilitó un proceso de calificación objetivo y sistemático, reduciendo la subjetividad en la toma de decisiones.

A continuación, se presenta la rúbrica de evaluación utilizada por los jurados, en la cual se detallan los criterios, la escala de calificación y los aspectos evaluados durante el desarrollo del Ring de Pitch.

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

4. RING DE PITCH

Rúbrica de evaluación

El Ring de Pitch es un espacio diseñado para que emprendedores y empresas participantes del programa POPAYÁN INN demuestren su capacidad para comunicar de manera clara, estratégica y persuasiva el valor de sus iniciativas. Este proceso busca identificar propuestas con alto potencial de innovación, viabilidad y impacto regional, alineadas con los propósitos de fortalecimiento empresarial y apropiación tecnológica del programa. La siguiente rúbrica establece los criterios de evaluación que permitirán a los jurados valorar de forma objetiva y coherente cada pitch, otorgando un puntaje máximo de 100 puntos distribuidos en cinco aspectos del desarrollo emprendedor.

Escala de valoración por criterio (0–20 puntos):

- 17–20: Excelente
- 13–16: Bueno
- 9–12: Aceptable
- 5–8: Bajo
- 0–4: Deficiente

Factor 1. Claridad y estructura del pitch (máx. 20 puntos)

Evalúa la capacidad del participante para comunicar su idea de manera clara, coherente y persuasiva (estructura lógica, mensajes clave comprensibles, fluidez y dominio del discurso, uso adecuado del tiempo).

Factor 2. Identificación y pertinencia del problema u oportunidad (máx. 20 puntos)

Valora el nivel de comprensión del problema/oportunidad que aborda el proyecto (claridad del problema u oportunidad de mercado, pertinencia en el ámbito tecnológico o sectorial, uso de evidencia o datos del contexto, alineación con las necesidades del entorno).

Factor 3. Propuesta de valor innovadora (máx. 20 puntos)

Evalúa el grado de innovación y diferenciación de la solución presentada (novedad de la idea o enfoque tecnológico, elementos diferenciadores, creatividad en la solución, coherencia con tendencias y necesidades del mercado).

Factor 4. Viabilidad técnica, comercial u operativa (máx. 20 puntos)

Determina el potencial real de ejecución del proyecto (factibilidad técnica de la solución, potencial comercial y mercado objetivo, recursos y capacidades del equipo).

Factor 5. Potencial de impacto regional y generación de valor (máx. 20 puntos)

Evalúa la contribución del proyecto al desarrollo regional (aporte al ecosistema empresarial local, potencial de generación de empleo o impacto social, relevancia para el municipio de Popayán, contribución a la innovación y sostenibilidad).

Fecha :			RING DE PITCH - GRUPO POPAYAN INN					
			CRITERIOS DE SELECCIÓN					
			Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	
Número de Ring	Número de empresa	Nombre de la empresa	Claridad y estructura del pitch	Identificación y pertinencia del problema u oportunidad	Propuesta de valor innovadora	Viabilidad técnica, comercial u operativa	Potencial de impacto regional y generación de valor	PUNTAJE TOTAL
RING 1	Empresa 1							
	Empresa 2							
RING 2	Empresa 1							
	Empresa 2							
RING 3	Empresa 1							
	Empresa 2							
RING 4	Empresa 1							
	Empresa 2							
	Empresa 1							

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

5. DESARROLLO DEL EVENTO (CRONOGRAMA MINUTO A MINUTO)

5.1. Apertura y Bienvenida

La jornada inició con la intervención del Maestro de Ceremonias, quien dio la bienvenida a todos los asistentes al Ring de Pitch de Popayán Inn, resaltando que este espacio celebra el talento, el esfuerzo y el espíritu emprendedor de la ciudad de Popayán.

Se presentó oficialmente al Comité Evaluador, conformado por tres destacados profesionales:

- **Jurado 1: Diego Aguilar**

CAIO (Chief Artificial Intelligence Officer) de Qualitas, es fundador y Ex Director de Tecnología de TalO Systems, con más de 20 años de experiencia en desarrollo tecnológico. Su trabajo se ha centrado en inteligencia artificial, procesamiento de imágenes, sistemas embebidos y robótica. Es maestro en Electrónica y Telecomunicaciones y ha trabajado en microelectrónica y desarrollo de software. Ha sido profesor en la Universidad del Cauca y ha participado en publicaciones nacionales e internacionales. Durante cerca de 12 años, ha trabajado en más de 50 proyectos tecnológicos para Intel Corporation, contribuyendo al desarrollo de soluciones innovadoras.

- **Jurado 2: Santiago A. Muñoz de la Rosa**

Ingeniero en Electrónica y Telecomunicaciones, Master en diseño de experiencia de usuario, Master en formación en administración de negocios. MBA, Experiencia 8 años en industrias TIC y 10 años en el sector academia, experto en relaciones públicas y desarrollo de proyectos para el sector privado y público. Actualmente Vicerrector de Relacionamiento con el Entorno en Uniautónoma del Cauca, liderando áreas estratégicas como la proyección social, la innovación, la internacionalización, egresados y educación continua, han permitido generar nuevas rutas y lineamientos para el desarrollo de los objetivos propuestos por la Universidad.

- **Jurado 3: Manuel Andrés Belalcázar Sandoval**

Ingeniero de Sistemas, Especialista en Gerencia del Talento Humano con énfasis en clima organizacional, Especialista en Gerencia de la Calidad, Maestría en Gestión de la Innovación, Actualmente es el Director General y Administrativo, de la

Uniautónoma del Cauca, cuento con nueve años de experiencia laboral en cargos Directivos como Director de planeación, Director de Gestión Humana y Director de proyectos en convenio con el Estado Colombiano. además de estudios especializado en planes estratégicos, diseño de sistemas de medición y control de la gestión, modelos de Gestión Humana basado en competencias, diseño de escalas salariales, estudios e investigaciones de clima.

5.2. Contexto del Programa

Se recordó a los asistentes que el evento hace parte de la estrategia de fortalecimiento empresarial Popayán INN, impulsada desde la Alcaldía de Popayán y la Secretaría de Desarrollo Agroambiental y Fomento Económico – DAFE, enmarcada en la Fase 4 del programa. Esta etapa está dedicada a la presentación y evaluación de proyectos, con el fin de reconocer y destacar aquellas iniciativas que evidencian mayor viabilidad y potencial de crecimiento.

La jornada se concibió como un espacio de encuentro y visibilización para los emprendedores del municipio, quienes tuvieron la oportunidad de mostrar sus propuestas ante un comité evaluador y la comunidad participante. De esta manera, se reafirmó el compromiso de la administración municipal en seguir apoyando el talento local, promoviendo la innovación y generando oportunidades que fortalezcan el tejido empresarial de Popayán.

5.3. Explicación de la Dinámica y Reglas

El animador contratado para el desarrollo del evento fue el encargado de explicar al público y a los participantes la dinámica del Ring de Pitch, asegurando un ambiente claro, ordenado y motivador. Durante su intervención se establecieron las siguientes pautas:

- Orden de presentación: El turno de cada participante fue definido mediante una ruleta digital, la cual se activaba antes de cada enfrentamiento. De esta manera, se garantizó un proceso completamente aleatorio y transparente, generando expectativa y emoción entre los asistentes.
- Selección al azar: Antes de cada presentación, la ruleta escogía al azar a los emprendedores que debían enfrentarse en la ronda correspondiente, manteniendo la dinámica ágil y sorpresiva.
- Tiempo de exposición: Cada participante contó con un máximo de tres (3) minutos para presentar su pitch, lo que permitió sintetizar de manera precisa los aspectos más relevantes de su propuesta.