

LEGRAFI

Juan Pablo Aristizabal Castrillón

Proyecto Empresarial  
Institución Universitaria de Envigado  
Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas

2024

## Contenido

1. Resumen.....	4
1.1 Palabras claves:.....	4
2. Abstract.....	4
3. Introducción.....	5
4. Reto 1: el problema.....	5
4.1. Preguntas del manual.....	5
4.2. Hipótesis inicial.....	6
4.3. Objetivo.....	7
4.4. Instrumento de validación.....	7
4.5. Experimento de validación.....	8
4.6. Herramienta metodológica.....	11
5. Reto 2: arquetipo.....	11
5.1 Preguntas del manual.....	11
5.2 Hipótesis.....	12
5.3 Instrumento de validación.....	13
5.4. Experimento de validación.....	15
5.4.1. Conclusiones.....	18
5.5. Herramienta metodológica.....	19
5.5.1. Tarjeta arquetipo.....	19
6. Reto 3: propuesta de valor.....	20
6.1. Preguntas del manual.....	20
6.2. Hipótesis de la propuesta de valor.....	21
6.3. Instrumento de validación.....	21
6.4. Experimento de validación.....	22
6.4.1. Conclusiones.....	24
6.4.2. Nueva propuesta de valor.....	25
6.5. Herramienta Metodológica.....	25
7. Reto 4: el prototipo funcional.....	26
7.1. El prototipo.....	26
7.2. Instrumento de validación.....	27
7.3. Experimento de validación.....	28
7.3.1. Conclusiones.....	29

7.4. Herramienta metodológica.....	30
8. Reto 5: producto mínimo viable, validado y vendible. ....	32
8.1. Producto mínimo viable.....	32
8.2. Funciones de las aplicaciones.....	36
<b>8.2.1. WhatsApp.</b> <a href="https://wa.link/qk2zy8">https://wa.link/qk2zy8</a> .....	36
8.3 Instrumento de validación.....	38
8.4. Experimento de validación. ....	39
8.5. Herramienta metodológica.....	43
9. Reto 6: tracción.....	44
9.1. Campaña para captar prospectos.....	44
9.2. Preguntas del manual .....	44
9.3. Trabajo .....	46
9.4. Herramienta metodológica.....	47
9.4.1. Embudo de clientes.....	47
9.4.2 MODELO CANVAS.....	47

## 1. Resumen.

En el presente trabajo se presentará el desarrollo de diferentes retos mediante los cuales se lograron unos descubrimientos que permitieron crear desde cero el emprendimiento, mejorándolo semana a semana con la evidencia recolectada y las necesidades presentadas por las personas encuestadas. Era indispensable hacer modificaciones con el paso de las semanas ya que el trabajo investigativo nos permitía mejorar cada hipótesis presentada o en algunos casos confirmar dicha hipótesis. Lo más importante en este ejercicio fue llevar a cabo la visión que tenían los posibles clientes, materializando así el emprendimiento de manera académica. Para terminar, se podrá evidenciar la metodología utilizada, las herramientas que hicieron viable este ejercicio y al final encontrar un proyecto ya materializado y firme, gracias a cada uno de los retos presentados.

### 1.1 Palabras claves:

Retos, asesoría, herramientas, clientes, servicios, emprendimiento, jurídico, diseño gráfico.

## 2. Abstract.

In this present work, the development of various challenges will be presented, through which discoveries were made that allowed the creation of the entrepreneurial venture from scratch. The improvement occurred on a weekly basis, incorporating evidence collected and addressing the needs identified through surveys. It was essential to make modifications as the weeks progressed, as the investigative work enabled us to refine each presented hypothesis or, in some cases, confirm such hypotheses. The key aspect of this exercise was to actualize the vision held by potential customers, thus materializing the entrepreneurial venture in an academic manner.

### 3. Introducción.

Durante el segundo semestre del año 2023, como estudiante del programa de pregrado de Derecho de la Institución Universitaria de Envigado, se realizó el desarrollo de 6 retos que permitió formar y desarrollar mi emprendimiento de asesorías gráficas y jurídicas que lleva como nombre LEGRAFI, su objetivo principal es asesorar y acompañar a los emprendimientos en su crecimiento, aportando a la identidad visual y al cumplimiento de la normativa. Por lo tanto, en el desarrollo del presente trabajo encontrarán el estudio de mercado realizado, las hipótesis y modificaciones de cada una de estas en los diferentes retos, los cuales fueron la estructura para entender y conocer las necesidades reales de los clientes, esto con el fin de comprender cual es el servicio que se acomoda más a los usuarios de la empresa y que permita que tengan una experiencia cómoda con el servicio contratado.

### 4. Reto 1: el problema.

#### 4.1. Preguntas del manual.

¿Cuál es el problema, necesidad o dolor que tienen sus usuarios o clientes potenciales?

Los microempresarios y/o emprendedores a la hora de iniciar su negocio usualmente no tienen en cuenta dos aspectos básicos que son necesarios en harás de un posible crecimiento de la marca, nos referimos a la parte grafica (Identidad visual) y la parte legal (Contratos y protección marcaria).

¿Que intenta lograr la persona cuando se presenta el problema?

Usualmente cuando se presentan estos problemas requieren una solución en la marcha, lo que hace que la marca pueda tener afectaciones mayores como un obligado cambio de la imagen o demandas de índole laboral.

¿Como sucede? ¿Cuándo sucede? ¿Dónde sucede?

En este caso el microempresario o emprendedor incurre en faltas que son sancionables jurídicamente y que puede llevarlo a perder clientes. Normalmente este se da cuenta de estos errores por alguna sanción, demanda o memorial que le llega por parte de alguna marca y esta situación puede presentarse a nivel nacional.

¿Por qué sucede?

Por el desconocimiento y falta de visión en el crecimiento de la marca y cuando llega el problema no están preparados para afrontarlo.

¿Qué actores están involucrados?

Los emprendedores o microempresarios y los terceros que se puedan ver afectados

¿Existen actualmente otras soluciones al problema?

Si, actualmente en el mercado se encuentran soluciones para ambos problemas planteados.

¿Qué deficiencias tienen estas soluciones? ¿Cuáles características de esas soluciones si funcionan?

Primordialmente estas soluciones se encuentran por separado, aunque como se expuso anteriormente ambos problemas van de la mano, lo que hace que para el emprendedor o microempresario sea más difícil asesorarse integralmente.

#### 4.2. Hipótesis inicial.

En Colombia diariamente se crean diversos emprendimientos o microempresas, en las cuales sus creadores o fundadores no tienen en cuenta los aspectos legales de

contratación o protección de marca ni la parte de la identidad visual, lo que al momento de tener un crecimiento le trae posibles demandas con afectaciones patrimoniales o un cambio de la identidad visual creada por marcas registradas legalmente con similitudes.

#### 4.3. Objetivo.

Validar si es cierto o no que los emprendimientos o microempresas en su creación o crecimiento no están teniendo en cuenta los aspectos legales de protección de marca y/o contratación, ni de identidad visual.

***Desarrollo:*** Se realiza el experimento de validación con la encuesta presentada anteriormente. El experimento se realiza a través del programa Formularios de Google, se toma una muestra de 18 personas, las cuales fueron encuestadas en su mayoría de manera presencial y una parte menor compartiendo el link de la encuesta a posibles clientes conocidos para llegar al público objetivo.

#### 4.4. Instrumento de validación.

¿Ha creado usted alguna marca, negocio o empresa desde cero?

¿Considera usted que tener una identidad visual para su marca puede aumentar sus ventas?

¿Tiene usted conocimiento sobre las obligaciones laborales, registro de marca o marketing visual?

¿Conoce usted los riesgos a los que se enfrenta por no tener clara la legislación laboral?

¿Conoce usted los riesgos de usar un logo igual o con similitudes a uno legalmente reconocido?

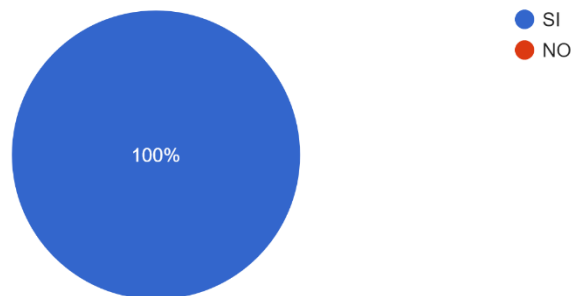
En caso de tener proveedores ¿Tiene usted claro la importancia de tener un contrato comercial con estos?

#### 4.5. Experimento de validación.

Link de la encuesta: <https://forms.gle/WtzGDX1LtrpsMpFh7>

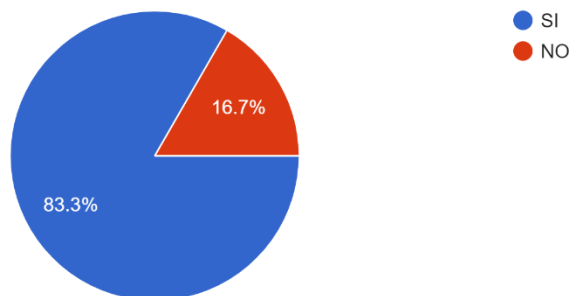
¿Ha creado usted alguna marca, negocio o empresa desde cero?

18 respuestas



¿Considera usted que tener una identidad visual para su marca puede aumentar sus ventas?

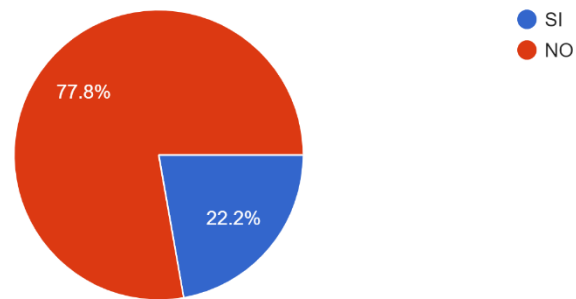
18 respuestas





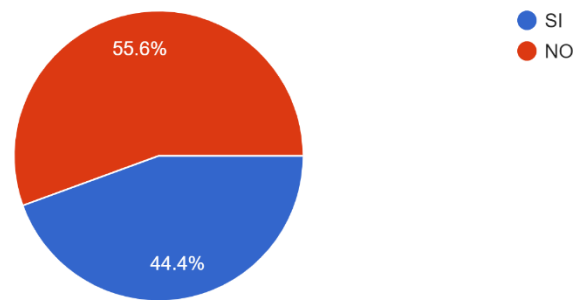
¿Tiene usted conocimiento sobre las obligaciones laborales, registro de marca o marketing visual?

18 respuestas



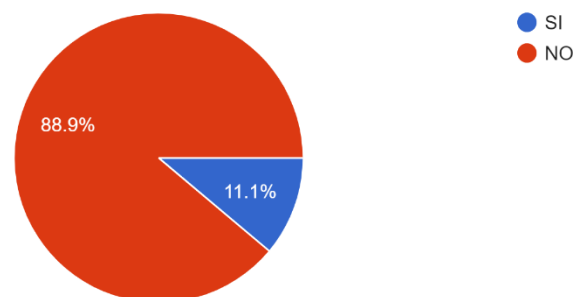
¿Conoce usted los riesgos a los que se enfrenta por no tener clara la legislación laboral?

18 respuestas



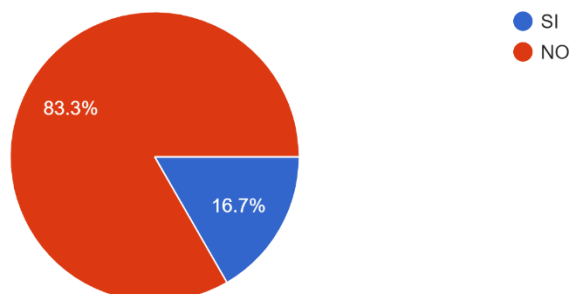
¿Conoce usted los riesgos de usar un logo igual o con similitudes a uno legalmente reconocido?

18 respuestas



En caso de tener proveedores ¿Tiene usted claro la importancia de tener un contrato comercial con estos?

18 respuestas



#### 4.5.1. Conclusiones.

Con las respuestas obtenidas de la muestra, podemos concluir que:

- El 55.6% de las personas encuestadas manifiestan desconocer los riesgos por desconocer la legislación laboral.
- El 88.9% de los encuestados desconoce los riesgos de usar un logo igual o con similitudes a uno legalmente reconocido.
- El 83.3% no tiene clara la importancia de tener un contrato comercial con sus proveedores.

#### 4.6. Herramienta metodológica.



#### 5. Reto 2: arquetipo.

##### 5.1 Preguntas del manual

¿Cuál es su edad?

R// Entre 20 y 40 años

¿Cuál es su género?

R// Hombre o mujer

¿A qué se dedica?

R// Microempresario o emprendedor, en ocasiones también es empleado

¿Cuál es su nivel de ingreso?

R// Entre 1 y 3 salarios mínimos

¿Dónde vive?

R// En el sur del área metropolitana

¿Cómo es su día de trabajo?

R// Despierto, preparo desayuno, organizo la casa y comienzo a trabajar. Preparo en orden los objetivos del día para poder evacuar todo lo necesario.

¿Cómo toma decisiones?

R// Suelo asesorarme bien, no tomo decisiones en caliente para que todo salga como debe ser.

¿Cuáles son sus frustraciones y alegrías?

R// Disfruto cada venta realizada, comunicar con mis clientes y satisfacer sus expectativas y me frustra no cumplir mis metas, no llegar a los clientes necesarios o por falta de legalidad en mi empresa perder mi capital trabajado.

## 5.2 Hipótesis

Andrés es un emprendedor de 35 años, es creativo, apasionado y arriesgado. Desea que todo le salga bien, está dispuesto a escuchar y aprender cuando es necesario. Andrés le gusta salirse de lo corriente y espera que su emprendimiento crezca al punto que se convierta en empresa. Disfruta conocer gente, le apasionan las ventas y satisfacer a sus clientes. Busca asesorarse bien en los temas que desconoce.

### 5.3 Instrumento de validación

1. ¿Cuál es tu genero?
  - A. Femenino.
  - B. Masculino.
  - C. Otro.
  
2. ¿Cuál es tu edad?
  - A. Menos de 20 años.
  - B. Entre 21 y 30 años.
  - C. Entre 31 y 40 años.
  - D. 41 o más años.
  
3. ¿En qué parte del Área Metropolitana del Valle de Aburrá vives?
  - A. Sur
  - B. Norte
  - C. Medellín
  
4. ¿Cuáles características lo definen?
  - A. Creativo.
  - B. Apasionado.
  - C. Corriente.
  - D. Tímido.

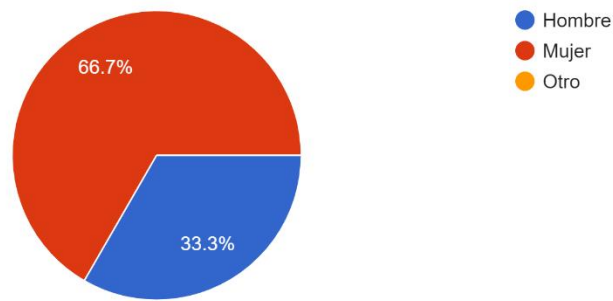
- E. Arriesgado.
5. ¿Cuáles son tus ingresos mensuales?
- A. Menos de 1 SMMLV.
- B. Entre 1 a 2 SMMLV.
- C. Entre 2 a 4 SMMLV.
- D. Más de 4 SMMLV.
6. ¿A la hora de tomar decisiones?
- A. Busca asesorarse en los temas que desconoce.
- B. Toma decisiones de manera intuitiva.
7. ¿Cuál es tu estado civil?
- A. Soltero (a).
- B. Casado (a).
- C. Viudo (a).
8. ¿En qué redes sociales tiene presencia su marca?
- A. WhatsApp
- B. Instagram.
- C. TikTok.
9. ¿Cuál ha sido tu mayor miedo a la hora de emprender?

## 5.4. Experimento de validación.

**Link de la encuesta:** <https://forms.gle/f3MNpVFXhYXjuvJm8>

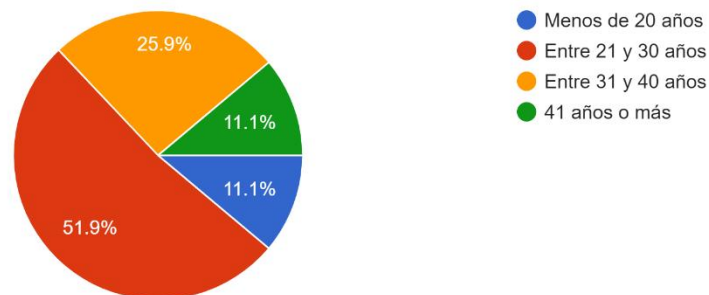
¿Cuál es tu genero?

27 respuestas



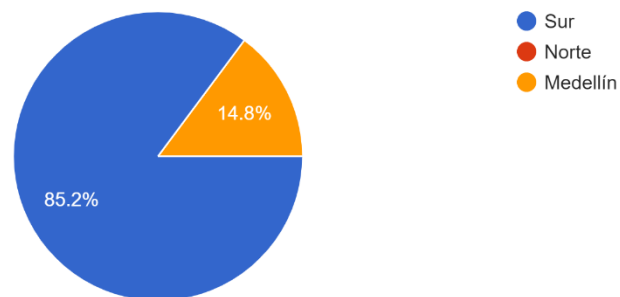
¿Cuál es tu edad?

27 respuestas



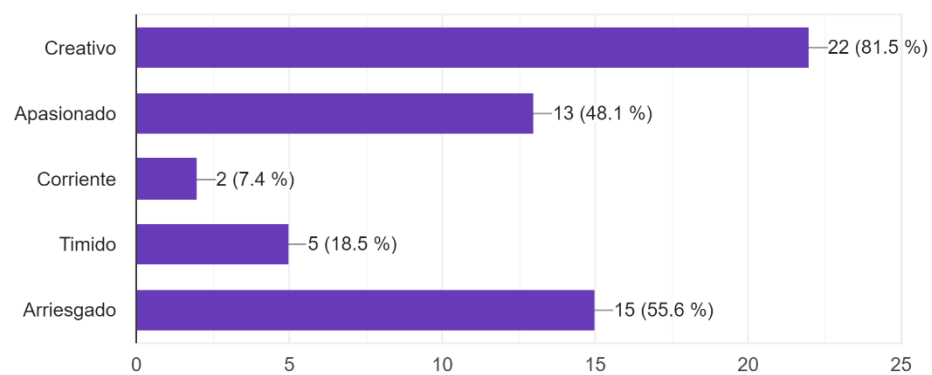
¿En qué parte del Área Metropolitana del Valle de Aburrá vives?

27 respuestas



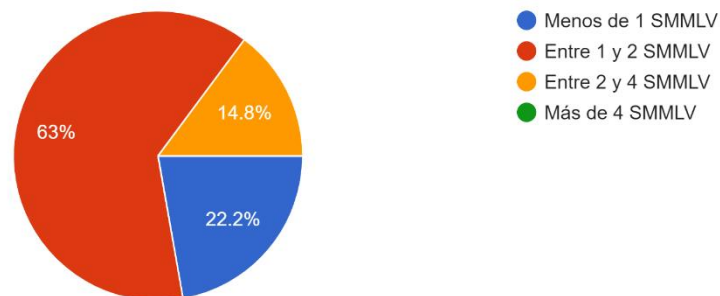
### ¿Cuáles características lo definen?

27 respuestas



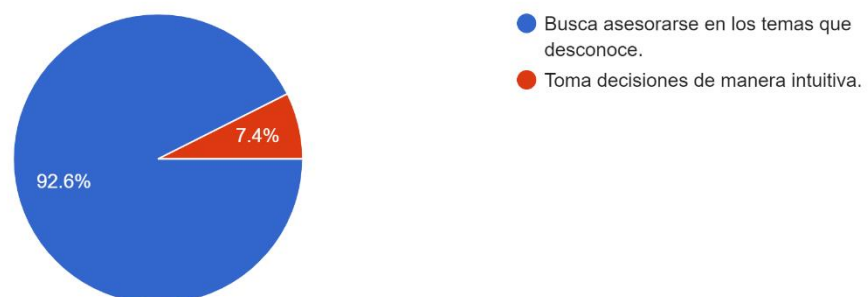
### ¿Cuáles son tus ingresos mensuales?

27 respuestas



### ¿A la hora de tomar decisiones?

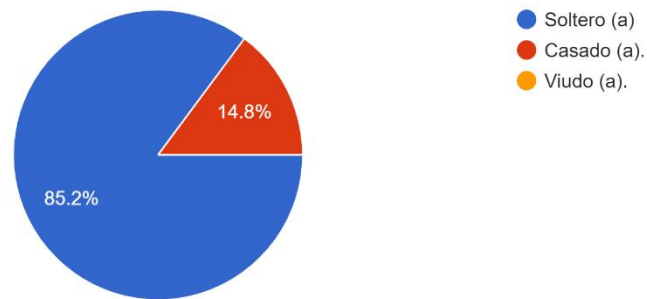
27 respuestas





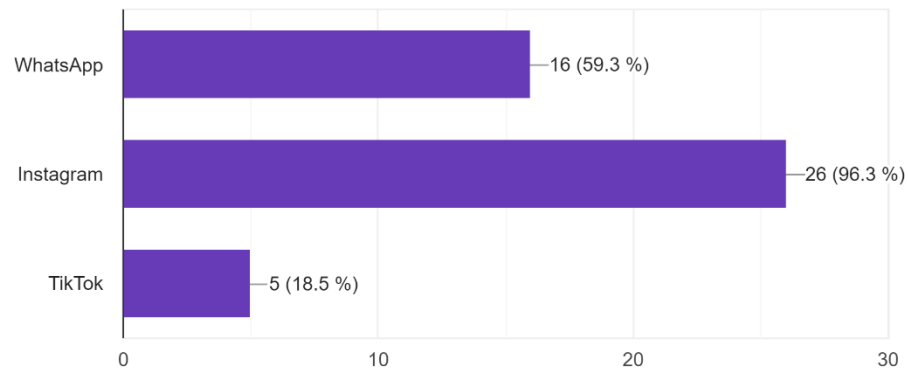
¿Cuál es tu estado civil?

27 respuestas



¿ En qué redes sociales tiene presencia su marca?

27 respuestas



## 9. ¿Cuál ha sido tu mayor miedo a la hora de emprender?

25 respuestas

Fracasar

Perder dinero

El miedo de delegar y fracasar

Alcanzar el público objetivo

Mantener e cliente 🤪

fracaso

El capital

Que haya poca clientela

Realmente nunca he sentido miedo de intentar algo, solo me arriesgo y si no se da vuelvo y empiezo.

No he sentido miedo, cuando quiero lograr algo lo inicio, tengo fácil adaptabilidad a los cambios.

La competencia, tener unas buenas publicaciones y el adecuado manejo de las redes sociales.

Perder. Capital

Fracasar

No tener capital

Mi mayor miedo es no poder sacar mis proyectos adelante, no tener energía para levantarme cada día a entregar al mundo un poquito de luz

Perder dinero

Perder

Fidelización de clientes

Miedo al fracaso

Qué el producto guste, el costo de los productos cambio constantemente y jugar con las ganancias para poder mantener un precio estable.

Fracasar y no prosperar u adquirir ganancias

Capital

#### 5.4.1. Conclusiones.

1. Un 85.2% de los encuestados viven en el sur del área metropolitana.
2. El 92.6% de los encuestados buscan asesoría en los temas que desconoce a la hora de tomar decisiones.
3. El 96.3% tienen presencia en Instagram con sus marcas.

## 5.5. Herramienta metodológica.

### 5.5.1. Tarjeta arquetipo

# Maria Catalina

Soy arriesgada, creativa y apasionada

## Biografía

Maria tiene 25 años, vive en Sabaneta y está empezando un emprendimiento de ropa que ella misma diseña, confecciona y estampa. Todos los días despierta a buscar mejores proveedores que sean buenos aliados para cumplir su objetivo.

## Redes Sociales

Instagram

WhatsApp

Tiktok

## Toma de decisiones

Intuición

Asesoría



“En la vida hay que tomar riesgos y emprender”

## Información Personal

Edad: 25 años

Ubicación: Sabaneta

Ingresos: \$1.500.000

Estado Civil: Soltera

## Características

Creativa ● ● ● ● ●

Apasionada ● ● ● ● ●

Ariesgada ● ● ● ● ●

## Miedos

- Fracaso
- Perder capital

6. Reto 3: propuesta de valor.

6.1. Preguntas del manual.

Servicios y/o productos a ofrecer al segmento de clientes y/o usuarios seleccionados.

R/ Asesoría integral en el área gráfica y legal para los emprendedores, microempresarios o empresarios.

Aliviadores de frustraciones.

R/ Poder encontrar en un solo lugar las soluciones gráficas y jurídicas que se necesitan para empezar con una empresa cumpliendo con toda la reglamentación.

- Lograr que mis clientes entiendan lo que quiero que mi marca refleje en cada una de sus piezas graficas.
- Que frente a cualquier incumplimiento por parte de un proveedor o contratista yo tenga las herramientas jurídicas para defenderme y exigir el cumplimiento.

Creadores de alegrías.

R/ Que en un solo lugar creen la identidad visual y me registren la marca.

- Que el servicio sea personalizado.
- Recibir una asesoría sobre cómo puedo usar y como no los elementos de mi marca.

Factores innovadores.

R/ Personal calificado con las últimas tendencias gráficas y actualizado frente a la normativa. Con asesorías cómodas e integrales para encontrar la satisfacción de los clientes. Esto facilita la creación de empresa en óptimas condiciones.

Atributos principales del producto y/o servicio digital.

R/ Las asesorías pueden hacerse de manera virtual si esto le facilita al usuario el acceso a los servicios. Contamos con las herramientas para que aún a través de la virtualidad todo sea lo suficientemente claro.

6.2. Hipótesis de la propuesta de valor

Buscar el crecimiento exitoso de su negocio, con estrategias de diseño gráfico y de identidad visual, además fortaleciendo sus relaciones contractuales y protegiendo su marca, convirtiéndola en un activo intangible de su empresa, a través de personal idóneo y calificado.

6.3. Instrumento de validación.

1. ¿Te interesaría contar con asesoramiento en la protección de marca y la propiedad intelectual para prevenir problemas legales relacionados con similitudes de marca?

2. ¿Cuán valioso sería para ti, contar con servicios que aborden aspectos legales de propiedad intelectual e industrial y de diseño gráfico desde el inicio de tu negocio? En una escala de 1 a 5, donde 1 es nada valioso y 5 es muy valioso.

3. ¿Qué elementos consideran importantes al momento de contratar una asesoría jurídica en contratación, propiedad intelectual e industrial y/o los servicios de diseño gráfico.

- o Claridad en los temas
- o Precios accesibles
- o Asesoría personalizada
- o Efectividad
- o Logros medibles

4. ¿Valorarías una identidad visual única y atractiva que te distinga en el mercado y mejore tu presencia ante clientes y competidores?

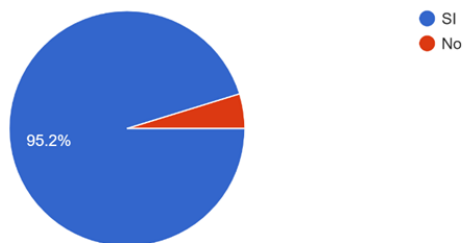
5. ¿Considerarías importante mejorar tu estatus en el mercado y generar confianza en clientes y proveedores a través de la construcción de una identidad visual profesional y una estructura jurídica de protección de marca?

6.4. Experimento de validación.

**Link de la encuesta: <https://forms.gle/XfZMtrb5ReYy1iwo8>**

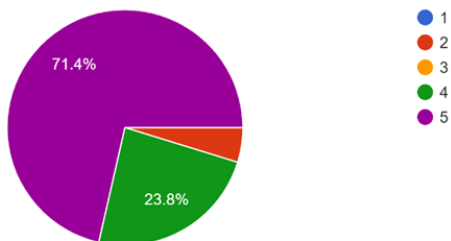
¿Te interesaría contar con asesoramiento en la protección de marca y la propiedad intelectual para prevenir problemas legales relacionados con similitudes de marca?

21 respuestas



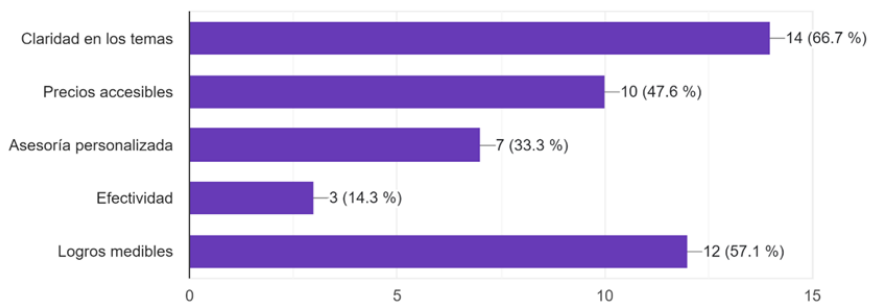
¿Cuán valioso sería para ti, contar con servicios que aborden aspectos legales de propiedad intelectual e industrial y de diseño gráfico desde el... 1 a 5, donde 1 es nada valioso y 5 es muy valioso.

21 respuestas



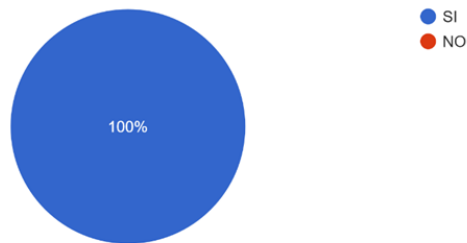
¿Qué elementos consideran importantes al momento de contratar una asesoría jurídica en contratación, propiedad intelectual e industrial y/o los servicios de diseño gráfico

21 respuestas



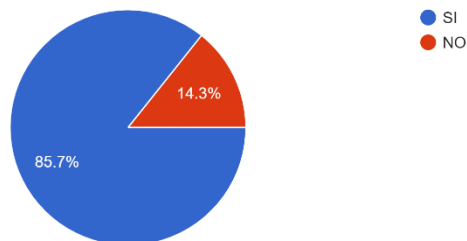
¿Valorarías una identidad visual única y atractiva que te distinga en el mercado y mejore tu presencia ante clientes y competidores?

21 respuestas



¿Considerarías importante mejorar tu estatus en el mercado y generar confianza en clientes y proveedores a través de la construcción de una identidad...una estructura jurídica de protección de marca?

21 respuestas



#### 6.4.1. Conclusiones.

1. Un 66.7% de los encuestados esperan encontrar un lenguaje claro en la asesoría.
2. Un 57.1% de los encuestados les gustaría poder medir los logros
3. El 71.4% considera muy valioso contar con servicios que aborden aspectos legales de propiedad intelectual e industrial y de diseño gráfico desde el inicio de su negocio.

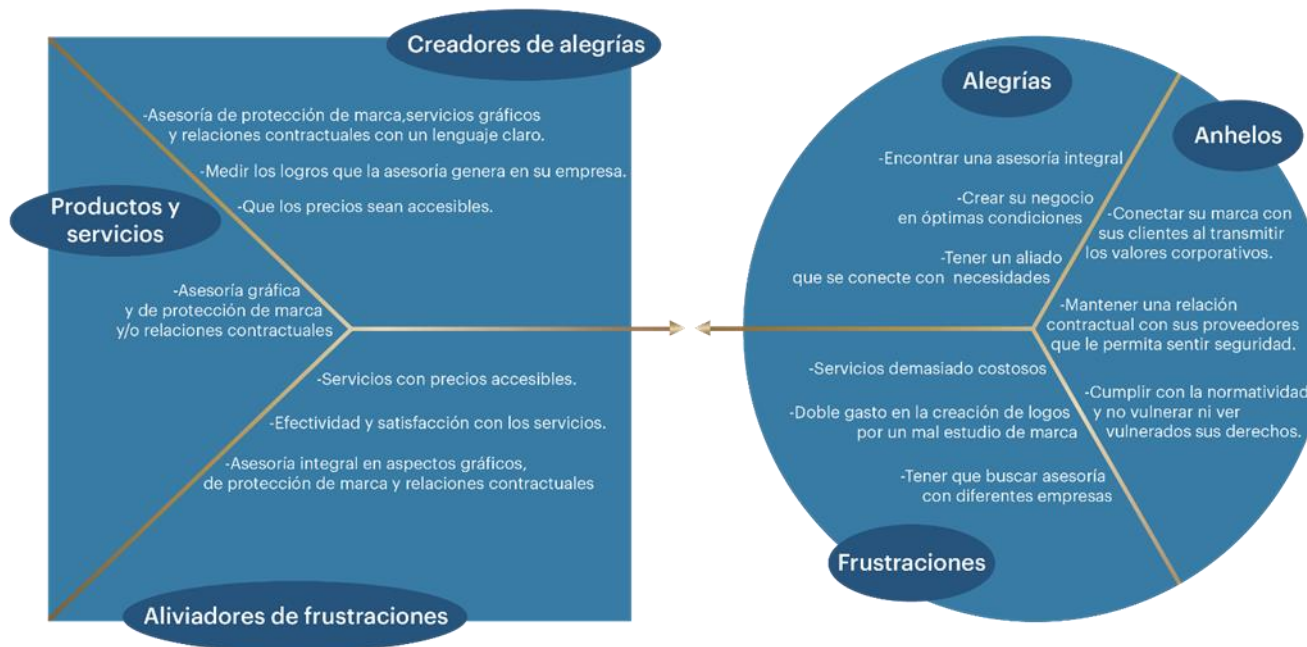


#### 6.4.2. Nueva propuesta de valor

La hipótesis de la propuesta de valor fue parcialmente confirmada, ya que para los encuestados es muy importante que la asesoría sea clara, entendiendo que son temas poco conocidos y también que los logros sean medibles.

Potenciamos el crecimiento exitoso de su negocio, con estrategias de diseño gráfico y de identidad visual, con un lenguaje claro y logros medibles, fortaleciendo sus relaciones contractuales y protegiendo su marca, convirtiéndola en un activo intangible de su empresa, a través de personal idóneo y calificado, con precios accesibles.

#### 6.5. Herramienta Metodológica.



## 7. Reto 4: el prototipo funcional.

### 7.1. El prototipo.




¡Potencia tu negocio con nosotros!

En legrafi ofrecemos asesoría gráfica y legal de forma integral para que tu empresa destaque en el mercado.




**SERVICIOS PROFESIONALES**

- Creación y registro de marca
- Diseño de logo e identidad visual
- Elaboración de contratos y/o estatutos
- Asesorías jurídicas
- Diseño de piezas gráficas

**INNOVACIÓN**

Ofrecemos soluciones creativas e innovadoras a los retos de nuestros clientes.

**SEGURIDAD**

Protegemos tu marca asegurando una base legal sólida para su crecimiento.

 +57 320 768 7985

 @legrafi

 Envigado, Antioquia.

 [www.legrafi.com](http://www.legrafi.com)

7.2. Instrumento de validación.

**Para asesoría en temas gráficos, legales de protección de marca y contratos comerciales ¿Le gustaría pagar una membresía mensual?.**

- a. Sí
- b. No

**Considera usted que esta membresía debería tener:**

- a. 4 contratos, 2 asesorías y/o consultas semanales y 8 piezas graficas.
- b. 8 contratos, 2 asesorías y/o consultas semanales y 12 piezas graficas.
- c. Más de 8 contratos, más de 2 asesorías y/o consultas semanales y más de 12 piezas graficas.

**3. Preferiría usted que las asesorías se realicen:**

- a. Virtual
- b. Presencial
- c. Dependiendo de la necesidad

**4. Cree usted que el precio de esta membresía mensual oscila entre:**

- a. \$500.000 a \$1.000.000
- b. 1.000.000 a \$1.500.000
- c. Más de \$1.500.000

**5. ¿Estaría usted dispuesto a dejar en manos de personal calificado la creación de los estatutos y la identidad visual de su empresa?**

a. Sí

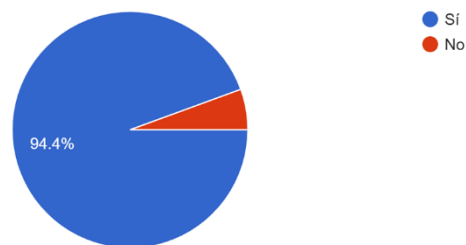
b. No

### 7.3. Experimento de validación.

**Link de la encuesta:** <https://forms.gle/qShDqHJVd1buTtz76>

Para asesoría en temas gráficos, legales de protección de marca y contratos comerciales ¿Le gustaría pagar una membresía mensual?

18 respuestas



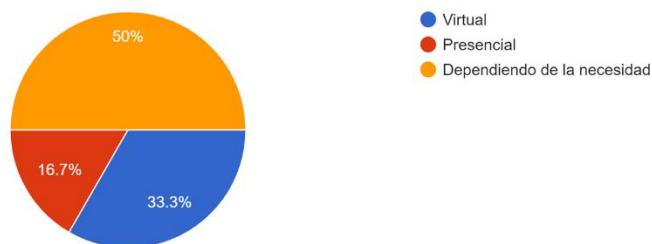
Considera usted que esta membresía debería tener:

18 respuestas



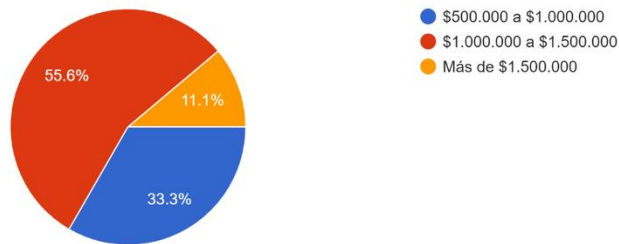
Preferiría usted que las asesorías se realicen:

18 respuestas



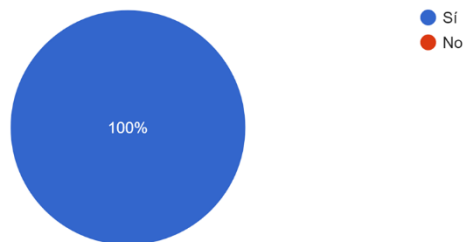
Cree usted que el precio de la membresía más básica mensual oscila entre:

18 respuestas



¿Estaría usted dispuesto a dejar en manos de personal calificado la creación de los estatutos y la identidad visual de su empresa?

18 respuestas



### 7.3.1. Conclusiones.

- Un 50% de los encuestados considera que la membresía debe constar de 4 contratos, 2 asesorías y/o consultorías semanales y 8 piezas gráficas al mes y el 33% piensa que debe haber opciones según la necesidad.

- Un 50% prefiere las asesorías virtuales y un 33.3% le gustaría contar con la posibilidad de tener asesorías presenciales de ser necesario.

- El 55.6% cree que el precio de la membresía más básica debería estar entre \$1.000.000 y \$1.500.000

#### 7.4. Herramienta metodológica.

## CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN

Hoy el usuario ve una publicidad por redes sociales las que se ofrecen los servicios de diseño gráfico, jurídicos y de creación de empresas e identifica que puede solucionar sus necesidades a mediano y corto plazo.



## COMPRA INICIAL

Hoy el cliente se comunica con los canales de atención y adquiere una membresía de plan básico para iniciar con su negocio



## PRIMER USO

Durante el primer mes el cliente recibe las piezas gráficas solicitadas y las asesorías para que su empresa tenga un crecimiento potencial.

## RECARGA

El usuario se encuentra satisfecho al finalizar el primer mes y decide continuar con la membresía un mes más.



## FIDELIDAD

El usuario comparte la información con sus allegados y familiares enviando clientes nuevos a LEGRAFI, por lo que la empresa le incentiva con un descuento y beneficios adicionales.



8. Reto 5: producto mínimo viable, validado y vendible.

8.1. Producto mínimo viable.



LEGRAFI®  
consultorias

# Portafolio de Servicios

Soluciones gráficas y legales al alcance de todos

## Propuesta de valor

Potenciamos el crecimiento exitoso de su negocio, con estrategias de diseño gráfico y de identidad visual, con un lenguaje claro y logros medibles, fortaleciendo sus relaciones contractuales y protegiendo su marca, convirtiéndola en un activo intangible de su empresa, a través de personal idóneo y calificado, con precios accesibles.





## Plan cero empresarial

Descubre nuestra solución integral, fusionando experiencia legal y creatividad para la creación de su empresa.

### INCLUYE

- Creación de logo
- Elaboración de estatutos de la sociedad con registro en cámara y comercio
- Elaboración de contrato laboral, reglamento interno de trabajo y contrato por prestación de servicios profesionales.



**\$890.000**

**LEGRAFI®**  
consultorias

## Plan Integral

Descubre nuestra solución integral, fusionando experiencia legal y creatividad digital para potenciar el crecimiento de tu empresa.

### INCLUYE

- Elaboración de contratos comerciales o laborales (8 mensuales)
- Asesorías jurídicas en temas comerciales y laborales (4 semanales)
- Creación de contenido gráfico digital (16 piezas gráficas)



**\$590.000**  
MENSUAL

**LEGRAFI®**  
consultorias

## Estudio de marca

Llevamos a cabo una evaluación preliminar para determinar la viabilidad de la aprobación de la solicitud de registro de marca. Este análisis se fundamenta en las bases de datos de consulta disponibles, comparándolas con la información contenida en la solicitud que se presentará.

### INCLUYE

- Estudio de viabilidad para el registro de marca



LEGRAFI®  
consultorias

\$69.000

## Creación de logo

Con nuestra creación de logos damos vida a tu identidad visual con creatividad y profesionalismo. Desde el concepto inicial hasta la materialización, se tendrán en cuenta aspectos para potencializar tu marca.

### INCLUYE

- Diseño de logo
- Manual de marca
- Diseño de branding
- Variaciones de logo
- Tarjeta de presentación



LEGRAFI®  
consultorias

\$490.000

## ¿Quiénes somos?

Somos una empresa dedicada a prestar servicios de derecho comercial y de diseño gráfico. Desde el 2021 venimos asesorando y potenciando empresas, aportando un mayor estatus en el mercado y mejorando la imagen que reflejan a sus clientes y proveedores.



  
**LEGRAFI**  
consultorias

 +57 320 768 7985  @legrafi

## 8.2. Funciones de las aplicaciones.

### 8.2.1. WhatsApp. <https://wa.link/qk2zy8>

The image displays two screenshots of the Legrafi WhatsApp Business app interface.

**Left Screenshot: Main Profile Page**

- Header:** Legrafi logo and name, with the tagline "Otra categoría".
- Status:** "Abierto hasta la(s) 6:00 p. m." (Open until 6:00 p.m.).
- Actions:** "Llamar" (Call), "Catálogo" (Catalog), and "Compartir" (Share).
- Business Info:** "Esta es una cuenta de empresa." (This is a business account).
- Products:** A grid of product cards, including "Creación de logo", "QR para pagos", "Estudio de marca", "Registro de marca", "Plan integral", and "Plan cero empresarial".


**Right Screenshot: Admin. de catálogo (Catalog Management)**

- Header:** "Admin. de catálogo" with a back arrow and a menu icon.
- Actions:**
  - "+ Añadir una colección nueva" (Add a new collection)
  - "Creación de logo" (Logo creation) - COP 490,000.00
  - "QR para pagos" (QR for payments)
  - "Estudio de marca" (Brand study) - COP 59,000.00
  - "Registro de marca" (Brand registration) - COP 319,000.00
  - "Plan integral" (Integral plan) - COP 590,000.00
  - "Plan cero empresarial" (Zero business plan) - COP 890,000.00

**Bottom Screenshot: WhatsApp Business Settings**

- Left Panel: Mensaje de bienvenida (Welcome Message)**
  - Toggle: **Enviar mensaje de bienvenida** (Send welcome message) - ON
  - Description: "Saluda a tus clientes cuando te envíen un mensaje por primera vez o después de 14 días sin actividad" (Greet your customers when they send you a message for the first time or after 14 days of inactivity).
  - Message: "Mensaje de bienvenida" (Welcome message): "¡Hola! Gracias por comunicarte con Legrafi. ¿Cómo podemos ayudarte?" (Hi! Thank you for contacting Legrafi. How can we help you?)
  - Destinatarios (Recipients): "Enviar a todos" (Send to all)
  - Note: "Los mensajes de bienvenida solo se envían cuando el teléfono tiene una conexión a Internet activa." (Welcome messages are only sent when the phone has an active Internet connection).
  - Link: "Más información" (More information)
- Right Panel: Mensaje de ausencia (Absence Message)**
  - Toggle: **Enviar mensaje de ausencia** (Send absence message) - ON
  - Description: "Responde automáticamente cuando no estés" (Responds automatically when you are not available).
  - Message: "Mensaje de ausencia" (Absence message): "Gracias por comunicarte con LEGRAFI. En este momento no estamos disponibles. Pero te responderemos dentro de nuestro horario de atención." (Thank you for contacting LEGRAFI. We are not available at the moment. But we will respond to you within our service hours).
  - Horario (Hours): "Horario" (Hours): "Fuera del horario comercial" (Outside business hours). "Envía un mensaje automático solo fuera del horario comercial" (Send an automatic message only outside business hours).
  - Destinatarios (Recipients): "Enviar a todos" (Send to all)

← Etiquetas + ← Respuestas rápidas

-  **Nuevo cliente**  
1 elemento
-  **Nuevo pedido**  
0 elementos
-  **Pago pendiente**  
0 elementos
-  **Pagado**  
0 elementos
-  **Pedido finalizado**  
0 elementos
-  **Importante**  
0 elementos
-  **Seguimiento**  
1 elemento
-  **Cliente potencial**  
0 elementos
-  **Interesado**  
1 elemento

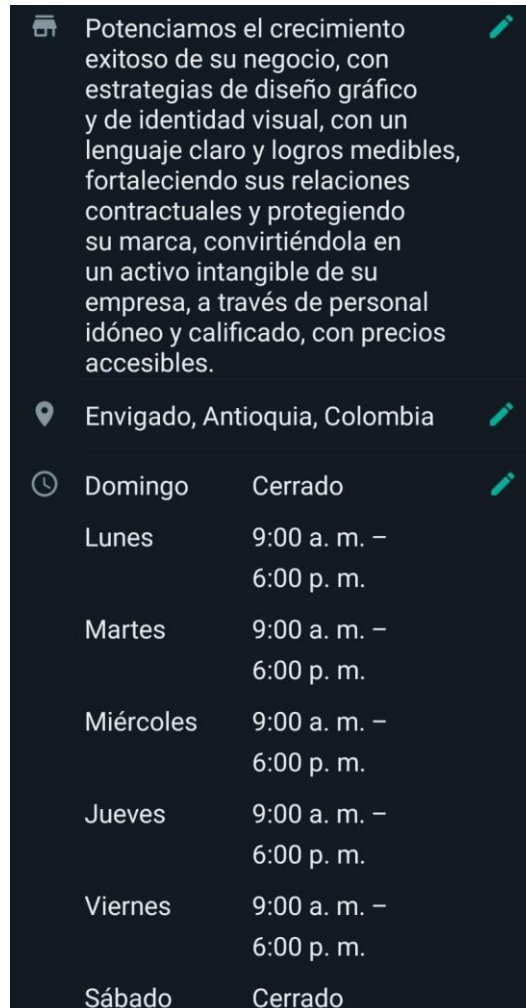
**Catalogo**  
Claro que sí, te comparto el link del catálogo:  
<https://wa.me/c/573043678742>

**Gracias**  
¡Muchas gracias por preferirnos! Esperamos poder servirte nuevamente.

**Mediosdepago**  
Claro que sí ¿prefieres hacer el pago por transferencia o PSE?

**Pago**  
Muchas gracias por tu pago. ✍ Infórmanos que día te queda fácil la reunión para decirte los horarios disponibles.

**Transferencia**  

### 8.3 Instrumento de validación.

#### **¿Como considera usted la información que encuentra en el WhatsApp?**

- Muy clara
- Clara
- Poco clara

#### **¿Cómo califica el servicio recibido en WhatsApp?**

- Muy bueno
- Bueno
- Regular

**Por favor escriba algún comentario o recomendación sobre la atención por WhatsApp.**

Que tan interesado está usted en contar con LEGRAFI como su aliado. En una escala de 1 a 5, siendo 1 poco interesado y 5 muy interesado.

**¿Considera usted que los precios son proporcionales al valor entregado a su empresa o negocio?**

**¿Considera usted que LEGRAFI puede aportar valor a su empresa en un determinado momento?**

**¿Para usted es valioso poder encontrar en LEGRAFI soluciones para sus necesidades jurídicas y de diseño gráfico??**

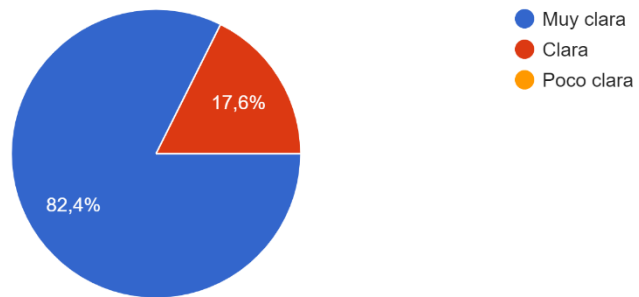
**¿Cuál de los productos ofrecidos por LEGRAFI es de su interés?**

8.4. Experimento de validación.

Link de la encuesta: **<https://forms.gle/3HofsWjwYrAo6TDD8>**

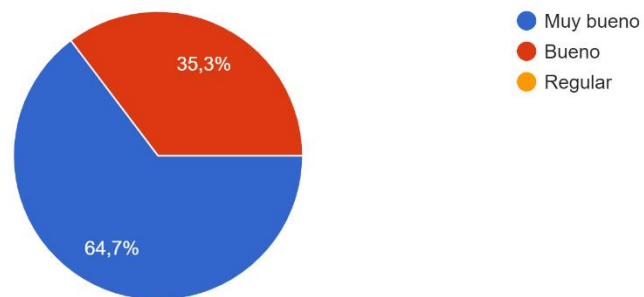
¿Cómo considera usted la información que encuentra en el WhatsApp?

17 respuestas



¿Cómo califica el servicio recibido en WhatsApp?

17 respuestas





Por favor escriba algún comentario o recomendación sobre la atención por WhatsApp.

17 respuestas

Muy amables y rápidos en la respuesta

Sería bueno un link de pago como PSE

Atención los sábados

Tuve mucha claridad, muchas gracias

Tener link de pagos por PSE

Todo me pareció bien

Muy ágil la atención

Me parece bueno que quieran conocer la opinión de nosotros los clientes para saber en qué pueden mejorar

Me parece todo muy bien, la atención y el catálogo muy claro todo

Atención los sábados para no esperar todo el fin de semana la respuesta

Informar a los clientes sobre el estado de sus solicitudes como diseños y contratos

Me parece importante que informen sobre el tratamiento de datos, que mis datos no se compartirán con demás entidades

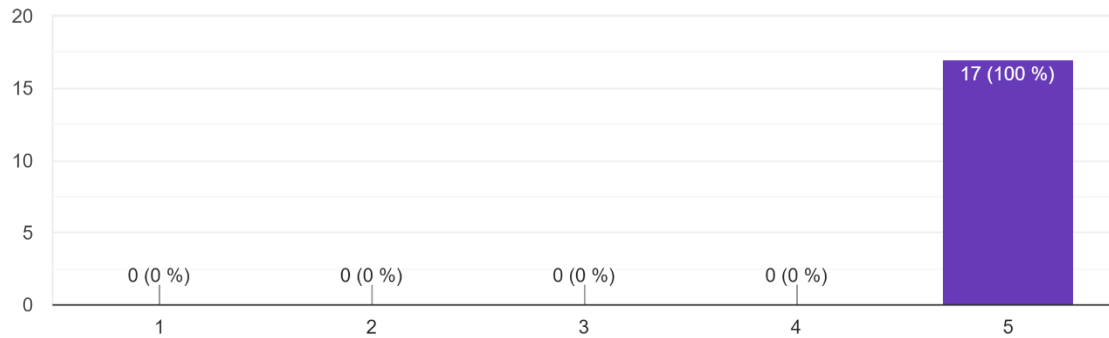
Me parece que todo está muy bien y muy claro

Me gustaría recibir ofertas exclusivas al ser cliente de ustedes

Nada que recomendar, todo me parece muy claro

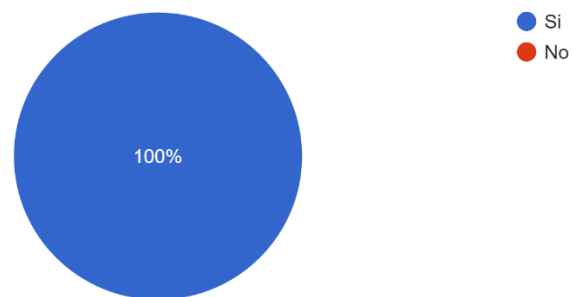
Que tan interesado está usted en contar con LEGRAFI como su aliado. En una escala de 1 a 5, siendo 1 poco interesado y 5 muy interesado.

17 respuestas



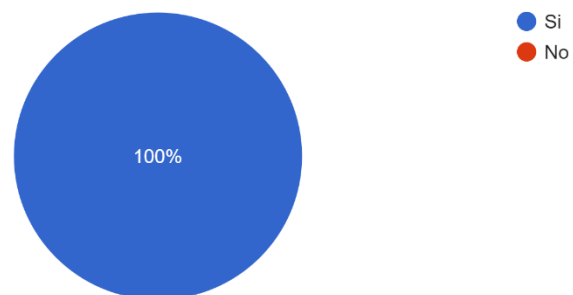
¿Considera usted que los precios son proporcionales al valor entregado a su empresa o negocio?

17 respuestas



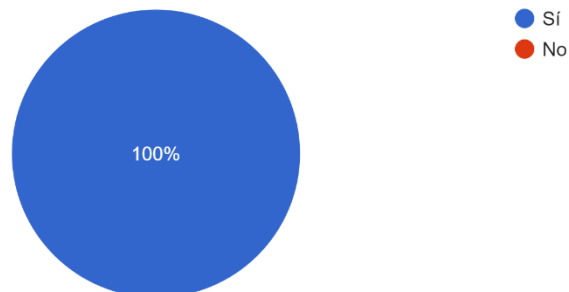
¿Considera usted que LEGRAFI puede aportar valor a su empresa en un determinado momento?

17 respuestas



Para usted es valioso poder encontrar en LEGRAFI soluciones para sus necesidades jurídicas y de diseño gráfico.

17 respuestas



#### 8.4.1. Conclusiones.

- El 100% de los encuestados se encuentran muy interesados en contar con LEGRAFI como su aliado

- El 100% de los encuestados considera que los precios son proporcionales al valor agregado.

- El 82,4% de los encuestados considera que la información encontrada en Wpp es muy clara.

#### 8.5. Herramienta metodológica.

<input type="checkbox"/>	Tarea		Responsable	Estado	Prioridad
<input type="checkbox"/>	Creación de logo			Listo	Alta
<input type="checkbox"/>	Elaborar contratos			En curso	Media
<input type="checkbox"/>	Reunión asesoría			Detenido	Baja

Se utiliza herramienta MONDAY, la cual permite programar una lista de tareas incluyendo responsable, estado y prioridad.

## 9. Reto 6: tracción.

### 9.1. Campaña para captar prospectos.

En la primera semana se hará una visita a por lo menos 5 posibles clientes, entre empresarios, microempresarios y emprendedores. Las visitas se realizarán de manera presencial por lo que dicha actividad no generará costos. En la visita se presentará la propuesta, se explicará los servicios que prestamos y llevará información de forma digital (Portafolio); se buscará persuadir al cliente para adquirir los servicios. Lo proyectado será concretar por lo menos una (1) venta real, con lo que se empezarán a generar ingresos. Otro de los objetivos es lograr que los visitados nos tengan como posibles aliados a futuro en los temas gráficos, protección de marca y contratos comerciales o laborales, por lo que se buscará tener contacto con ellos vía WhatsApp.

### 9.2. Preguntas del manual

#### **1. ¿El cliente reconoce y entiende la propuesta de valor del producto?**

Sí, al cliente se le presenta de manera oportuna la propuesta de valor y se le explica el factor diferencial, se despejan las dudas que tiene.

#### **2. ¿Realmente le aporta valor?**

Sí, al ser un microempresario y estar iniciando con su negocio, manifiesta el interés de empezar haciendo las cosas bien.

#### **3. ¿Qué tanto interés demostró tu cliente por tu servicio?**

El interés manifestado fue alto, pues si bien tenía pensado adquirir estos servicios, ve una oportunidad ya que llegamos hasta donde el sin el tener que buscarnos.

#### **4. ¿Qué tan dispuesto está tu cliente a pagarte por él servicio?**

El cliente accede a pagar por el plan integral, el cual tiene un precio de \$590.000

5. **¿Cuál es la mejor estrategia de adquisición y retención de clientes?**

Para adquirir y retener clientes se evidencia que las visitas presenciales, el interés por su crecimiento y la personalización del cliente.

6. **¿Cuáles deberían ser las condiciones de venta o uso de mi servicio?**

Si bien hay una cláusula general como en la forma de pago, condiciones de plazos y demás, lo ideal como es este caso es que estas puedan ser modificadas para que el cliente pueda sacarle el mayor beneficio a su paquete.

7. **¿Qué estamos tratando de aprender con este experimento?**

La idea principal es aprender cual es la mejor manera de llegar a los clientes, cual es la manera en la que debemos comunicarles la propuesta de valor para poder llegar a conseguir clientes.

8. **¿Cómo vamos a medir el experimento?**

Si logramos conseguir al menos un cliente, el experimento habrá sido exitoso.

9. **¿Cómo vamos a capturar la información?**

Debido a que el experimento se realiza de forma presencial, se recaudará la información de las visitas en Excel y de lograrse la venta se evidenciará mediante confirmación del cliente vía WhatsApp o con el comprobante del pago si ya está realizado.

10. **¿Qué determinará el éxito o fracaso en el experimento?**

El experimento habrá fracasado si no se consigue por lo menos un cliente, en caso contrario habrá sido un éxito.

### 9.3. Trabajo

Envigado, diciembre 2023

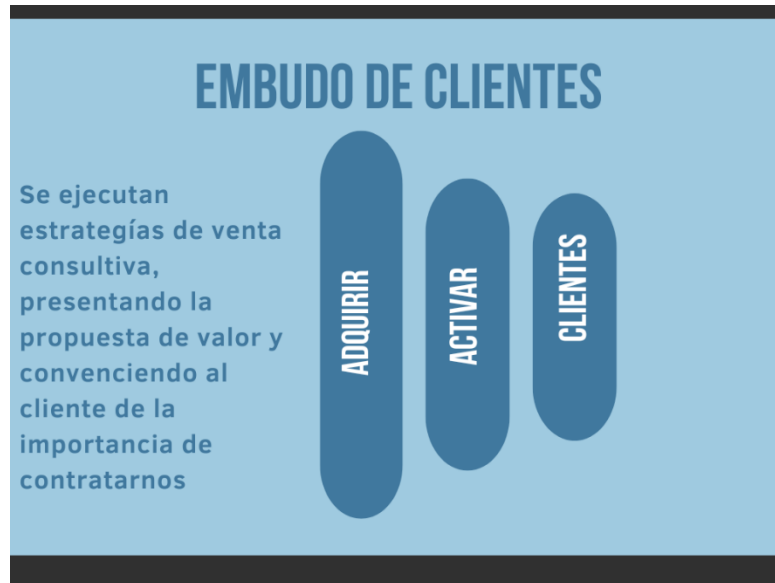
Hipótesis inicial: Potenciamos el crecimiento exitoso de su negocio, con estrategias de diseño gráfico y de identidad visual, con un lenguaje claro y logros medibles, fortaleciendo sus relaciones contractuales y protegiendo su marca, convirtiéndola en un activo intangible de su empresa, a través de personal idóneo y calificado, con precios accesibles.

Estrategia de venta: Se ejecutan estrategias de venta consultiva para presentar la propuesta de valor, enfatizando el mensaje en lo que le puede aportar Legrafi a los microempresarios o emprendedores. Los negocios son escogidos de manera aleatoria. Para este caso se hizo contacto con ALMAP AGENCIA, CLARA TTORO, COCINA CHIPS, BATIFRESH Y FRUTOS EL ENCANTO.

Resultados: Se cierra venta con CLARA TTORO, persona natural que presta servicios de motivación de grupos, charlas empresariales y rituales espirituales, ella toma el plan integral, el cual tiene un precio de \$590.000 el cual incluye 8 contratos, 4 asesorías y 16 piezas graficas. El cliente solicita 40 días para disfrutar del paquete, los cuales empezarán a contar el 20 de diciembre de 2023 e irá hasta el 30 de enero de 2024.

## 9.4. Herramienta metodológica

### 9.4.1. Embudo de clientes



### 9.4.2 MODELO CANVAS

