

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EN SALUD

TEJIENDO SALUD

VERÓNICA CASTAÑEDA BEDOYA

CAMILO GIRALDO ALZATE

Trabajo de grado para optar al título de:

Nutricionista dietista y enfermero profesional

Asesor

CRISTIAN CAMILO VILLEGAS ARBOLEDA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

RIONEGRO – ANTIOQUIA

SEPTIEMBRE 2023

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Rionegro – Antioquia, septiembre de 2023

A Dios y a nuestras familias quienes siempre
estuvieron presentes para lograr esta gran
meta. Les agradecemos por confiar
y permanecer.

Contenido

Introducción	5
Objetivos	6
Objetivo general	6
Objetivo específico	6
Modelo de negocio	7
Conclusión	20
Referencias bibliográficas	21

Introducción

El modelo de negocio es un sistema con un fin de resolver la problemática de identificar como son clientes y así lograr satisfacer las necesidades; de esta forma, ofrecer valor adicional al resto del mercado, donde dependen múltiples factores como la creatividad, invención e innovación (Londono, 2021). El presente trabajo presenta una propuesta de mercado donde se incluyen los factores ya mencionados con el objetivo de encontrar que tan viable sería en la sociedad.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un estudio de mercado para obtener información sobre la propuesta tejiendo salud para tomar decisiones en el futuro.

Objetivos específicos

-Verificar si existe una demanda de competencia en el mercado para la propuesta tejiendo salud.

-Analizar los competidores directos e indirectos en el mercado para la propuesta tejiendo salud.

Modelo de negocio

Segmentos de mercado

Tejiendo salud es una empresa cuyo objetivo va dirigido a todo público que desee adquirir una prenda o artículo hecho a mano, apoyando el talento artesanal, y a su vez buscan ser amigables con el medio ambiente por el material que se emplea en dichos productos. Se tendrá en cuenta público como:

- Personas de cualquier edad que puedan usar prendas a base de lana.
- Personas con concepto de moda artesanal y apoyo a la técnica crochet.
- Personas que buscan un regalo diferente, a mano y con un toque personal.
- Personal del sector salud; Una de las líneas que se manejan es con logotipos relacionados a este sector; así mismo, productos realizados a mano con figuras anatómicas, alimentos, e insumos sanitarios que serán de gran ayuda a esta área.
- Personas que deseen aprender la técnica de crochet.
- Personal educativo que busque adquirir herramientas didácticas para la explicación de diversos temas desde el ámbito escolar como universitario.
- Estudiantes que deseen adquirir los productos para actividades académicas, como presentación de trabajos y realización de exposiciones.

Propuesta de Valor

Como empresa marca la diferencia de diversas formas, ya que será consciente de la competitividad empresarial que se presenta en los tiempos de consumo; por ende, se marca la diferencia desde variedad de enfoques; en primer lugar, el enfoque artesanal, la mano de obra a través de la técnica crochet; en segundo lugar, la importancia que le brindamos al medio ambiente

al tener como materia prima de nuestros productos el hilado reciclado y el hilado 100 % en algodón generando conciencia del sostenimiento ambiental como responsabilidad colectiva con el planeta tierra; en tercer lugar, líneas para diferente tipo de personalidad, entre ellas la línea del personal sanitario y productos educativos que marcan diferencia en el mercado como herramientas de gran utilidad en el desarrollo de estas actividades; en cuarto lugar, la exclusividad e innovación en tendencia de prendas tales como buzos, sweaters, bufandas, gorros y demás; por último, se contará con talleres presenciales al público para aprender o reforzar la técnica de crochet; cabe resaltar, la facilidad de acceso a dichos productos, se encontrará disponible en la tienda física y virtual, con diferentes propuestas de envíos y pagos.

Canales

La empresa tendrá la iniciativa de sacar provecho a la tecnología, ya que la herramienta que domina el mundo son las plataformas digitales como redes sociales; teniendo en cuenta, se tendrá sede física ubicada en el municipio de Rionegro Antioquia, su objetivo está encaminado a tener más sedes físicas tanto a nivel nacional como extenderse a nivel internacional con la novedosa idea.

- Redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube. Por medio de una cuenta de empresa y convenios con personas influyentes en cada plataforma para la divulgación del proyecto.
- WhatsApp Bussines y demás plataformas de compra y venta de mercado en línea.
- Mediante medios publicitarios, revistas, anuncios de radio, y televisión.
- A través del uso de canales digitales, salvapantallas virtuales y anuncios en diferentes plataformas para dar a conocer la idea.

- Convenios con otras empresas en donde mutuamente se den a conocer como empresa y así mismo la información de los productos ofrecidos, como una estrategia de venta y concepto de beneficio mutuo.
- El cliente tendrá la posibilidad de adquirir los productos por medio de la tienda virtual y redes sociales; Tejiendo Salud realizará envíos a todos los departamentos de Colombia; además, los clientes que se encuentren en el oriente antioqueño y sus alrededores tendrán la oportunidad de visitar la tienda física y realizar sus compras o realizar los talleres presenciales.
- Para los clientes antiguos se ofrecerá la experiencia de adquirir algún producto con un porcentaje de descuento, que funcionen como cadena y canal para la distribución de la información y así llegar a diferentes personas y contextos.

Relaciones con clientes

Siendo conscientes de que los clientes serán la razón de ser de la empresa y por ende debemos brindar experiencias satisfactorias que cumplan con sus expectativas y que suplan sus necesidades, se quiere ofrecer una experiencia impregnada en cada uno de los productos ofrecidos, más que la venta material de un producto, por ello se piensa en diferentes estrategias para con los clientes tales como la posibilidad de personalización en sus productos donde supla la necesidad de tener un artículo a su gusto, forma, color y con el distintivo deseado. Teniendo en cuenta sugerencias y opiniones de los clientes las cuales harán crecer la empresa; así mismo, como la realización de descuentos y promociones a los clientes antiguos para generar fidelización con ellos, mantenerlos y ganar clientes nuevos.

Por último, emplear la estrategia del servicio posventa y conocer la experiencia vivida de los clientes donde se tendrá en cuenta sus observaciones y sugerencias, haciéndolos sentir partícipe del objetivo de la empresa.

Fuente de Ingresos

Si bien los clientes se convierten en el eje central del proyecto, las diferentes fuentes de ingresos son los eslabones que dan la estructura y estabilidad a la razón de ser como empresa. Tejiendo salud cuenta con diferentes líneas y variedad de productos, con el fin que cada uno de los clientes cuenten con la posibilidad de escoger de acuerdo con sus necesidades y gustos; También, se contará con diferentes medios de pagos y se recibirá variedad de tarjetas.

Recursos Clave

- Físicos: Espacio físico donde estará ubicado el personal, quienes serán los encargados de realizar los productos mediante la técnica crochet y los talleres presenciales dirigidos a la población que lo adquiera.
Espacios de insumos de materiales (hilados, diferentes tipos de agujas, tijeras, patrones y marcadores); así mismo, oficina, mesas de producción, lugares de descanso y alimentación para el personal, sitios de preproducción y posproducción.
- Económicos: instalaciones, puntos de venta y redes de distribución.
- Intelectuales: Distribuidores tercerizados de mercancía quienes harán llegar los productos a los clientes a través de las diferentes empresas de encomienda, personal que realice etiqueta de los productos, así mismo como estampación de algún accesorio o elemento personalizado por cada uno de los clientes, distribuidores de

hilado reciclado y así mismo de algodón, personal contable encargado del área de nómina tercerizado a la empresa así mismo con áreas legales a fines.

- Humanos: Personas encargadas de la elaboración de los productos, preproducción y posproducción, con conocimientos y manejo de la técnica crochet, personas con habilidades de bordado y empaque de prendas, personal vinculado a la empresa encargada de distribución de productos en áreas cercanas.

Actividades claves

Tejiendo salud se destacará por la producción y fabricación de productos realizados en crochet con el desarrollo de diseños únicos y personalizados, más la gestión de proveedores para garantizar la mejor calidad del mercado y productos amigables con el medio ambiente.

Asociaciones clave

Se tendrá diferentes proveedores que aportarán variedad de insumos para el funcionamiento de la empresa; sin embargo, el principal proveedor de insumos es la empresa Tejamono, los cuales utilizan fibras naturales de lujo y diferentes tipos de tintes para sus hilados ya sea natural o químico. Con esta empresa también se pensará en un vínculo de mutua ganancia por medio de publicidad en diferentes plataformas virtuales. El siguiente proveedor es la empresa entrelanas, quienes ofrecen patrones y variedad de materiales para tejer; por último, la empresa Restrepo Cardona maneja bolsas, empaques y stickers personalizados todo en material reciclado, biodegradable y bolsas de tela reutilizable.

Para lograr llegar a todos los clientes en Colombia se usará los servicios de las empresas de Interrapidísimo, Servientrega y Envía; de este mismo modo, se realizará convenios con personas

influyentes en diferentes plataformas que apoyan el trabajo artesanal entre ellas está Silvi, Alicia Londoño y Entreaguas.

Estructura de costes

- Arriendo de Sede presencial de la empresa: 3.500.000 \$
- Servicios y Administración: 800.000 \$
- Infraestructura física: 5.000.000 \$
- Recurso Humano: 7.000.000 \$

Insumos Base

- Hilado: 200.000 \$
- Aguja de Crochet: 25.000 \$
- Tijeras, pulidora y material de corte: 1.200.000 \$
- Material de área de etiquetado y empaque: 2.500.000 \$

Costos de Algunos Productos y Artículos a ofrecer

Prendas:

- Buzos: 160.00 \$
- Sweaters: 140.00 \$
- Bufandas: 80.000 \$

Artículos:

- Ayudas didácticas de estructuras anatómicas a base de Técnica Crochet: 50.000 \$
- Tapicería: 100.000 \$
- Cursos: 80.000 \$

A continuación, en forma de infografía se presenta el resumen de la metodología canvas realizado en la plataforma digitas CANVA (Luis Lozano Chaguay, 2019) (CANVA, s.f.).



Estudio del entorno

Político:

- Decreto 2613 del 28 de diciembre de 2022, salario mínimo mensual 2023
- Derechos de los empleados (trabajo digno, vacaciones, permiso por incapacidad y enfermedad médica, prestaciones sociales, pensión, ajustes de sueldo, contrato laboral, beneficios para personas embarazadas).

- Ante la cámara de comercio, se debe verificar el nombre, permiso del inmueble y el uso de suelos. Lo anterior depende del Plan de ordenamiento territorial – POT - que determina el uso y la destinación de un inmueble según su ubicación, verificar el código de la actividad económica y la inscripción en el rut

Tecnológico

- Vanguardia en la moda a nivel mundial y en los insumos amigables con el medio ambiente

Ecológico

- Materia prima proveniente de material reciclado y 100% de algodón, vegano.

Demográfico

- Mercado masivo: diferentes edades, profesiones, religiones, culturas y tradiciones.

Estudio del sector

Las prendas tejidas usualmente se diferenciaban porque se utilizaban para abrigarse cuando el clima lo ameritaba. Se llaman de punto, porque se ven “los puntos” de tejido. En los últimos años esta actividad ha trascendido de ser solo para el frío; hoy en día, se utilizan diferentes técnicas e hilados logrando llegar a la decoración de espacios y ropa para climas de temperatura elevada, peluches, juguetes y muchos más. Tejiendo salud, desea ofrecer toda la tradición del crochet, pero quiere llegar más alto con sus hilados amigables con el medio ambiente, formas y decoraciones en torno al área de la salud.

Análisis de la competencia

Competidor 1: katie jone

Competidor 2: tienda crochet mc

Competidor 3: la reina de Laureles

Criterio	Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3
Características del producto	Prendas con mucho color y figuras geométricas	Insumo para todo tipo de tejido, lanas en acrílico.	Realizan prendas, amigurumis, desarrollan talleres presenciales
Precio	Es en dólares, la conversión a peso colombiano, un producto de valor alto	Lanas entre 5.000COP – 35.000COP	Sus precios no están visibles
Ubicación	E.E.U. U	No tiene punto físico, no realiza envíos internacionales y solo vende por Instagram y WhatsApp	Tienda física en laureles y poblado
Publicidad y promociones	Instagram, vínculo con domestika	Instagram y YouTube	Instagram

Estudio de mercado

Antes de poner en marcha el proyecto se desea realizar un tipo de encuesta con el objetivo de saber que piensan las personas sobre la técnica de crochet; se busca desarrollar dicha encuesta a personas que frecuentan diferentes puntos de venta de insumos para la confección y manualidades, hospitales y profesionales del área de la salud; para lograr determinar si es viable la propuesta de negocio y si logra tener impacto positivo en la población; Para esto, se debe tener en cuenta hojas, impresión, personal y tiempo para realizar la encuesta.

Segmento de mercado

En promedio las edades de los consumidores de tejiendo salud está entre los 25 a 50 años, donde la edad promedio será 37 años con mayor prevalencia en mujeres, personal del área de la salud y a fines, con un estrato socioeconómico medio-alto; también, personas con cultura por el cuidado del medio ambiente y conservar las tradiciones de tejido.

Comportamiento del consumidor

Los compradores se caracterizan por ser un público vanguardista y de moda circular, con enfoque a sensibilidad al cuidado del medio ambiente; teniendo la posibilidad de adquirir los productos a cualquier momento, hora y lugar, a través de los diversos medios de circulación de mercado y variedad de medios pagos que la empresa ofrece al público en general. Tejiendo salud, maneja diferentes líneas con el fin que cada cliente se acomode de una mejor manera dependiendo su necesidad. El producto terminado lo recibe el cliente en una bolsa de tela reutilizable. No todas las personas tendrían la misma disposición de comprar los productos de la empresa por algunos motivos que no tienen discusión como alergias, gustos y bajo poder adquisitivo.

Producto/servicio	Característica	Ventajas	Beneficios que da el producto al cliente
Talleres de la técnica de crochet.	Personalizados	Los talleres ayudan a estabilizar enfermedades psicológicas y físicas.	Posibilidad de emprender y crear empresa con los patrones.
	Brindar conocimiento de patrones únicos.	Sensibilización sobre el mantenimiento del medio ambiente.	Productos únicos.
	Amigable con el medio ambiente		
Línea de ropa	Producto de moda sostenible y circular.	Prendas únicas en la comunidad.	Alta durabilidad en el tiempo
	Personalizados.		

Tejido artesanal.	
Insumos para decoración de espacios y actividades lúdicas en temas de salud.	<p>Productos únicos.</p> <p>Amigable con el medio ambiente.</p>
	<p>Consultas y talleres más lúdicos.</p> <p></p>
	<p>Facilidad para presentar un tema.</p> <p>Ambientación en espacios de consultas</p>

Estrategia de precio

Tejiendo salud es una empresa nueva y sin trayectoria en el mercado por lo cual se basará en la estrategia de penetración; esto quiere decir, que empezará con precios bajos de poca rentabilidad con el fin que las personas conozcan los productos, para así lograr que estos difundan su experiencia para atraer clientes.

Estrategias de promoción

El enfoque que tendrá la empresa en cuanto a dar a conocer los productos será por diferentes plataformas digitales como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp Bussines y demás plataformas de compra y venta de mercado en línea, medios publicitarios (revistas, anuncios de radio, y televisión), a través del uso de canales digitales, salvapantallas virtuales y anuncios en diferentes plataformas para dar a conocer la idea; También, se realizarán contratos de publicidad con influenciadores y empresas que se relacionan con el ámbito artesanal, algunos de esto son Alicia Londoño y la empresa de macramé entreaguas.

Simbología corporativa



Mercados de los proveedores

En la siguiente tabla se logra evidenciar los principales proveedores que tendrá el proyecto y los productos de mayor interés que ofrecen dichas empresas.

Proveedor	Calidad de insumos	Cantidad	Precios	Condiciones de pago	Plazos de entrega y cumplimiento
Tejamono	Alta	50 ovillos con variedad de colores.	5.000 – 45.000 COP ovillo de lana	Crédito	Envío dependiendo la cantidad en almacén.
Entrelanas	Alta	10 agujas Patrones según fechas de lanzamiento.	1.000 – 25.000 COP agujas y tijeras, 20.000 a 90.000 COP patrones	Contado	Envío inmediato

Innovación

Innovación es introducir en el mercado nuevos o mejores dispositivos en el mercado (Sánchez, 2023). Tejiendo salud desea abrir los caminos del mundo artesanal por medio de sus productos tejidos en crochet; al mismo tiempo, busca generar conciencia del sostenimiento ambiental como responsabilidad colectiva con el planeta tierra, apoyando la moda circular al usar hilados reciclados y 100% natural de algodón; además, también se destaca por ofrecer artículos referentes al área de la salud para diferentes usos.

Conclusión

El modelo de negocio canvas de Osterwalder es una metodología que brinda la posibilidad a todas las personas que tienen una idea de negocio tener información sobre esta, permitiendo ofrecer una propuesta de valor que marque la diferencia en el mercado; con lo anterior mencionado, se logró implementar este modelo a el proyecto tejiendo salud, se evaluaron todas sus características y dejó en evidencia que es un proyecto viable, con buen mercado e innovador.

Referencias bibliográficas

Londono, L. A. (2021). El impacto del modelo de negocios en las capacidades dinámicas. Scielo, 20.

Luis Lozano Chaguay, J. C. (2019). EL MODELO DE NEGOCIO: METODOLOGÍA CANVAS COMO INNOVACIÓN ESTRATEGICA PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS EMPRESARIALES. JOURNAL OF SCIENCE AND RESEARCH.

Sánchez, C. C. (2023). Lecciones de creatividad e innovación. Rionegro: Fondo Editorial Universidad Católica de Oriente.