



Proyecto creación de Empresas
Creación de una mascarilla reutilizable para prevención de enfermedades y contribución
con el cuidado del medio ambiente.

John Heider Ávila
Jesús David Gutiérrez Tamayo
Valentina Rubio

Redes Sociales

Facebook: <https://www.facebook.com/estampa.bog/>

Instagram: <https://www.instagram.com/estampa.bog/>

Programa de Ingeniería de Sistemas
Facultad de ingeniería
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Compromisos del Autor

Nosotros los estudiantes Jesús David Gutiérrez Tamayo, identificado con Numero de cedula 1.102.807.954, John Haider Ávila Walteros con numero de cedula de ciudadanía 80.113.797, y Valentina Rubio Escobar con numero de cedula 1.007.302.310; del Programa de Ingeniería De Sistemas y Administración Hotelera y turística de la Corporación Unificada Nacional de Orden Superior CUN, declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directos legal, económica y administrativo sin afectar al director del trabajo a la Universidad, y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias de tales prácticas.

Firmas:

Jesus David Gutierrez T.

Jesús David Gutiérrez Tamayo

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'John Haider Ávila Walteros', written over a light gray rectangular background.

John Haider Ávila Walteros

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Valentina Rubio', written over a light gray rectangular background.

Valentina Rubio

Resumen Ejecutivo

El fenómeno de la creación de empresas es actualmente uno de los de mayor interés, seguimiento, dedicación y esfuerzos tanto en los ámbitos académicos, políticos y sociales por su importancia demostrada en su capacidad para genera empleo, desarrollo y crecimiento económico en la sociedad actual. La capacidad de las empresas recién creadas para adaptarse rápidamente a los cambios del entorno, así como su potencial innovación, convierte a estas empresas en un elemento clave en el desarrollo económico actual (Villegas, 2001). El proyecto de creación de una nueva empresa va ligado cada vez más al concepto de emprendimiento, debido especialmente a que en el entorno global que nos situamos, con gran competencia y con entorno tecnológico que evoluciona a gran velocidad, lo que exige cada vez más una visión más “empresarial” que “empresarial” el análisis y puesta en marcha de un proyecto Pulido & Garrido, (2011).

Este proyecto pretende crear una empresa dedicada a la fabricación de estampados con corte de vinilo textil donde se construyan prendas en poco tiempo y a un bajo costo, así mismo analizando la situación actual del país por motivos de la pandemia queremos incorporar un nuevo producto, una mascarilla reutilizable fabricada de algodón 100% orgánico que no solo dará solución a la problemática de salud que estamos atravesando, sino que también a la gestión de residuos sólidos, ya que hemos visto q hay una fuerte demanda de estas mascarillas desechables, las cuales las personas no pueden reutilizar y muchas terminan tiradas en las calles, ríos provocando un foco de contaminación y generando futuras propagación de enfermedades.

Palabras claves: Empresa, innovación, producto, reutilización.

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN.....	5
Objetivos.....	6
Objetivo General.....	6
Objetivo Especifico.....	6
Claves del éxito	7
Descripción del Problema.....	8
Formulación del Problema.....	8
Desarrollo del Proyecto creación de empresas.....	9
Anexos.....	58
Referencias Bibliográficas.....	59

INTRODUCCION

Cada vez es más notorio los avances tecnológicos en los acabados para las prendas textiles en marcas reconocidas a nivel internacional las cuales no dejan de innovar en sus técnicas y diseños.

Dentro del medio local los diseñadores textiles han empezado a buscar nuevos métodos y técnicas para la innovación y creación de sus productos; ahora hablaremos de una de las técnicas que algunos de ellos han optado por usarla en sus diseños y acabados, el vinilo de corte textil. La diversidad y solidez que brinda el vinil dan la posibilidad da muchas aplicaciones y usos. Se tienen dos clases el vinilo impreso y el de corte, (Costa, et al., 2000).

Al hablar de vinilo de corte hacemos referencia a una película autoadhesiva usada para la decoración de superficies planas o curvas, las cuales son cortadas con un plotter ya que este permite el delineado de imágenes. Este tipo de vinilo posee el mismo color tanto en el exterior que por la superficie adhesiva, (Mendoza, 2016).

El vinil de corte siempre resultara de mejor calidad puesto que su adhesivo es mucho más resistente y eficaz, así como también su acabado el cual tiene un resultado perfecto sin pestañas transparentes alrededor de su impresión.

Igualmente, el vinilo de corte es una buena opción para estampar prendas en poco tiempo y a un coste bajo. Se requiere de un diseño sencillo a un color que debe ser vectorizado. Posteriormente, ese diseño se envía a una máquina de corte (plotter) que recorta la forma en un vinilo. El vinilo es de un color determinado por una cara y un material adhesivo por la otra. Cuando el plotter ha cortado el vinilo, se elimina la zona sobrante y se pega en la prenda. Luego esta se plancha para que el vinilo quede pegado a la superficie, (Saransig, 2020).

Existen multitud de acabados en los vinilos. Estos pueden ser reflectantes, metalizados, con efecto de terciopelo... Un ejemplo claro de vinilo de corte, son las estampaciones numéricas que se hacen en la zona trasera de las camisetas deportivas, (Salgado, 2018).

Por lo tanto, vemos que la fabricación de estampados en vinilo de corte textil es una idea de negocio, que podemos trabajar cuya finalidad tiene apoyar el mejoramiento de la calidad de innovación en el sector económico que permitirá responder las necesidades de los clientes, mediante la elaboración y comercialización de productos que se adopten perfectamente a las expectativas de los consumidores. Por otro lado, se pretende incrementar el desarrollo económico y social de la comunidad, a través de la contratación de mano de obra, la adquisición de materiales, insumos y demanda de servicios en la zona que permiten brindar estabilidad laboral y dinamizar los recursos financieros de los habitantes.

OBJETIVOS

- **OBJETIVO GENERAL**

Realizar la elaboración de un proyecto empresarial que analice la factibilidad de la creación de un nuevo producto en nuestra empresa dedicada a la elaboración de estampados con vinilo de corte textil, que permita contribuir al cuidado de la salud pública y preservación del medio ambiente.

- **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Identificar los principales impactos que provoca la elaboración de un nuevo producto en nuestra empresa, y la influencia que ocasiona en el ámbito económico, social, ambiental y educativo; para potencializar los efectos positivos y minimizar los negativos que pudiera derivarse de la ejecución del proyecto.
2. Imponer una tendencia en fabricación de tapabocas de tela, novedosa, rentable y respetuosa del medio ambiente.
3. Brindar a los clientes productos de calidad, a precios módicos que sean accesibles que protejan su salud y la de su familia.

Claves del Éxito

- Ser Creativos
- Tener una idea de Negocio Innovadora
- Definir quienes serán nuestros clientes
- Analizar la competencia
- Ofrecer productos de calidad
- Trabajo duro

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

A medida que avanza la pandemia del coronavirus, la Tierra ha experimentado un respiro a causa de las bajas emisiones de CO₂ en algunos países del mundo, sin embargo, tras la reincorporación de actividades económicas la demanda de mascarillas se ha incrementado de forma exponencial, en tanto solo un mes China exportó más de 4 millones de cubrebocas.

La consecuencia del retorno de actividades y la ausencia de una vacuna prometedora que se lance al mercado durante los próximos meses, ha traído una nueva amenaza mundial: miles de mascarillas que invaden los vertederos y océanos de todo el mundo, provocando una vez más la alteración de los ecosistemas orientados a su destrucción.

Una mascarilla desechable tarda más de 400 años en desintegrarse y si se encuentra en el mar no solo amenaza a las especies como peces, medusas y arrecifes de coral sino a la vida humana. Hasta que la protección del medio ambiente no sea una prioridad y no se mejore el sistema de tratamiento de los desechos, no se podrá garantizar el bienestar humano, la salud ni mucho menos el futuro.

Con base a lo anterior ESTAMPA quiso incorporar un nuevo producto y es la elaboración de una mascarilla de algodón 100% orgánica que nuestros clientes puedan utilizar en su vida diaria, y por ello, consideramos tan importantes que estas tengan ciertas características, reutilizables, sean libres de tóxicos ya que están en contacto con partes muy sensibles de nuestro cuerpo como son nariz, boca y ojos.

Por último, cabe resaltar que el uso de estas mascarillas puede reducir la velocidad a la que los individuos con COVID-19 pueden infectar a otros.

Los tapabocas desechables o de un solo uso representan una nueva fuente de residuos sólidos debido a la gran demanda y uso que tienen por la situación actual.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué factores debe analizar nuestra empresa para elaboración de un nuevo producto, que no solo genere utilidades, sino que también contribuya a la mejora de la salud de nuestros clientes y cuidado del medio ambiente?

Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

La crisis sanitaria, económica y social que ha desencadenado la pandemia del coronavirus SARS-CoV-2 en Colombia está causando una serie de efectos que nos afectarán a todos como sociedad global, y que aún necesitaremos años para asimilar. Sin duda, las muertes y la enfermedad causadas por la neumonía COVID-19 son los aspectos más notables y dolorosos de la pandemia. Pero no son los únicos. A las cuestiones sanitarias de la crisis habrá que ir sumando poco a poco otros tantos: la crisis económica derivada de la paralización de muchas actividades humanas como parte de las medidas de contención del virus; los cambios que deberemos implantar en el desarrollo de las relaciones sociales e interpersonales; el daño psicológico que dejará la pandemia en gran parte de la población, etc., (Pedraza, 2020). Pero además de estas grandes transformaciones que ya somos capaces de anticipar en un futuro cercano, otros problemas menos perceptibles a primera vista están comenzando a aflorar. Hablamos, por ejemplo, de los problemas medioambientales que se derivan de una producción, uso y desecho de material sanitario e higiénico en unas proporciones masivas que no se han visto nunca antes. En un primer momento en el que la prioridad para todos es frenar el avance de la pandemia, se ha disparado la demanda y la producción de estos productos, lo que plantea un nuevo problema de sostenibilidad y contaminación que debemos añadir a todos los que ya soportaba el planeta antes de la llevada del COVID-19. Un ejemplo muy significativo de este nuevo reto de sostenibilidad que nos ha traído la pandemia es el de la contaminación del medio ambiente por el desecho de las mascarillas de protección contra el virus.

Con base a lo anterior, encontramos una triple amenaza para la sostenibilidad

- Estas mascarillas están fabricadas mayoritariamente de productos plásticos derivados del petróleo. La mayor parte de los componentes que forman una mascarilla 8820 están compuestos por plástico: elastómero termoplástico para las gomas de sujeción; aluminio para la pinza que se adapta al contorno de la nariz del usuario; y poliéster o polipropileno, como materiales principales para la elaboración de los filtros. Una vez más, el plástico como solución de material para producir de forma rápida y económica, pero una elección que no contempla los costes medioambientales para el planeta.
- En segundo lugar, por la propia naturaleza de la necesidad de emplear las mascarillas, estas deben ser de un solo uso, con el consiguiente problema de generación constante de residuos que esto supone. Por un lado, la naturaleza sanitaria de estos productos hace que no sea adecuada su reutilización por motivos de higiene. Por otro, la capacidad filtrante de las mascarillas se va perdiendo con el uso y con el contacto con la humedad ambiental que se condensa al respirar a través de ellas. Imaginemos el impacto medioambiental de estos residuos en el futuro cercano, ante la necesidad de que la mayor parte de la población mundial tenga que emplear mascarillas en su vida cotidiana.
- En tercer lugar, su reciclado no es posible en la actualidad. Y así queda plasmado, por ejemplo, en el documento técnico del Ministerio de Sanidad sobre el tratamiento del COVID-19 durante los aislamientos domiciliarios. Como vemos, las mascarillas usadas, tanto por los pacientes como por los cuidadores y familiares a su cargo, deben terminar depositadas exclusivamente en el contenedor “fracción resto”. Algo que obedece a un

criterio sanitario y que se aplica también a guantes, a otro tipo de elementos de limpieza y desinfección, y a las hasta 3 bolsas de plástico que hay que emplear para contener todos estos residuos. Una directriz necesaria para paliar los efectos negativos del COVID-19, pero que hace imposible su reciclaje, destinándolos a vertederos o plantas de incineración.

Objetivo de desarrollo sostenible: *Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todas las edades*

Nuestra idea de negocio tiene como objetivo dar solución a la problemática de gestión de residuos y contaminación que supone el uso de mascarillas desechables, en este caso nuestra empresa pretende crear mascarillas reutilizables con filtros capaces de filtrar las partículas y bacterias, las cuales están diseñadas no solo para promover el cuidado de las personas sino también del medio ambiente, son fabricadas con algodón 100% orgánicos, tienen una excelente filtración antibacteriana, adicionalmente cumple con las normas UNE-EN 149. Cada mascarilla se puede reutilizar hasta 40 veces siempre que se lave y desinfecte correctamente. Al ser de algodón orgánico, se pueden llevar más cómodamente y cuando finalice su periodo de vida útil, pueden desintegrarse en el medio ambiente sin generar residuos plásticos o micro plásticos.

ESTAMPA es una empresa que se basa un concepto fundamental como es el vinilo de corte textil, para construir prendas con estampados en poco tiempo y a costos bajos. Tiene como características la posibilidad de que nuestros clientes expresen sus sentimientos y emociones a través de los vinilos, esto lo logramos gracias a la implementación de una página web donde las personas pueden generar sus modelos (dibujos). Con esto se lleva un registro de todas las actividades que estamos realizando durante todo el proceso y acortar los tiempos de respuestas de pedidos del cliente generando así un producto creativo de calidad para el usuario final.

En medio de la crisis que nuestro país está manejando por el COVID-19 nos pareció de inmediata necesidad la fabricación de una mascarilla de algodón 100% orgánica que nuestros clientes puedan utilizar en su vida diaria, y por ello, consideramos tan importantes que estas tengan ciertas características, reutilizables, sean libres de tóxicos ya que están en contacto con partes muy sensibles de nuestro cuerpo como son nariz, boca y ojos.

Lo anteriormente mencionado es el valor compartido que ESTAMPA quiere crear debido a la demanda de la sociedad en el ámbito de sanidad, ayuda a las personas y disminuir el impacto ambiental, ya que estas son necesidades insatisfechas actualmente, estas mismas nos invitan a la innovación y rediseños de nuestros productos, explorando las necesidades sociales actualmente y creando la oportunidad de que nuestra empresa de diferencia de otras que se realizan a la fabricación de estampados. Tendríamos beneficios sociales muy provechosos debido a la fabricación de estos productos los cuales son tan apropiados en tiempos de pandemia y que a su vez nos generarían utilidades económicas a nuestra empresa.

Tabla 1
Análisis PESTEL

ANALISIS LEGAL	<ul style="list-style-type: none"> • Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, y se dictan otras disposiciones. • Ley 155 de 1959, artículo 3o; en el Decreto 2269 de 1993 • Decreto 1351 del 22 de agosto del 2016
ANALISIS POLITICO	<p>El gobierno de Colombia cada día le apuesta más a la industria textil, las acciones que incluye son: información más detallada en los registros de importación, garantía de permanencia de etiquetas, reducción de aranceles para hilados que no afecten la industria nacional, controles aduaneros adicionales y más estrictos para textiles, fibras, hilos y ropa de hogar.</p>
ANALISIS ECONOMICO	<p>El crecimiento económico del país tiene un efecto directo sobre el ingreso per cápita de la población afectando la demanda, para el 2019 se registró en primer trimestre del año crecimiento económico del 2,8%, indicador que va en aumento desde el 2018 y se espera que este sea sostenible; según el FMI se prevé un continuo crecimiento que al 2020 sea del 3,6% impulsado por las inversiones y las exportaciones. Aunque este panorama es favorable no podemos ignorar la devaluación del peso sobre el dólar según el escalafón de Bloomberg con las monedas más devaluadas en lo que va del 2019 el peso y ocupa el puesto 7, con una TRM inferior \$3.350, y un porcentaje de devaluación año corrido del 1,52%. Indicadores que impactan directamente el sector textil en Colombia</p>
ANALISIS SOCIAL	<p>La empresa proporciona sus servicios a la población en general. El sector textil debe aprovechar el mercado local y turístico que se encuentra actualmente en Colombia para fortalecer y optimizar el posicionamiento dentro y fuera del país, teniendo en cuenta, que para mejorar su competitividad en el mercado global se deben considerar factores como: clientes potenciales, exigencia del mercado y procesos logísticos.</p>
ANALISIS TECNOLOGICO	<p>Nuestro país ha tenido grandes avances a nivel tecnológico en la industria textil, entre ellos cabe resaltar el tejido inteligente que son aquellos que</p>

incorporan fibras flexibles con materiales como el níquel, el cobre y la plata para adaptarse a el cuerpo; estos tejidos ayudan aislar a las personas de condiciones meteorológicas adversas por otra parte se encuentra la implementación de la careta quirúrgica que nos ayuda a prevenir el contagio de Covid-19.

Identificación del problema, necesidad reto u oportunidad.

Como hemos dicho anteriormente ESTAMPA es una empresa dedicada a la fabricación de estampados para prendas de vestir, con vinilo de corte textil el cual le permite crear modelos de excelente calidad, a costos bajos y en menor tiempo; en medio de la crisis que está viviendo el país a causa de la pandemia y de los efectos que está produciendo a la sociedad global nuestra empresa comenzó a detectar un problema medioambiental que se deriva de una producción, uso y desecho del material sanitario e higiénico en unas proporciones masivas que no se han visto nunca antes. En un primer momento en el que la prioridad para todos es frenar el avance de la pandemia, se ha disparado la demanda y la producción de estos productos, lo que plantea un nuevo problema de sostenibilidad y contaminación que debemos añadir a todos los que ya soportaba el planeta antes de la llegada del COVID-19. Un ejemplo muy significativo de este nuevo reto de sostenibilidad que nos ha traído la pandemia es el de la contaminación del medio ambiente por el desecho de las mascarillas de protección contra el virus.

Ante la expansión del coronavirus por el mundo, las personas se han visto obligadas a portar mascarillas desechables que terminaran en vertederos, calles y océanos afectando el medio ambiente, un estudio de la firma *Environmental Science & Technology* revelo que cada mes son usados en el mundo 129 mil millones de tapabocas desechables, la publicación asegura que esto “no solo ha provocado una contaminación ambiental generalizada, sino que también presenta riesgo significativo para la salud pública” ya que este desecho sirve como vector para el virus, que puede mantenerse latente y activo 3 días en la superficie de este tipo de materiales.

Por su parte el ministerio de Ambiente invito a los colombianos a utilizar mascarillas reutilizables, tras advertir los altos niveles de contaminación que producen esos elementos de protección en varios ecosistemas del país.

Por otra parte, la viceministra de ambiente reporto que se están haciendo algunos ajustes al Plan de Plásticos, como estrategia que busca reducir y hacer un mejor uso de este material en el país, debido a la actual situación de la pandemia, así mismo indico que es necesario hacer un mejor manejo de los plásticos que utilizamos durante la emergencia sanitaria, para evitar que terminen en las fuentes de agua y otros ecosistemas

La funcionaria agregó que "lo más importante es que podamos ponernos de acuerdo con las estrategias para darle un manejo adecuado, tras el incremento en el uso de los plásticos de un solo uso como tapabocas, guantes y demás. Sabemos que esta situación no se va a terminar de un momento a otro"; y que es por ello que esta entidad está trabajando con los Ministerios de Salud y Vivienda para elaborar guías sobre el manejo de estos desechables, mientras insistió en el uso de tapabocas reutilizables por parte de la ciudadanía “Nosotros los ciudadanos si podemos decidir entre comprar una caja de tapabocas desechables o comprar

dos o tres reutilizables, que se puedan lavar a diario y seguir usándose para impactar menos el medio ambiente”, afirmó.

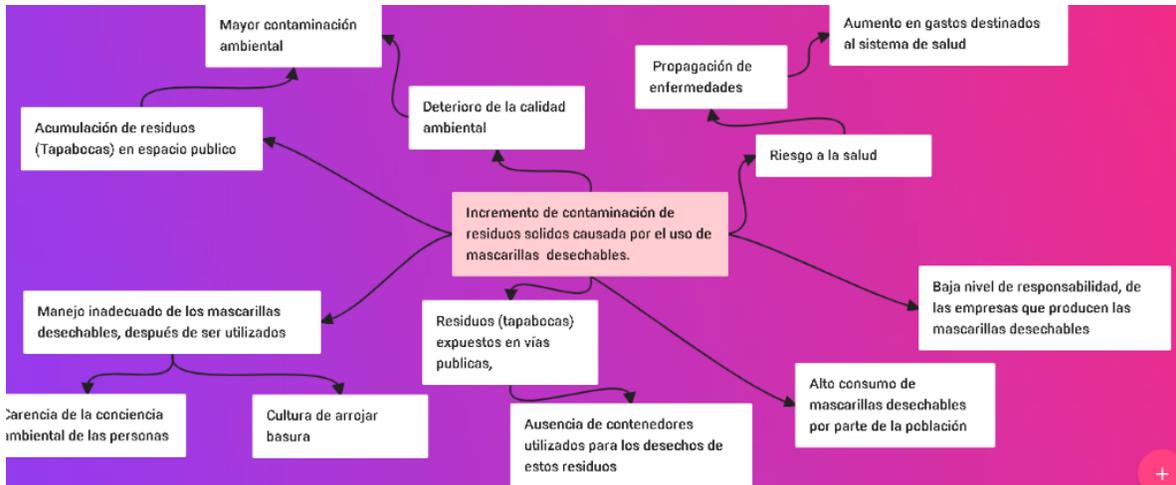


Figura 1. Desarrollo del árbol de problemas.

¿Cómo se puede disminuir el incremento de la contaminación de residuos sólidos causados por el uso de mascarillas desechables?



Figura 2. Desarrollo del árbol de objetivos.

Técnica de ideación: lluvia de ideas

Situación problemática: contaminación de residuos sólidos por el uso de mascarillas desechables.

- Reducir el consumo de plásticos
- Menos consumo de mascarillas desechables por parte de la población.
- Sentido de pertenencia al medio ambiente.
- Manejo adecuado de mascarillas reutilizables.
- Conciencia ambiental de las personas.
- Elaboración de mascarillas reutilizables con filtros hechas de algodón orgánico.
- Crear un mejor plan de recolección para las mascarillas.
- Optar por productos reutilizables.
- Implementación de contenedores utilizados para los desechos de estas mascarillas.



Figura 3. Lluvia de ideas. Técnicas de ideación

Tabla 2. Autoevaluación de la idea de negocio

Interés/ disposición afirmaciones	Escala de valoración				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que siempre he querido hacer.	1	2	3	4	5
No me incomoda decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	5

Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	1	2	3	4	5
N° total de afirmaciones valoradas en:	0	0	3	4	10

Tabla 3.
Autoevaluación de la idea de negocio

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	*	1		0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0	*	2		0
Total de afirmaciones valoradas en 3:	1	*	3		3
Total de afirmaciones valoradas en 4:	1	*	4		4
total de afirmaciones valoradas en 5:	2	*	5		10
				PUNTAJE TOTAL	18

Tabla 4.

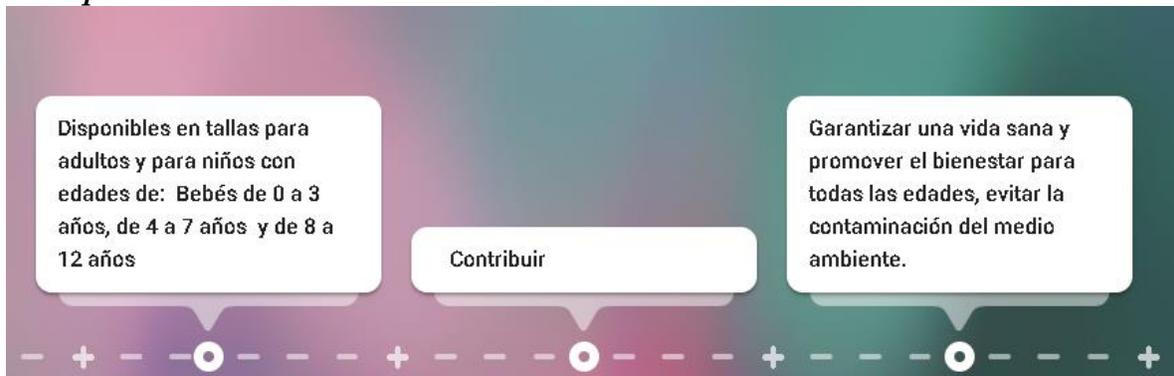
Estructura de la idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Mascarillas reutilizables, fabricadas en algodón 100% orgánico, y con excelente filtración antibacteriana
¿Quién es el cliente potencial?	Todas aquellas personas que necesiten cuidar su salud a la hora de salir hacer actividades fuera de sus hogares. Pequeñas microempresas que quieran cuidar la salud de sus trabajadores, y aportar al cuidado del medio ambiente.
¿Cuál es la necesidad?	Cuidar la salud de los habitantes, y disminuir la propagación de la enfermedad, y contribuir al cuidado y preservación del medio ambiente.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Cada mascarilla se puede reutilizar hasta 40 veces siempre que se lave y desinfecte correctamente. Al ser de algodón orgánico, se pueden llevar más cómodamente y cuando finalice su periodo de vida útil, pueden desintegrarse en el medio ambiente sin generar residuos plásticos o micro plásticos.
¿Por qué lo preferirían?	Es unas mascarillas reutilizables con filtros capaces de filtrar las partículas y bacterias, las cuales están diseñadas no solo para promover el cuidado de las personas sino también del medio ambiente, son fabricadas con algodón 100% orgánicos, tienen una excelente filtración antibacteriana, adicionalmente cumple con las normas UNE-EN 149. Cada mascarilla se puede reutilizar hasta 40 veces siempre que se lave y desinfecte correctamente

Idea de negocios estructuradas *¿Cómo podemos...?*



Para que los...



Alternativas de mi idea de negocio inicial, estrategias de innovación:

Innovación de productos:

ESTAMPA es una empresa dedicada a la fabricación de estampados con corte de vinilo textil en prendas de vestir, una de sus características radica en otorgarle la posibilidad a las personas que adquieran sus productos es comunicar sus sentimientos o emociones a través de los vinilos; esto se logra por medio de la implementación de una página web donde las personas pueden generar sus modelos o dibujos, con esto se lleva un registro de actividades de lo que se está realizando durante todo el proceso y acortar los tiempos de respuestas de pedidos de clientes generando un producto creativo para el usuario final.

Por la crisis sanitaria, económica y social que ha desencadenado la pandemia en el país y que está causando una serie de efectos que en un futuro nos afectaran a todos como sociedad global nuestra empresa quiso desarrollar un nuevo producto que no solo ayuda a garantizar una vida sana y promover el bienestar para todas las edades sino que también promueve la conservación del medio ambiente evitando focos de contaminación producidos por los desechos de residuos sólidos por la utilización de tapabocas desechables, es por ello que

quisimos innovar en la fabricación de mascarillas reutilizables fabricadas con algodón 100% orgánico, tienen una excelente filtración antibacteriana, cada mascarilla se puede reutilizar hasta 40 veces siempre que se lave y desinfecte correctamente, al ser de algodón orgánico se pueden llevar más cómodamente y en cuanto su finalice su periodo de vida útil pueden desintegrarse en el medio ambiente sin generar residuos plásticos o micro plásticos.

Innovación de canales:

ESTAMPA utiliza el Merchandising, éstas son un conjunto de estrategias que apuntan a la promoción y venta de nuestros productos tanto dentro como fuera de nuestros puntos de venta. Estas tienen como objetivos garantizar la venta de nuestros productos y atraer nuevos clientes a nuestra empresa. Es por ello que elaboramos una página de ventas para nuestros productos la cual es muy atractiva, en ella puedes encontrar todo lo relacionado con nuestra empresa, los productos que ofrecemos, adicionalmente un espacio completamente para el cliente llamado “ESTAMPA IDEAS” en donde el cliente puede expresar sus ideas, contarnos la experiencia que ha tenido no solo en el proceso de compra si no en la utilización del producto. Este modelo de estrategia es muy interesante para el mercado digital porque potencia nuestro número de ventas de productos además de ayudar en la capacitación de nuevos clientes.

Innovación en modelos de negocio:

Detrás de cada producto que nuestra empresa vende, queremos concientizar a nuestros clientes acerca de la importancia que es cuidar el medio ambiente, es por esto que por cada prenda que las personas compran, ESTAMPA les obsequia una mascarilla reutilizable, sin filtro hecha de algodón orgánico que lleva el modelo o dibujo que las personas mandaron a imprimir y que adicionalmente lleva una frase que motive y haga tomar conciencia de lo importante que es aprender a dar un buen manejo a los residuos sólidos.

Innovación en servicio:

Nuestra empresa se ha dado cuenta que el video es un formato más fácil de consumir para los usuarios y es una estrategia de marketing al alza. El *video marketing* es uno de los enfoques centrales del marketing de contenidos de ESTAMPA y está destinado a mostrar a los clientes como mejorar sus vidas. En los videos contamos historias de ESTAMPA de manera divertidas, educativas, instructivas e inspiradoras. También juegan en una variedad de segmentos de mercado desde niños pequeños, hasta adultos mayores, jóvenes universitarios y a familias.

ESTAMPA experimenta con las formas distintas de video marketing, rompiendo las reglas del marketing tradicional, tenemos campañas como “Un día de nuestra vida” en donde, por ejemplo, lanzamos una campaña de anuncios de video con “visión real” de como las personas se socializan en sus actividades diarias completamente normales en donde vemos la importancia de utilizar las mascarillas para evitar la propagación del virus.

Empresas brindan soluciones al mismo problema que quieres resolver o están haciendo productos similares.

- **Grupo Vital S.A.S.**

Son fabricantes de insumos médicos y productos de bioseguridad. Guantes de látex, nitrilo y vinilo y estériles para cirugía; vendas elásticas, de yeso y de algodón laminado; jeringas desechables, agujas hipodérmicas, catéteres y torniquetes; tapabocas, gorros, polainas y ropa desechable; kit para diálisis renal y bajalenguas.

- **Begut Sevenpharma S.A.S.**

Dedicada a la importación, distribución y comercialización de dispositivos médicos como termómetros digitales, jeringas, tapabocas, bajalenguas, esparadrapo, curas de color piel, vendas, gasas, apósitos oculares, gantes de vinilo y kit de nebulización entre otros.

- **Polymedical de Colombia S.A.S.**

Producción y comercialización de insumos médicos. Ropa descartable, batas, gorros, polainas, mascarillas, mascarillas termoformadas, mandiles, campos quirúrgicos y sabanas. Vendajes de algodón poli algodón, vendajes elásticos, vendajes de yeso, guantes de vinilo de látex y guantes quirúrgicos.

- **Cepilab S.A.S**

Empresa dedicada a la producción y distribución de material médico quirúrgico en el mercado regional y nacional. Gracias a su filosofía de productos de primera calidad, buenos precios y cumplimiento en la entrega, se han posesionado en el sector de la salud motivo que les ha permitido ampliar un portafolio, ofreciendo nuevas ideas de distribución como son laboratorio y medico quirúrgica.

Realizando una comparación de las cuatro alternativas de mi idea de negocio expuestas en el numeral 2, con respecto a la competencia podría concluir lo siguiente:

- ESTAMPA es una empresa dedicada a la fabricación de estampados en corte de vinilo textil, con alto potencial en ventas y excelente responsabilidad hacia nuestros clientes, adicionalmente somos una empresa innovadora, creemos firmemente que cada problema que se presente es una nueva idea u oportunidad de negocio, es por ello que quisimos crear un nuevo producto como la fabricación de una mascarilla reutilizable, hecha de algodón 100% orgánico y con filtración antibacteriana, esto nos diferencia de los competidores anteriormente mencionados en el numeral 3, ya que ellos realizan mascarillas desechables, que no son reutilizables ni orgánicas que perjudican el medio ambiente y no promueven la salud de nuestros clientes.

- Nuestra empresa tiene una estrategia de marketing diferente a la competencia, damos a conocer nuestros productos y facilitamos la compra de estos por medio de canales digitales, conocemos que muchas personas buscan información de lo que quieren comprar en internet , antes de ir a la tienda es por esto que nosotros hemos desarrollo “ESTAMA IDEAS” donde el cliente puede expresar sus ideas, contarnos la experiencia que ha tenido no solo en el proceso de compra sino en la utilización del

producto. Este modelo de estrategia es muy interesante para el mercado digital porque potencia nuestro número de ventas de productos además de ayudar en la capacitación de nuevos clientes.

- Por último, pensamos en la salud de nuestros clientes, es por ello que a diferencia de las demás empresas obsequiamos una mascarilla orgánica con frases alusivas que permitan concientizar a nuestros clientes de la importancia que es la preservación del medio ambiente, su cuidado y el uso adecuado del buen manejo de residuos sólidos, lo anterior es un aporte importante que nuestra empresa brinda a la sociedad.

Ideas de innovación

Las ideas de innovación que tiene nuestra empresa ESTAMPA, la hacen diferente de las empresas que ya existen en el mercado dedicadas a la fabricación, distribución y venta de suministros de mascarillas para el cuidado de la salud humana. Primero porque siempre estamos apuntando al bienestar del medio ambiente y la comunidad en general, tenemos estrategias de marketing diferente a los demás, queremos mantener siempre una conexión con el cliente, ya que para nosotros es importante que estos se sientan a gustos con lo que van a comprar y que sus experiencias son importantes para la mejora del producto de la empresa.

Sin duda alguna ESTAMPA se ha dado cuenta que el video es un formato fácil de consumir para nuestros usuarios es por eso que hemos ideado como estrategia de innovación el **Video Marketing** es un enfoque central del marketing y está destinado a mostrar a los clientes como mejorar su vida, en ellos contamos historias de ESTAMPA de manera divertidas, educativas, instructivas e inspiradoras. También en ellos juegan en una variedad de segmentos de mercados desde niños pequeños, hasta adultos mayores, jóvenes universitarios y las familias. Por último, estamos rompiendo todas las reglas del marketing tradicional, con nuestras campañas publicitarias como “un día de nuestras vidas” o ESTAMPA IDEAS”.

Contextualización de la empresa

- Nombre la Empresa: ESTAMPA
- Actividad Económica: ESTAMPA es una empresa dedicada a la fabricación de estampados con corte de vinillo textil en prendas de vestir, a precios bajos y en tiempos moderados para que los clientes se encuentren satisfechos de los productos obtenidos, en medio de la crisis que está viviendo el país por la pandemia estampa ideo una nueva propuesta de negocio que es la fabricación de mascarillas de algodón 100% orgánico, con filtración antibacteriana y que pueden ser reutilizables hasta unas 40 veces luego que se haga un proceso de lavado y desinfección.
- Ubicación: se encuentra ubicada en Colombia en el municipio de Sincelejo.

Análisis de oferta

Nuestros competidores más importantes son los siguientes: **Grupo Vital S.A.S.** Son fabricantes de insumos médicos y productos de bioseguridad. Guantes de látex, nitrilo y vinilo y estériles para cirugía; vendas elásticas, de yeso y de algodón laminado; jeringas desechables, agujas hipodérmicas, catéteres y torniquetes; tapabocas, gorros, polainas y ropa desechable; kit para diálisis renal y bajalenguas. **Begut Sevenpharma S.A.S.** Dedicada a la importación, distribución y comercialización de dispositivos médicos como termómetros

digitales, jeringas, tapabocas, bajalenguas, esparadrapo, curas de color piel, vendas, gasas, apósitos oculares, gantes de vinilo y kit de nebulización entre otros. **Polymedical de Colombia S.A.S.** Producción y comercialización de insumos médicos. Ropa descartable, batas, gorros, polainas, mascarillas, mascarillas termoformadas, mandiles, campos quirúrgicos y sabanas. Vendajes de algodón poli algodón, vendajes elásticos, vendajes de yeso, guantes de vinilo de látex y guantes quirúrgicos. **Cepilab S.A.S** Empresa dedicada a la producción y distribución de material médico quirúrgico en el mercado regional y nacional. Gracias a su filosofía de productos de primera calidad, buenos precios y cumplimiento en la entrega, se han posesionado en el sector de la salud motivo que les ha permitido ampliar un portafolio, ofreciendo nuevas ideas de distribución como son laboratorio y medico quirúrgica.

Tabla 5.

Empresas que representan una competencia

Nombre del Competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Grupo Vital S.A.S.	Insumos médicos y productos de bioseguridad. (Mascarillas desechables)	Tienen un valor de veintisiete mil pesos (27.000) la caja de mascarillas desechables por 50 unidades.	Cuentan con respaldos de compañías asociadas y representadas que les permite construir un valioso vínculo comercial, logrando la satisfacción de las necesidades específicas a Usuarios, Proveedores, Empleados y Propietarios.	Cr. 49 B No. 91 - 15 - Bogotá, Colombia
Begut Sevenpharma S.A.S.	Dispositivos médicos como, tapabocas desechables	Tienen un valor de dieciocho mil pesos (18.000) la caja de mascarillas por 50 unidades.	Cuentan con una estrategia de planeación, para entregar a nuestros clientes y colaboradores confianza, seguridad y productos acorde a sus necesidades.	Parque Industrial San Jorge Av Troncal de Occidente, Km 19 Vía Bogota – Mosquera,
Polymedical de Colombia S.A.S.			Cuentan con un amplio catálogo de productos de uso médico – quirúrgico, se consolidan como e	

	<p>Empresa productora de dotación para uso médico como mascarillas desechables.</p>	<p>Tienen un valor de veinticuatro mil pesos (24.000) la caja de 50 unidades</p>	<p>mpresa creativa e innovadora, ofreciendo continuamente productos y soluciones acordes a las nuevas exigencias del mercado, optimizando materia prima con mayor tecnología y menores costos para nuestros clientes.</p>	<p>Tr 76 46-21 Bogotá D.C., Distrito Capital Colombia</p>
<p>Cepilab S.A.S</p>	<p>En Cepilab S. A.S somos fabricantes especializados de mascarillas desechables o tapabocas para el sector salud, garantizando una protección bacteriana superior 98%. Las mascarillas o tapabocas que producimos en Cepilab S. A.S. son de la más alta calidad, nuestro compromiso con el sector salud nos obliga a utilizar los mejores insumos para garantizar la mayor protección contra bacterias, por</p>	<p>Tienen un valor de treinta y ocho mil pesos (38.000) la caja por 50 unidades</p>	<p>Tienen un Sistema de Gestión de la Calidad, según las normas colombianas, buscamos generar alianzas con nuestros distribuidores a nivel nacional e internacional, garantizamos una excelente calidad y precios competitivos.</p>	<p>CEPILAB S.A.S. es una empresa nacional, ubicada en Medellín Colombia.</p>

	lo cual podemos asegurar una protección mayor al 98% y garantizamos una entrega oportuna.		
--	---	--	--

Análisis de la comercialización y de los proveedores

Uno de los proveedores principales para la fabricación de mascarillas reutilizables de algodón 100% orgánico es una empresa que lleva tres años en el mercado colombiano y hasta ahora son pioneros en la producción de telas orgánicas a partir de botellas PET recicladas y los sobrantes de confecciones. Esta empresa lleva el nombre de “*Ecohilandes*” es una empresa familiar con sede en el municipio de la estrella. El producto que elaboran es hasta ahora el único en el mercado nacional, se trata de telas completamente ecológicas, resultado de la reutilización de plásticos de botellas y el retal sobrante de las mesas de corte. Están asociados con la cooperativa de Algodoneros-Coopiagros, esta empresa le suministra la materia prima a ESTAMPA para la realización de algunas prendas de vestir, y ahora por la crisis que está pasando el país por medio de la pandemia hemos aumentado nuestra demanda para la realización de tapabocas reutilizables. A diferencia de nuestros competidores que sus mascarillas son desechables las cuales ellos mismos la fabrican, los cuales no utilizan materiales orgánicos y que duran hasta 450 años en biodegradarse.

Nuestros criterios de compra a los proveedores son los siguientes:

- Las telas que nos suministren tienen que ser de algodón 100% orgánico.
- La empresa que nos suministre las telas cumpla con todos los parámetros de calidad de su producto.
- Cumplan en los tiempos estipulados de entrega de pedidos.

Manejamos un canal de distribución con los proveedores directos, Ecohilandes una vez fabrique las telas de algodón orgánico; no las suministra de manera directa a nuestra empresa, no existen intermediarios como minoristas ni mayoristas para la realización de la compra de nuestra materia prima.

Bondades de nuestro producto:

- Es una mascarilla fabricada de algodón 100% orgánico.
- Después de realizar un proceso de desinfección y lavado se puede utilizar hasta 40 veces.
- Tienen una excelente filtración antibacteriana.
- Cumplen con las normas UNE-EN 149 para la fabricación de mascarillas.
- Promueven el cuidado y la preservación del medio ambiente.
- Tienen filtros capaces de filtrar las partículas y bacterias, las cuales están diseñadas para promover el cuidado de las personas.

- Al ser de algodón orgánico, se pueden llevar más cómodamente y cuando finalice su periodo de vida útil, pueden desintegrarse en el medio ambiente sin generar residuos plásticos o micro plásticos.
- La mascarilla puede llevar el estampado (Modelo o dibujo) que desees portar.
- Confeccionamos las mascarillas a medida según cada pedido, por lo que es importante que selecciones si es para niño o adulto.
- Puede añadir cualquier filtro del mercado, con cada mascarilla añadimos dos filtros de TNT. El tejido TNT (Tejido No Tejido) es un tejido hidrófugo y antibacteriano. La mascarilla dispone de una abertura que permite introducir una capa de tejido TNT en su interior, por lo cual se podrá utilizar en repetidas ocasiones.
- Manejamos una excelente estrategia de marketing que nos permite conocer al cliente desde el momento de ingresar a nuestra página web a solicitar su pedido sino que también nos permite conocer cómo se sintieron una vez puedan utilizar su producto.

Buyer persona

Realizamos nuestro Buyer Persona a dos trabajadores de la Microempresa Domicilios cerca de ti.

<p>Perfil: Recepcionista de pedidos de la empresa. Técnica en logística Madre primeriza de un bebe de un año, vive en pareja, pero no es casada</p>	<p>María</p> 	<p>Retos: Incrementar sus ahorros en un 20% durante los próximos dos años. Conseguir mayor tiempo libre para pasar con su familia y amigos.</p>
<p>Datos demográficos Mujer de 34 años Vive en un alquiler en la ciudad de Sincelejo Tiene un ingreso de un salario mínimo vigente.</p>		<p>Frustraciones No pasar el suficiente tiempo con su familia. No obtener el suficiente reconocimiento laboral. Atravesar problemas económicos</p>
<p>Hobbies: Le gusta salir con sus amigos y organizar cenas en su casa. Compra comida ecológica. Promueve campañas por la mejora del medio ambiente</p>	<p>Objetivos: Crear su empresa Mejorar su sueldo Lograr que el mundo que lo rodea sea limpio y lleno de alegría.</p>	

<p>Perfil: Auxiliar de reparto de pedidos. Graduado en comunicación audiovisuales. Padre de dos niños, vive en pareja, pero no es casado.</p>	<p>Roberto:</p> 	<p>Retos: Incrementar sus ahorros en un 30% para los estudios universitarios de sus hijos. Combinar estabilidad laboral y familiar.</p>
<p>Datos demográficos: Hombre de 34 años. Vive en Sincelejo. Autónomo de con sus ingresos mensuales de alrededor de 1.900.000 pesos.</p>		<p>Frustraciones: No obtener el suficiente reconocimiento laboral. Quedarse estancado profesionalmente. Pasar poco tiempo con la familia. Atravesar problemas económicos.</p>
<p>Hábitos: Compra mucho online, pero no le gusta Amazon. Ultima compra: ropa para sus hijos.</p>	<p>Intereses: Va dos veces al mes a parques o cines con su familia. Practica Futbol y corre maratones. Dedica una hora de su tiempo a las redes sociales. Ve series en Netflix y HBO.</p>	<p>Objetivos: Montar su propia empresa productora en cuatro años. Que sus hijos ingresen a la mejor universidad del país.</p>

A. En medio de la pandemia que estamos viviendo y la necesidad que tienen las personas de proteger su vida ESTAMPA creo un nuevo producto, las mascarillas reutilizables hechas de algodón 100% orgánico que brinda la posibilidad a sus clientes de reutilizarlas hasta 40 veces, una vez se aplique un proceso de desinfección y lavado adecuado. Pero lo anterior nos llevó a una pregunta *¿Quién sería nuestro cliente ideal en la compra de este nuevo producto?* Hemos segmentado nuestro mercado en futuros clientes potenciales, estos son una microempresa construida por 30 la cual se dedica hacer domicilios en la ciudad de Sincelejo, desde quien recibe la orden de pedidos hasta los que reparten el domicilio en las casas son personas que están constante riesgo de enfermarse con virus y enfermedades es por ellos que nuestro producto no solo los beneficiarios para el cuidado de su salud, sino que con este cuidan el medio ambiente, y lo consiguen a

precios módicos, aparte cada estampado lleva el logotipo de la microempresa para la cual ellos trabajan y hace juego con la camiseta que utilizan en su horario laboral.

B. Para responder lo anterior debemos recordar que nuestra empresa lanzo una estrategia de marketing de innovación como fue el **Video Marketing** es un enfoque central del marketing y está destinado a mostrar a los clientes como mejorar su vida, en ellos contamos historias de ESTAMPA de manera divertidas, educativas, instructivas e inspiradoras. También en ellos juegan en una variedad de segmentos de mercados desde niños pequeños, hasta adultos mayores, jóvenes universitarios y las familias. Es por ello que podríamos decir que nuestros clientes ideales serian todas aquellas personas niñas, jóvenes adultos y personas de la tercera edad que en medio de la pandemia necesiten salir a la calla a realizar cualquier actividad como trotar, ir a un centro comercial, visitar un familiar, trabajar, simplemente aquellos clientes que tengan la necesidad de salir de sus hogares, pero que piensen en el cuidado de su salud, el cuidado de las personas que lo rodean, pero sobre todo que quieren influir en la preservación y conservación del medio ambiente.

C. Los valores que destacan a mi cliente ideal son los siguientes:

- Compromiso por su salud y la salud de su familia.
- Sentido de pertenencia al medio ambiente.
- Empatía
- Valora los conocimientos, habilidades y experiencia de la empresa
- Debe estar dispuesto a invertir en nuestro negocio,
- Es una persona que invierte en el desarrollo personal y empresarial.
- Es una persona que siempre piensa en cuidar de sí misma y cuidar el medio que lo rodea.

D. Entorno en el que se encuentra mi cliente ideal.

Roberto y María son trabajadores de una Microempresa que presta servicios de domicilios a sus clientes ubicada en el centro de la ciudad, tiene contacto directo con sus compañeros de trabajo, supervisores y coordinadores y personas a las cuales les entregan los domicilios no cuenta con vehículo propio es por ello que siempre les toca tomar el autobús para ir al trabajo y luego devolverse a sus casas, por las mañana María se dedica en preparar el desayuno a su esposo y dejar las cosas del bebe listas para cuando su mama llegue lo pueda cuidar y Roberto siempre sale a montar bicicleta o trotar con algunos vecinos, en las noches cuando llega a su casa comparte la mayor parte del tiempo con sus respectivas familias, Roberto es una persona que siempre piensa en el bienestar de la familia por eso opto por utilizar nuestro nuevo producto como método de prevención del virus.

E. Las necesidades más urgentes que presenta mi cliente ideal, es utilizar un producto que no solo evite la propagación del virus de él y su familia si no que este lo puedo volver a utilizar por un determinado periodo de tiempo, que sea un producto de calidad que se adapte a su comodidad y preferencias, que tenga un precio ajustable a su presupuesto y que con este producto sienta que contribuye a la conservación del medio ambiente.

- **María:** es una mujer inteligente y curiosa siempre le gusta indagar del porqué de las cosas que pasan a su alrededor, siempre ha tenido un gran interés en cuidar el medio

ambiente que la rodea, ve viendo videos acerca de cómo prevenir la contaminación ambiental y como desde las comunidades se puede trabajar con vecinos y amigos para mantener un lugar sano libre de basuras y desechos sólidos, es por esto que al ver un video publicado de nuestra empresa, eligió nuestros productos en este caso las mascarillas reutilizables, al ver una explicación de cómo son fabricadas de algodón 100% orgánico, que son biodegradables, a su vez les evita utilizar mascarillas desechables que duran mucho tiempo en degradarse y que muchas de estas terminan arrojadas en las calles, caños y ríos, adicionalmente estas se ajustan fácilmente a su rostro ya que ESTAMPA ofrece mascarillas para todas las edades, también vio que los precios muy módicos, aparte le agrada mucho la idea de que la empresa publique en su página web un video de ella, piensa que es la mejor manera de impactar a las personas.

- **Roberto:** es un padre de familia que siempre vive preocupado por la salud de su familia es por ello que ve en ESTAMPA una empresa de confianza que le ayuda a cuidar del bienestar de su hogar, escogió nuestros productos por la variedad de modelos que manejan ya que quiso escoger un estilo diferente para todos los integrantes de su familia, aparte es una persona que siempre piensa en ahorrar, por eso al ver que se pueden reutilizar hasta 40 veces luego de un buen lavado y desinfección le pareció una buena idea adquirirlos y por ultimo le gusto el poder hacer el mismo los diseños y comprarlos Online ya que no cuenta con el tiempo disponible para ir hasta la empresa a comprarlos.

Actores del mercado que ofrecen productos similares

En Colombia el mercado de algodón orgánico es prácticamente inexistente, no solo por falta de cultivos con ese tipo de características, sino también de una cadena de transporte, desmontadoras e hileras que estén en capacidad de cumplir con los estándares necesarios. Para confeccionar una prenda de algodón orgánico, entonces es por esto que la mayoría de las textilerías que en medio de la pandemia quisieron reinventarse en medio de la crisis económica que se atraviesa, entre estas encontramos:

- Inexmoda: entidad organizadora de ferias como Colombiamoda y Colombiatex—, dice que “la industria de la moda nacional, después de un mes de cuarentena, sigue firme con su posición de poner en primer lugar la salud; tratando de mantener las nóminas de sus colaboradores, pero también está siendo proactiva en mirar cómo hace un proceso de reconversión. Veo empresas fabricando no sólo los clásicos tapabocas, sino explorando con ropa de protección”.

- Grupo Éxito, que trabaja con 99 talleres de confección en seis departamentos, con una creación de cerca de 8.000 empleos, en su mayoría mujeres cabeza de familia. Actualmente, 50 talleres para sus marcas propias —ubicados en Antioquia, Valle del Cauca, Caldas y Tolima— están generando 3.000 empleos para la fabricación de mascarillas faciales de tela. Proyectan la creación de 20 millones de tapabocas, que serán entregados como dotación para sus empleados y estarán a la venta en almacenes. Un porcentaje de las ventas será donado a la cárcel de Yarumal, Antioquia.

- Praxedis de Artunduaga: ubicada en Ibagué, lleva 40 años en el mercado. Se dedicaba a la producción mensual de 500.000 prendas, elaborando desde la tela hasta la prenda final. Ahora, según dice, “estamos mirando cómo nos reinventamos en este

negocio. Afortunadamente con nuestro aliado Éxito nos motivamos a fabricar tapabocas con nuestra tela, que impide que el agua penetre”

Las empresas anteriormente mencionadas son grandes textilerías que en medio de la pandemia quisieron optar por la fabricación de mascarillas de tela, estas a diferencia de nuestra empresa no cuentan con una estrategia de marketing de mercado que las poseione en el mercado empresarial.

Personas o negocios que deben su necesidad con nuestro producto

Las personas o negocios que necesariamente deben suplir la necesidad con nuestro producto o uno similar al nuestro son:

- Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud que tengan unidad de cuidados intensivos o intermedios neonatal, pediátrica o de adultos o de hospitalización, adultos o pediátrica o de urgencias y las autorizadas por el Ministerio de Salud y Protección Social.
- Empresas de transporte masivo urbano.
- Empresas aéreas y de transporte terrestre departamental.
- Aeropuertos y terminales de transporte.
- Entidades de Gobierno, nacional, departamental y municipal.
- Fuerzas de seguridad del Estado, bomberos y Defensa Civil.
- Empresas de distribución y comercialización de productos a domicilio. Estas empresas limitarán la venta al detal de estos productos a dos unidades por grupo familiar, por semana.
- Droguerías, grandes superficies y comercializadores al detal, siempre que la venta se limite a dos unidades por grupo familiar por semana.
- Personas jurídicas y empresas, autorizadas por el Gobierno, siempre que la venta se limite a las unidades necesarias para atender al número de empleados o personal necesario para el funcionamiento de las mismas, durante una semana.

Personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto

De las personas y negocios anteriormente mencionados en el numeral tres podemos decir que todos representan un alto potencial de adquirir nuestro producto, ya que se encuentran expuestas a contraer el virus ya sea por su actividad social o por su trabajo, estas mismas definitivamente podrían suplir su necesidad con el producto que ESTAMPA tiene a la venta. Así mismo según un estudio realizado por el periódico el tiempo en Colombia revela que se ha disparado la demanda de mascarillas y esto ha generado un reacondicionamiento del mercado como para las importadoras como para las productoras locales. Las empresas que están produciendo tapabocas aumentaron su capacidad productiva y algunas que no tenían este producto en su portafolio empezaron acondicionar sus lugares para fabricarlos. Con base a lo anterior podemos analizar que gran parte de la población de nuestro país necesita el uso de mascarillas como forma de prevención del virus, y ya que el Ministerio de Salud ratifico el uso obligatorio de este producto; es por ello que vemos en estas mascarillas una utilidad para ESTAMPA ya que apunta a todo tipo de segmentación de mercado, y sobre todo porque en estos tiempos nos previene de enfermedades y virus.

Creación de la propuesta de valor

a. Perfil del cliente

• Trabajos de mi cliente

- Cuidar de su familia
- Gozar de buena salud
- Ser un buen padre
- Tener reconocimiento laboral
- Pasar más tiempo con su familia

• Frustraciones

- Temor a enfermarse
- El producto no llegue en óptimas condiciones.
- De mora en los tiempos de entrega.
- No exista variedad en las tallas del producto.

• Alegrías

- Buen diseño y funcionamiento del producto
- Ahorrar tiempo y dinero a la hora de obtener el producto
- Opciones de entrega del producto
- Contribuir al cuidado del medio ambiente
- Opciones de pago

b. Mapa de valor

• Productos y servicios

- Mascarillas reutilizables fabricadas en algodón 100% orgánico, previenen contra virus y enfermedades.

- Página web donde puedes comprar el producto
- Servicio a domicilio.

• Alivios de frustraciones

- Disponibilidad para todas las tallas
- Variedad de precios
- Entregas del producto en tiempos acordados
- Protegen contra virus y enfermedades.

• Generadores de Alegrías

- Diferentes formas de pagos
- El producto contribuye al cuidado del medio ambiente
- El producto es enviado al lugar solicitado por el cliente.

- **END 150:2020** Mascarillas (tapabocas) para uso en ambientes diferentes al sector salud

Diseño de conceptos

- Tela de algodón 100% orgánico: Al estar libre de residuos tóxicos, la prenda es más suave y transpirable. Es hipoalergénica apta para la piel sensible. La tela de algodón orgánico es más resistente y duradera, ya que no se somete a tratamientos con productos químicos agresivos.
- Máquina de Corte: Es necesaria para realizar los cortes de la materia prima en bruto. Estos cortes se realizan de acuerdo a las especificaciones del cliente y del producto el cual se va a producir
- Tijeras
- Resorte, bandas elásticas o sujetadores: Deben ser resistentes, y que no maltraten las orejas de los consumidores al ser utilizadas.
- Mesa de Corte: Para el adecuado manejo del rollo de la materia prima, en donde se extiende la tela y tomar las medidas necesarias y también para ir organizando los productos ya fabricados e irlos alistando para su debida entrega. Esta mesa es necesaria que sea de 10 metros de largo, para su perfecta utilización.
- Hilo, aguja
- Máquina de coser: Es necesaria para la confección de los productos ya que allí es donde a la tela se le dará su forma cosiéndola por los lados que sea necesarios, dándole así forma al producto para su debida utilización.
- Metro:
- Máquina para realizar estampados

<p>Tela de Algodón Orgánico</p> 	<p>Máquina de corte</p> 	<p>Tijeras</p> 
<p>Resorte o Bandas sujetadoras</p> 	<p>Mesa de Corte</p> 	<p>Hilos y agujas.</p> 
<p>Máquina de coser</p> 	<p>Metro de Costura</p> 	

Figura 5. Maquinaria e insumos para realizar nuestro producto.

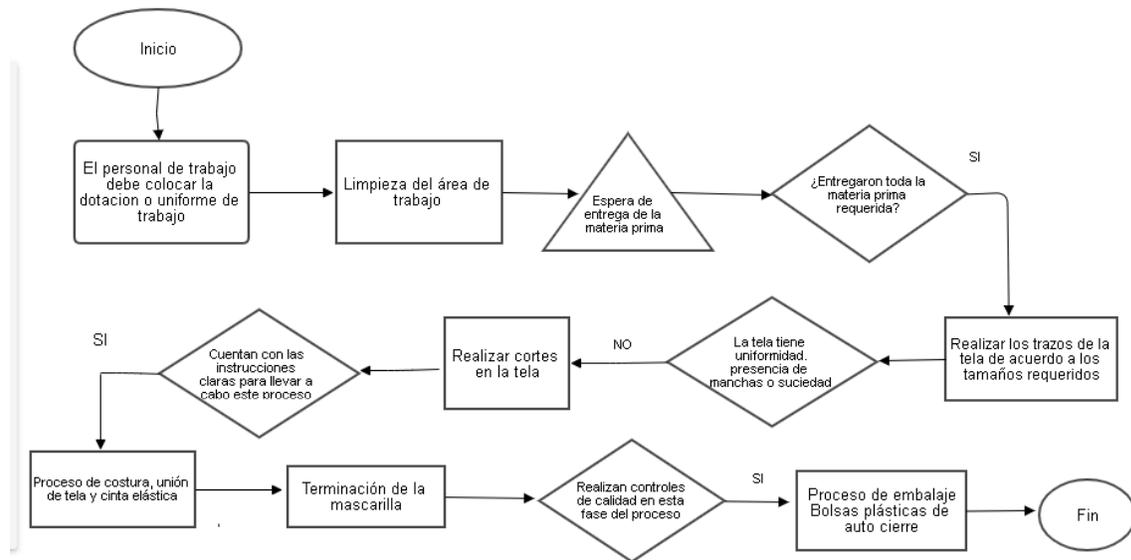


Figura 6. Diseño en detalle. Diagrama de flujo proceso de fabricación de las mascarillas reutilizables.

Cadena de distribución

ESTAMPA es una empresa que maneja una cadena de distribución directa, esta consiste que nuestros productos una vez diseñados pasan directamente a nuestros consumidores, esto significa que no tenemos ningún tipo de intermediarios, (Mayoristas, minoristas) de por medio.



Figura 7. Cadena de distribución.

Tabla 5
Costos de producción

Materia Prima, Maquinaria y Equipos de Producción			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor
Tela de algodón orgánico	1 rollo	\$93.900	\$93.900
Maquina Cortadora	1	\$3.500.000	\$3.500.00
Mesa de corte	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Máquina de cocer	2	\$2.000.000	\$4.000.000
Bandas sujetadoras	1 rollo	\$10.000	\$10.000
Tijeras, metros y otros		\$500.000	\$500.000
Mesa y pulpo de estampación	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Total			\$12.103.000

Tabla 8.
Precio de venta

Descripción	Valor unitario	Valor por docena
Tapabocas de tela de algodón 100 % Orgánicos, reutilizables.	\$12.000	\$140.000

Indicadores de calidad

Control de calidad

El control de calidad realizado al producto final tiene el propósito de verificar que las condiciones de calidad atribuidas a éste se cumplan. Una vez terminado el tapabocas el fabricante debe como mínimo efectuar las inspecciones y pruebas básicas de:

- Inspección visual: para identificar tamaño y dimensiones correctas, partículas (hilos, cabellos, metal, insectos), que no esté sucio, daños en la tela, manchas, hilos sueltos, malas costuras.
- Prueba de resistencia: Tomar los extremos de los tapabocas y otros insumos en los cauchos ejerciendo tensión y verificar que no se desprendan, que se encuentren bien las costuras.

Los tapabocas y otros insumos que pasen las verificaciones anteriores se procederán a pasar al área de empaque primario y embalaje. Los tapabocas y otros insumos que no pasen las verificaciones anteriormente descritas, se deberán disponer separadamente, almacenándolos en una zona identificada como producto no conforme, para posteriormente desechar y los que se puedan arreglar entraran en reprocesamiento. Es importante destacar que las normas técnicas de tapabocas establecen métodos de ensayos

funcionales, tales como eficacia de filtración bacteriana, respirabilidad, resistencia a salpicaduras, los cuales deben ser llevados a cabo por parte de laboratorios de control de calidad que posean técnicas estandarizadas para su realización.

Condiciones para el empaque: Disponga de los elementos necesarios para empaquetar de acuerdo a la presentación comercial que defina el fabricante.

Información del etiquetado: La información mínima con la que debe distribuirse el tapabocas es:

- Composición: Tela seleccionada
- Fecha de producción
- Número de lote
- Cantidad
- Nombre del fabricante
- Teléfono
- Desechable / reutilizable
- Uso. Durante la emergencia sanitaria por el Covid 19, el uso del tapabocas es indispensable para la población en general como medida de protección.
- Consérvese bajo condiciones de almacenamiento y seguridad adecuadas.
- Para el caso de los reutilizables, se deberá especificar - Número de horas que pueden ser usados durante un día (máximo 8 horas diarias) - Forma de lavado y desinfección - En caso de encontrarse roto o deformado, que los elásticos no cumplan con su función, debe desecharse.

1. Producción

• Empaque y etiqueta del producto



Condiciones de Empaque: Disponemos de los elementos necesarios para empaquetar de acuerdo a la presentación comercial definida por la cantidad de tapabocas requeridos por los clientes.

Información mínima del etiquetado: La información mínima con la que debe distribuirse el tapabocas es:

- Composición: Tela seleccionada
- Fecha de producción
- Número de lote
- Cantidad
- Nombre del fabricante
- Teléfono

- Desechable / reutilizable
- Uso. Durante la emergencia sanitaria por el Covid 19, el uso del tapabocas es indispensable para la población en general como medida de protección.
- Consérvese bajo condiciones de almacenamiento y seguridad adecuados.

Tabla 9.

Ficha técnica del producto

Ficha técnica del producto/servicios	
Nombre del producto	Mascarillas reutilizables de algodón 100% orgánico
Composición del producto (Materias primas) /línea de servicio de portafolio	Tela de algodón 100% orgánico Bandas sujetadoras Filtros
Normas de calidad	Ley 09 de 1979 Normas UNE-EN 149
Presentaciones comerciales (litro, kilo, ml) / combos, paquetes especiales	Presentación individual Combos familiares Arma tu combo
Tipo de empaque o embalaje (diseño, tamaño, material) / canal de información.	Embalaje primario: Bolsas plásticas Chat Online, llamadas telefónicas, Páginas web.
Material de empaque / publicidad, bruchure	Cajas de cartón Paginas y aplicaciones web Folletos digitales
Condiciones de conservación.	Mantenerse en lugares ventilados, una vez utilizados pasar por un proceso de desinfección y lavado para volverlo a utilizar.
Vida útil estimada / garantía	Cada mascarilla se puede reutilizar hasta 40 veces siempre que se lave y desinfecte correctamente.
Porción recomendada, servicios adicionales / recomendación por tipo de cliente	En el caso de los niños utilizar bajo la observación de un adulto.
Elaboro	
Reviso	
Aprobó	

Fase en la que se encuentra el producto

ESTAMPA, es una empresa dedicada a la fabricación de estampados en corte de vinilo textil en prendas de vestir, en medio de la crisis sanitaria que está viviendo el país por medio de la pandemia decidimos lanzar un nuevo producto al mercado y es la fabricación de mascarillas reutilizables de algodón 100% orgánico con filtración antibacteriana, el cual puede utilizar 40 veces luego de ser desinfectado y lavado correctamente, nuestra empresa se encuentra en la etapa de la introducción del producto, ya realizamos un plan de marketing, donde recogimos todos los estudios de mercado y obtuvimos las estrategias a implementar para

llevar a cabo nuestra idea de negocio. Nuestro producto será lanzado por primera vez y se producirá el primer acercamiento entre este y el consumidor en este momento contemplaremos tanto los estudios de mercado previos y el desarrollo propio del producto, así como la inversión de campañas de comunicación y acciones de marketing promocionales.

Características del producto

Nuestro producto es una mascarilla de algodón 100% orgánica que nuestros clientes puedan utilizar en su vida diaria, y por ello, consideramos tan importantes que estas tengan ciertas características, reutilizables, sean libres de tóxicos ya que están en contacto con partes muy sensibles de nuestro cuerpo como son nariz, boca y ojos. Por último, cabe resaltar que el uso de estas mascarillas puede reducir la velocidad a la que los individuos con COVID-19 pueden infectar a otros. Cada mascarilla se puede reutilizar hasta 40 veces siempre que se lave y desinfecte correctamente. Al ser de algodón orgánico, se pueden llevar más cómodamente y cuando finalice su periodo de vida útil, pueden desintegrarse en el medio ambiente sin generar residuos plásticos o micro plásticos.

Características del prototipo

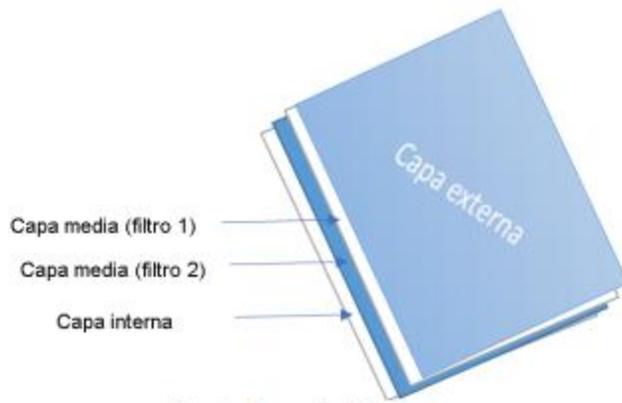
En la fabricación de tapabocas, el fabricante será el responsable del diseño, los materiales y los métodos de confección, deben cumplir los criterios específicos en la siguiente tabla como eficacia de filtración bacteriana, respirabilidad y resistencia a salpicaduras.

Tabla 10.

Criterios de aceptación para las mascarillas en materiales textiles

Ensayo	Criterio	Método de ensayo (Norma de referencia)
Eficacia de Filtración bacteriana (EFB), (%)	≥ 90	NTC 1733 EN 14683 ASTM F-2101
Respirabilidad (Presión diferencial) (Pa/cm ²)	≤ 60	NTC 1733 3N 14683
Resistencia a salpicaduras	De acuerdo con el material se debe demostrar la conformidad respecto a los métodos establecidos en esta tabla.	AATCC 42/ ISO 18695 AATCC 22/ ISO 4920 ASTM F- 1862

Para el proceso de fabricación de tapabocas desechables el fabricante determinará los materiales a utilizar. A manera de ejemplo se tiene la siguiente configuración de producto, donde se evidencian las capas y filtros del tapabocas, los cuales varían según el diseño del fabricante.



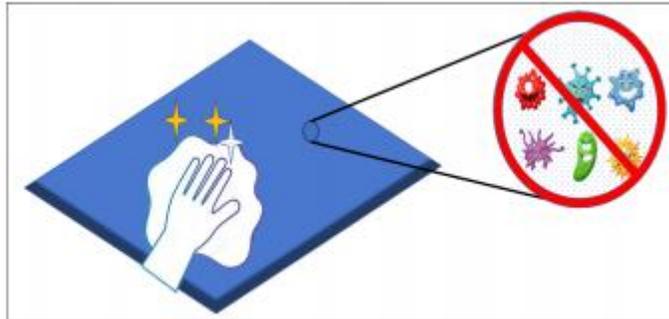
- Hilos limpios y libre de material contaminado
- Cintas elásticas (Látex de hule natural) limpias y libre de material contaminado.
- Clip metálico de aluminio o similar, limpio y libre de agente infeccioso (opcional).

Desarrollo del proceso de producción

El proceso de fabricación debe llevarse a cabo en un orden lógico y de manera secuencial, para evitar confusión o el cruce de actividades.

Paso a Paso

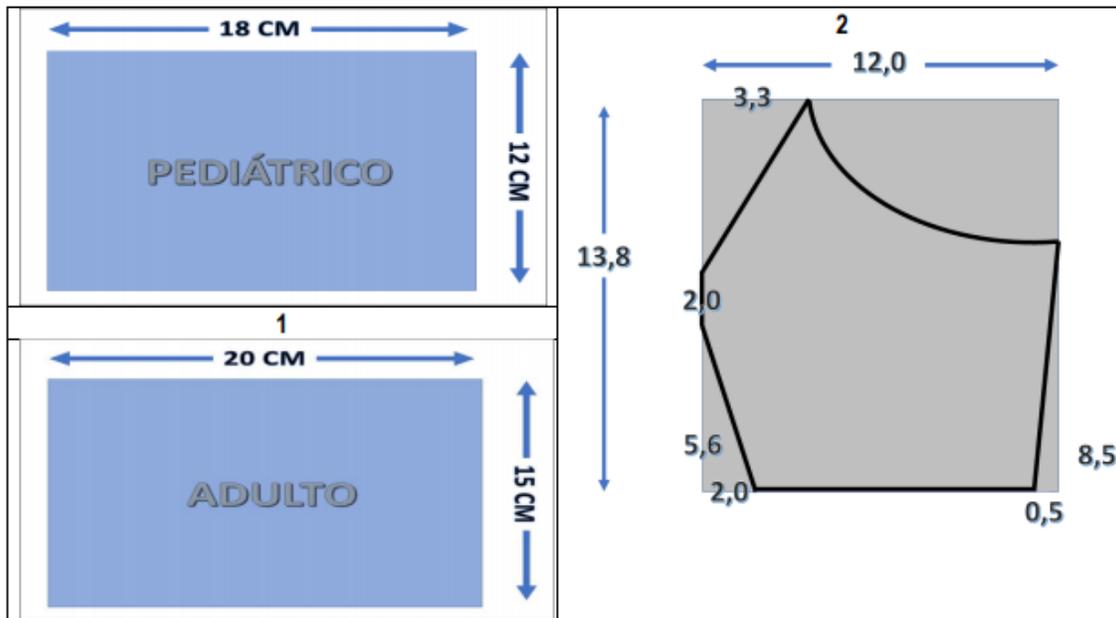
- El personal que realiza las actividades de fabricación debe colocarse la dotación o uniforme de trabajo, elementos de protección personal y realizar un lavado de manos, antes de iniciar el proceso de fabricación
- Realizar despeje de línea, garantizando que el lugar de trabajo se encuentre libre de materiales o residuos de procesos anteriores, limpiar el área y la mesa de trabajo y aplicar una solución desinfectante



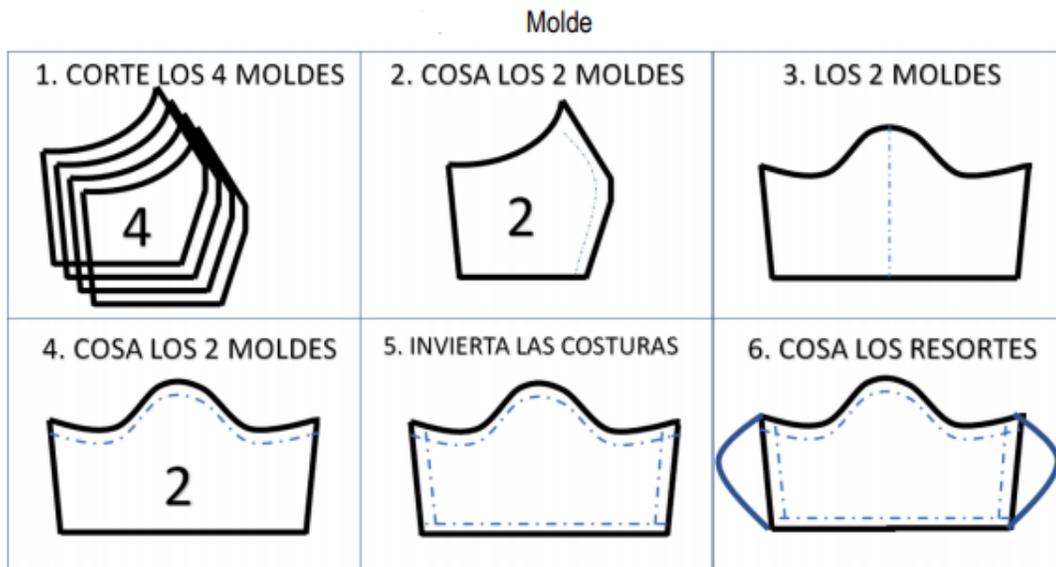
- De acuerdo al tipo y tamaño de tapabocas a fabricar se debe disponer de las materias primas requeridas tales como tela de algodón orgánico seleccionada, filtro, tijeras, cintas elásticas o caucho, hilo, aguja, clip metálico (opcional) máquina de coser, maquina cortadora, mesa para corte metro, entre otros; y los moldes correspondientes, construidos en un material durable y resistente (por ejemplo, acrílico).

Tamaños sugeridos:

- Para adulto: mínimo de 20 cm x 15 cm
- Para niño: mínimo de 18 cm x 12 cm
- Realizar el tendido de la tela seleccionada sobre una mesa o superficie firme y luego realizar el trazo utilizando un molde de acuerdo al tamaño del tapabocas (adulto – pediátrico) para finalmente cortar las telas siguiendo la marcación efectuada. Algunos controles en proceso en esta etapa del proceso comprenden uniformidad de la tela, corroborar la no presencia de manchas o suciedad, fisuras o pliegues, calidad del corte, dimensiones, entre otros.



- Realizamos la fabricación de los estampados de la siguiente manera: consiste en imprimir diseños en papel en una impresora de sublimación con tintas para tal fin. Una vez el papel impreso, se pasa al siguiente proceso, el estampado. Para ello, se somete al papel y la tela a un proceso de calentamiento. En dicho proceso, la temperatura puede llegar a los 215°C, dependiendo la tela. Mediante el calor que las fibras de la tela se abran. A su vez, la tinta del papel se sublima, es decir, pasa al estado gaseoso y se impregna en la tela. De esta forma el diseño se fija y no se remueve más. Este proceso es utilizado constantemente en el mundo textil, ya sea en moda y deporte o en productos para decoración del hogar.
- Realizar la unión de las capas de tela y los dobleces o pliegues, colocar las cintas elásticas, cauchos o tiras de sujeción, utilizando máquina de coser. Para ello es importante contar con instrucciones claras del orden en que se debe llevar a cabo la secuencia de pasos para obtener el producto con calidad uniforme y realizar controles de calidad en esta fase del proceso



- Terminado el tapabocas, se procede a pasar al área de control de calidad. El control de calidad realizado al producto final tiene el propósito de verificar que las condiciones de calidad atribuidas a este se cumplan. Una vez terminado el tapabocas debemos como mínimo efectuar las inspecciones y pruebas básicas de inspección visual; para verificar tamaño y dimensiones correctas, partículas (hilos, cabellos, metal) que no esté sucio daño en la tela o manchas, y pruebas de resistencia; tomando los extremos de los tapabocas o las bandas sujetadoras ejerciendo tensión y verificando que no se desprendan.
- Luego pasamos a la fase de empaque en ella tenemos que disponer de los elementos necesarios para empaquetar de acuerdo a la presentación comercial que defina el fabricante. Luego nos disponemos a realizar a información mínima con la que debe distribuirse el tapabocas, en este proceso se debe llevar un registro de fabricación (batch récord) básico que contenga como mínimo la fecha de fabricación, la identificación de materias primas utilizadas (lote o identificación interna), tipo de tapabocas fabricado, número de lote asignado al producto, resultado de los controles en proceso realizados, cantidad producida y concepto de aprobación emitido, con el cual se libera el producto para distribución.
- Por último, ESTAMPA es una empresa que maneja una cadena de distribución directa, esta consiste que nuestros productos una vez diseñados pasan directamente a nuestros consumidores, esto significa que no tenemos ningún tipo de intermediarios, (Mayoristas, minoristas) de por medio, para hacer llegar nuestros productos a los consumidores finales (Clientes).

Como va a interactuar el cliente con el prototipo

La mejor forma de interactuar con el cliente es dando a conocer nuestro tapabocas (producto), para ello se le explica brevemente cual es nuestro objetivo, si tenemos clientes que no conocen nuestro proyecto se le presentamos brevemente, le explicamos cual es el problema que queremos resolver, esto ayuda que nuestro cliente pueda sentir empatía con nuestra idea de negocio, Estampa siempre busca el acercamiento con sus clientes es por ello que nos gusta contar historias, ya que suele ocurrir que hay personas que están inmersas en sus problemas, sus quehaceres y sus obligaciones. Contar una historia para ponerla en situación, ayuda a que se olviden de todo eso, y aislándose pueden darte un mejor feedback, luego de lo anterior podemos probar la solución. Nuestro tapabocas lo dejaremos en manos del cliente, a estos les contamos lo necesario para que empiecen a interactuar, pero no más. Una parte fundamental es ver la “usabilidad” de nuestro tapabocas (como de fácil e intuitivo es su manejo). Es momento de proponer a nuestros clientes cuanto tenemos pensado cobrar, como se realizará el modo de pago, cual es nuestro modelo de negocio. Es muy importante fijarse tanto en que dicen como en cómo lo dicen, pero también en lo que no dicen, pero también en lo que no dicen. Parece un trabalenguas, pero el lenguaje corporal generalmente dice mucho más que el lenguaje verbal. Por último, le preguntamos qué dudas tiene. Le daremos la opción a que aun después de haber terminado se pueda contactar con nosotros si le surge alguna duda o comentario. Tenemos que recordar siempre que nuestro cliente es el que tiene la clave de nuestro negocio, cuanto más accesible sea, es mejor. A partir de lo anterior nuestro producto puede mejorar y así lograr brindar a los clientes el tapabocas que ellos realmente quieren.

En el siguiente link podrás encontrar nuestro prototipo, en el encontraras una explicación muy sencilla de sus características y de la forma en que este interactúa con sus clientes.

<https://youtu.be/fpSNRy0oMfs>

Modelo Lean Canvas

Problema:	Solución:	Proposición de valor única:	Ventas Especiales:	Segmento de clientes:
La Contaminación que están generando el uso de las mascarillas desechables al medio ambiente, se ha convertido en una problemática ambiental, Además de ser antiestéticos, estos residuos plásticos se suman a los ocho millones de toneladas de plástico que terminan	Tapabocas de algodón 100% orgánico. Al ser de algodón orgánico, se pueden llevar más cómodamente y cuando finalice su periodo de vida útil, pueden desintegrarse en el medio ambiente sin generar residuos plásticos o micro plásticos.	Pensamos en la salud de nuestros clientes, es por ello que a diferencia de las demás empresas obsequiamos una mascarilla orgánica con frases alusivas que permitan concientizar a nuestros clientes de la importancia	“ESTAMPA, siempre pensando en la salud de las personas y el	Empresas que quieran promover el cuidado y la salud de sus trabajadores utilizando las medidas de bioseguridad como son los tapabocas, pero sobre

<p>en nuestros océanos cada año, con terribles consecuencias para la vida marina e incluso la salud humana. Es por ello que en medio de la crisis que nuestro país está manejando por el COVID-19 nos pareció de inmediata necesidad la fabricación de una mascarilla de algodón 100% orgánica que nuestros clientes puedan utilizar en su vida diaria, y por ello, consideramos tan importantes que estas tengan ciertas características, reutilizables, sean libres de tóxicos ya que están en contacto con partes muy sensibles de nuestro cuerpo como son nariz, boca y ojos.</p>	<p>Tienen una excelente filtración antibacteriana, adicionalmente cumple con las normas UNE-EN 149.</p> <p>Cada mascarilla se puede reutilizar hasta 40 veces siempre que se lave y desinfecte correctamente. .</p>	<p>que es la preservación del medio ambiente, su cuidado y el uso adecuado del buen manejo de residuos sólidos, lo anterior es un aporte importante que nuestra empresa brinda a la sociedad.</p> <p>Manejamos un amplio segmento de mercado ya que fabricamos tapabocas de forma individual sin importar edad o género, hasta la fabricación de nuestros productos para grandes y pequeñas empresas o negocios que quieren proteger la salud de sus trabajadores y la comunidad en general.</p>	<p>del cuidado del medio ambiente”</p>	<p>todo aquellas empresas que cuiden el medio ambiente y tengan conciencia del impacto ambiental que generan los tapabocas desechables.</p> <p>Personas naturales que necesiten proteger su salud y la de sus familias, pero sobre todo que tengan conciencia ambiental.</p>
	<p>Métricas Claves:</p> <p>Incremento de nuevos clientes</p> <p>Retención de clientes</p> <p>Disminución de residuos sólidos.</p> <p>Promedio de edades y</p>		<p>Canales:</p> <p>Transporte directo a nuestros clientes.</p>	

	ocupaciones de nuestros clientes		
Estructura de costes: Inversión en tecnología Costos de materia prima Costos de operación Costos de transporte Costos de Disposición Final		Flujo de ingresos: Ingresos puntuales por ventas Dinero en efectivo Consignaciones de nuestros clientes	

Validación de ideas de negocio

Segmento de clientes:

Empresas que quieran promover el cuidado y la salud de sus trabajadores utilizando las medidas de bioseguridad como son los tapabocas, pero sobre todo aquellas empresas que cuiden el medio ambiente y tengan conciencia del impacto ambiental que generan los tapabocas desechables.

Personas naturales que necesiten proteger su salud y la de sus familias, pero sobre todo que tengan conciencia ambiental.

Para realizar una buena validación de nuestro producto, tenemos que conocer quiénes son nuestros clientes y a que mercado nos estamos dirigiendo y como vamos a llegar a ellos, para eso es muy importante apoyarnos en nuestro *Buyer persona* ya que este nos indica quienes pueden ser nuestros posibles clientes ideales, y gracias a ello se tiene una noción más clara de las necesidades que estos tienen y como ESTAMPA puede suplirla; es tan sencillo como hablar con nuestros *target*, para conocer las motivaciones que los llevan a consumir/utilizar nuestros productos, saber que vamos hacer para interesarlos y así puedan comprarlo.

Así mismo tenemos que tener en cuenta que es importante hacer la validación en nuestra segmentación de mercado ya que podemos tener una hipótesis que van asociadas a quien hemos considerado quien es el cliente, sus características y las motivaciones que lo mueven. Así nos evitaremos a futuro pivotar nuestro modelo de negocios porque no hemos encontrado un problema que valga la pena resolver para nuestro cliente. La hipótesis de cliente son aquellas asociadas al perfil del cliente (Segmentación socio-demográfico) su forma de entender la vida y sus características concretas.

Test del prototipo

Objetivo General:

- Caracterizar a los trabajadores de la microempresa “Domicilios cerca de ti” para tener información acerca de nuestros posibles clientes que permitan a nuestra empresa adoptar

un buen plan de mercadotecnia de acuerdo a sus necesidad, costumbres, deseos y motivaciones que los impulsen adquirir nuestros productos.

Objetivos específicos

- Analizar los precios que nuestro target prefieren a la hora de adquirir nuestras mascarillas reutilizables.
- Conocer las características, gustos y preferencias que nuestros clientes tienen a la hora de adquirir un producto.
- Evaluar la factibilidad de la creación de un nuevo producto en nuestra empresa y si este suple las necesidades de nuestro target.

Tipo de investigación

La investigación que se desarrollará en el presente trabajo es de tipo cuantitativo, debido a que la encuesta es un método de investigación compatible con el empleo de varias técnicas e instrumentos de recolección de datos, como son: la entrevista, el cuestionario, la observación, el test, etc.

Para ESTAMPA es de mucha importancia realizar una encuesta ya que esta nos puede indicar que al momento de hacer un producto nos dejamos no por las suposiciones y observaciones propias, sino que preferimos conocer las opiniones, actitudes o preferencias del público para lograr ciertos conocimientos de las necesidades y problemas que ellos tienen y como nosotros podemos resolverlas. Por medio de la encuesta podemos explorar lo que otras personas saben, sienten, profesan o creen.

Formulario de la encuesta

Pueden encontrar nuestra encuesta dando clic al link que aparece en la parte inferior.

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf5q8UV7LGCXaUGPRK9UJ1qzLv51qT-TGW42QHRqH3UcuREEMQ/viewform?usp=sf link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf5q8UV7LGCXaUGPRK9UJ1qzLv51qT-TGW42QHRqH3UcuREEMQ/viewform?usp=sf_link)

Nombre de la encuesta: Uso de tapabocas desechables y reutilizables para prevenir el contagio de enfermedades, y disminuir la contaminación ambiental

Descripción: La siguiente encuesta fue realizada a los trabajadores de una pequeña microempresa "Domicilios cerca de ti"; tiene como objetivo conocer la percepción que tienen los empleados acerca del uso de mascarillas desechables y reutilizables, para la prevención de virus y enfermedades su importancia para la prevención de enfermedades y el cuidado del medio ambiente. A partir de esta breve encuesta analizaremos el mercado potencial y necesidades, para así tener una clara noción de las características que nuestros clientes requieren a la hora de adquirir nuestros productos.

Preguntas:

1. Nombre _____
2. Edad _____
3. Sexo
 - Mujer
 - Hombre
 - Prefiero no decirlo
 - Otros: _____

4. Trabaja en la empresa "Domicilios cerca de Ti"
 - Sí
 - No
5. ¿Has escuchado, leído o visto sobre el correcto uso de un tapabocas para evitar contagiar a los demás?
 - Sí
 - No
 - Tal vez
6. ¿Estarías interesado en usar tapabocas para protegerte y proteger a los demás?
 - Sí
 - No
 - Tal vez
7. ¿Utilizas tapabocas desechables?
 - Sí
 - No
8. ¿Cuántos tapabocas desechables utilizas diariamente? _____
9. ¿Utilizas Tapabocas reutilizables(tela)?
 - Sí
 - No
 - Tal vez
10. ¿Piensas que los tapabocas de tela cubren las necesidades de protegernos contra el virus y enfermedades?
 - Sí
 - No
 - Tal vez
11. ¿Crees que al utilizar tapabocas de tela contribuyes con la disminución de residuos sólidos?
 - Sí
 - No
 - Tal vez

12. Indica la importancia de cada uno de los factores para un tapabocas, que utilizarías para prevenir el contagio

	La más interesante	Muy interesante	Interesante	Poco interesante	Nada interesante
Que sea lavable					
Que sea Fácil de quitar					
El Precio de compra					
Que sea visualmente estético					

Que no moleste mucho					
----------------------	--	--	--	--	--

13. De las cualidades antes mencionadas ponlas en orden del 1 al 5, siendo 1 la más importante;

Que sea lavable	1	2	3	4	5
Que sea Fácil de quitar	1	2	3	4	5
El precio de compra	1	2	3	4	5
Que sea visualmente estético	1	2	3	4	5
Que no moleste mucho	1	2	3	4	5

14. ¿Cuál sería el precio de ventas correcto, de un tapaboca reutilizable de tela que sea de tu interés?

- No pagarías
- Hasta \$10.000
- \$11.000 a \$12.000
- \$13.000 a \$15.000

15. ESTAMPA es una empresa que siempre piensa en la salud de sus clientes y el cuidado del medio ambiente, es por ello que en medio de esta crisis sanitaria ha diseñado un nuevo producto que consiste en la elaboración de un tapabocas de tela reutilizable de algodón 100% orgánico que puedes utilizar hasta 40 veces luego de hacer un correcto lavado, nos gustaría saber si estarías dispuesto adquirir nuestro producto, para tu cuidado personal.

- Sí
- No
- Tal vez

Resultados de nuestra encuesta

La anterior encuesta fue realizada a 30 empleados de la Microempresa “Domicilios cerca de ti”, a continuación, les presentaremos los resultados con sus respectivas tablas

Edad

30 respuestas

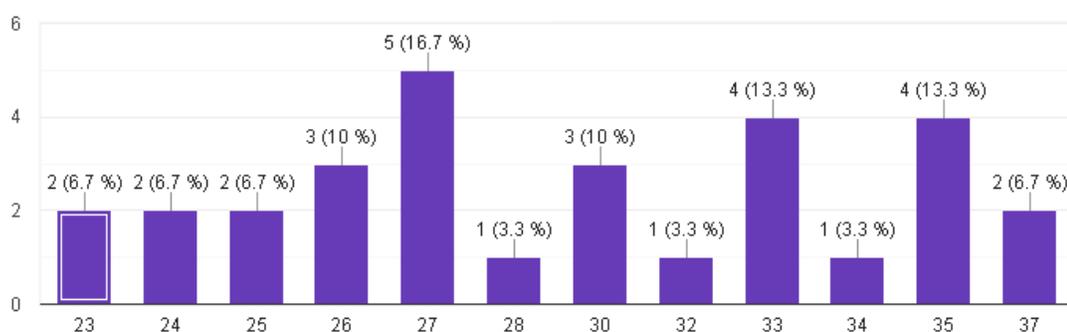


Figura 8. Edad de los encuestados. En la gráfica anterior se presentan las edades de las 30 personas encuestadas pertenecientes a la Microempresa Domicilios cerca de ti; podemos analizar lo siguiente:

Tabla 11.

Edades	Número de personas	Porcentaje que representa
23 años	Dos personas tienen veintitrés años	Representa el 6,7 % de los encuestados
24 años	Dos personas tienen veinticuatro años	Representa el 6,7% de los encuestados
25 años	Dos personas tienen veinticinco años	Representa el 6,7% de los encuestados
26 años	Tres personas tienen veintiséis años	Representan el 10% de los encuestados
27 años	Cinco personas tienen veintisiete años	Representan el 17% de los encuestados
28 años	Una persona tiene veintiocho años	Representa el 3,3% de los encuestados
30 años	Tres personas tienen treinta años	Representan el 10% de los encuestados

32 años	Una persona tiene treinta y dos años	Representa el 3.3% de los encuestados
33 años	Cuatro personas tienen treinta y tres años	Representan el 13,3% de los encuestados
34 años	Una persona tiene treinta y cuatro años	Representan el 3,3% de los encuestados
35 años	Cuatro personas tienen treinta y cinco años	Representan el 13,3% de los encuestados
37 años	Dos personas tienen treinta y siete años	Representan el 6,7 de los encuestados

Sexo

30 respuestas

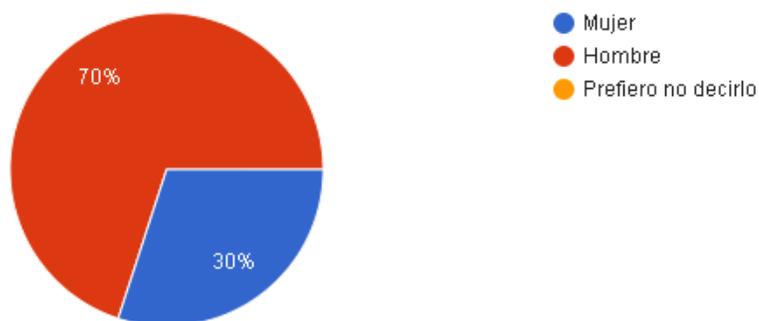


Figura 9. Sexo de los encuestados. La grafica anterior muestra él sexo de las treinta personas encuestadas podemos analizar lo siguiente:

- El 70% de los encuestados que equivale a veintiún personas son hombres.
- El 30% de la población encuestada que equivale a tres personas son mujeres.

Trabaja en la empresa "Domicilios cerca de Ti"

30 respuestas

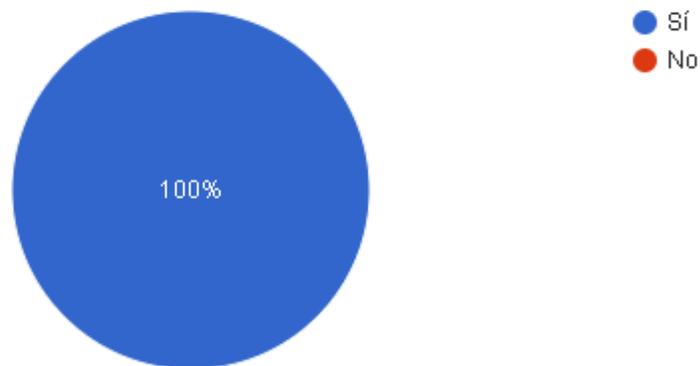


Figura 10. Personas que trabajan en la empresa Domicilios cerca de ti. La grafica anterior muestra el porcentaje de las personas que fueron encuestadas y trabajan en la empresa notamos que el 100% de los encuestados que equivalen a treinta personas respondió que sí es empleado de la Microempresa.

Has escuchado, leído o visto sobre el correcto uso de un tapabocas para evitar contagiar a los demás?

30 respuestas

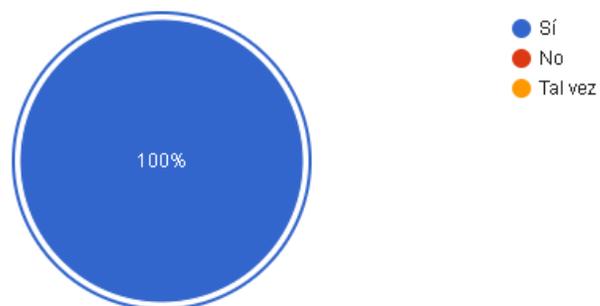


Figura 11. Has escuchado, leído o visto sobre el correcto uso de un tapabocas para evitar contagiar a los demás. La grafica anterior nos indica que todos los encuestados han escuchado, leído o visto alguna información sobre el uso correcto de un tapabocas para evitar contagiar a las demás personas.

¿Estarías interesado en usar tapabocas para protegerte y proteger a los demás?

30 respuestas

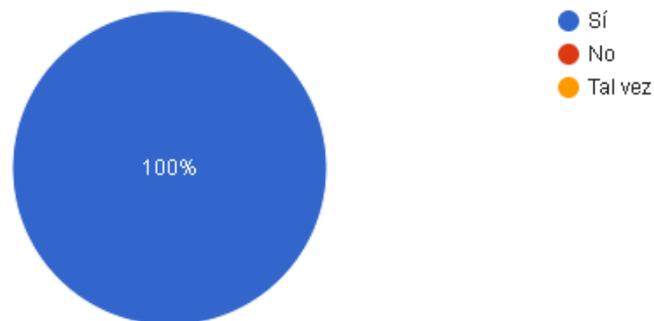


Figura 12. Estarías interesado en usar tapabocas para protegerte y proteger a los demás. Muestra el porcentaje de las personas que fueron encuestadas y respondieron si a la pregunta de estar interesados en usar tapabocas para protegerse y proteger a los demás.

¿Utilizas tapabocas en tu lugar de trabajo, o para salir de casa?

30 respuestas

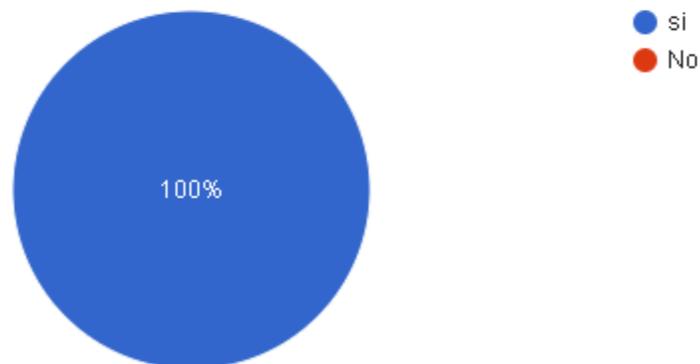


Figura 13. Utilizas tapabocas para protegerte y proteger a los demás. La grafica anterior muestra que el 100% de los encuestados que equivalen a treinta personas respondieron de manera afirmativa, que utilizan el tapabocas en su lugar de trabajo o para salir de casa.

¿Utilizas tapabocas desechables?

30 respuestas

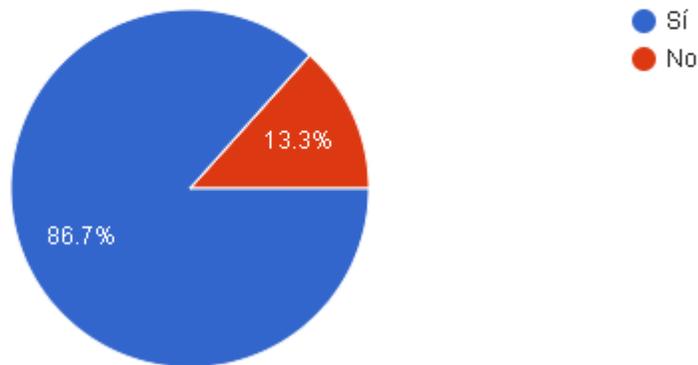


Figura 14. Utilizas tapabocas desechables. La grafica anterior nos muestra que el 86,7% de encuestados que equivalen a veintiséis personas utilizan tapabocas desechables y que el 13,3% de los encuestados que equivalen a cuatro personas no utilizan tapabocas desechables.

¿Cuántos tapabocas desechables utilizas diariamente?

30 respuestas

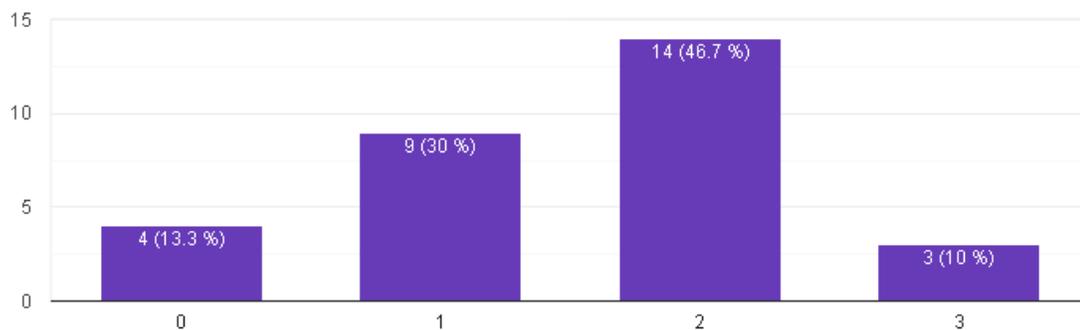


Figura 15. Cuantos tapabocas desechables utilizas diariamente. La grafica anterior muestra el número de tapabocas desechables que utilizan las personas diariamente, notamos que cuatro (representan el 13,3%) personas de las encuestadas no utilizan tapabocas desechables durante el día, nueve personas (representan el 30%) utilizan un tapaboca desechable, catorce personas (representan el 46,7%) utilizan dos tapabocas y tres personas (representan el 10%) utilizan tres tapabocas durante el día.

¿Utilizas Tapabocas reutilizables(tela)?

29 respuestas

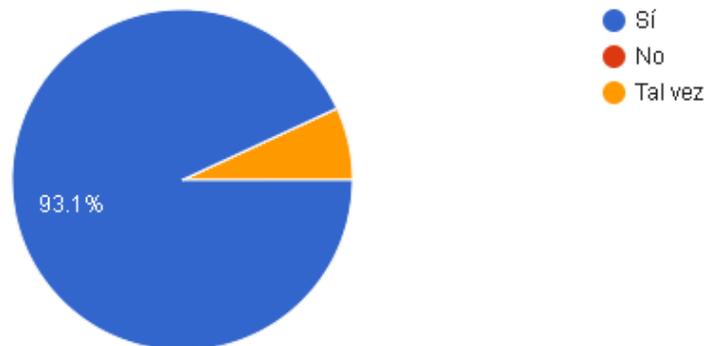


Figura 16. Utilizas tapabocas reutilizables. La información que nos suministra la gráfica anterior nos indica que el 93,1% de los encuestados que equivalen a veintisiete personas de la población encuestada respondió de manera afirmativa que utiliza tapabocas reutilizables y que el 6,9% que equivalen a tres personas no utilizan tapabocas reutilizables.

¿Piensas que los tapabocas de tela cubren las necesidades de protegernos contra el virus y enfermedades?

30 respuestas

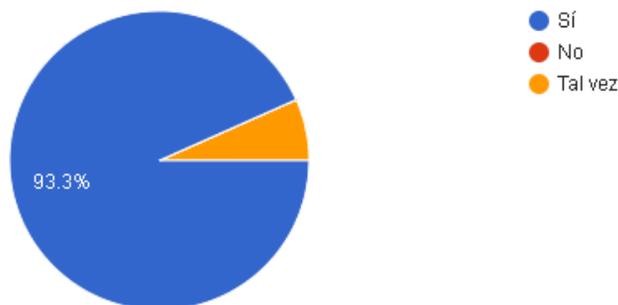


Figura17. Piensas que los tapabocas de tela cubren las necesidades de protegernos contra el virus y enfermedades. La grafica nos muestra que el 93,3% de la población que representan veintiocho personas encuestadas piensan que el usar tapabocas de tela los protege contra el virus y enfermedades, y el 6,7% de los encuestados que equivale a dos personas no piensan que el tapabocas de tela los proteja contra enfermedades.

¿Crees que al utilizar tapabocas de tela contribuyes con la disminución de residuos sólidos?

30 respuestas

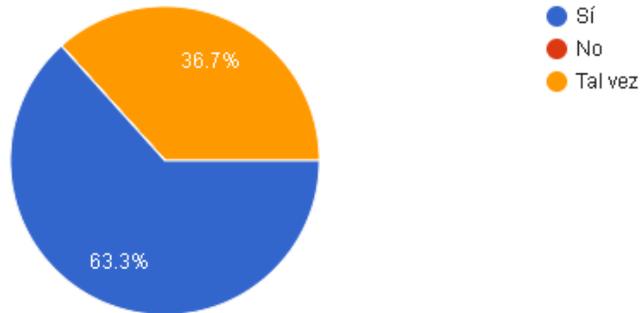


Figura 18. Crees que al utilizar tapabocas de tela contribuyes con la disminución de residuos sólidos. El 63.3% de las personas encuestadas representan a diecinueve personas, respondieron de manera afirmativa a la pregunta y el 36,7% de los encuestados que representan a once personas respondieron que no pensaban que el utilizar tapabocas de tela contribuía a la disminución de residuos sólidos.

Indica la importancia de cada uno de los factores para un tapabocas, que utilizarías para prevenir el contagio

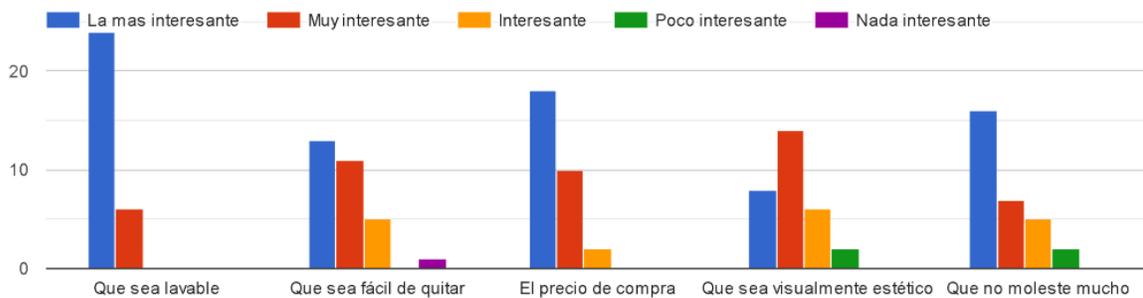


Figura 19. Indica la importancia de cada uno de los factores para un tapabocas, que utilizarías para prevenir el contagio. El análisis de la figura lo veremos reflejado en la siguiente tabla

	La más interesante	Muy interesante	Interesante	Poco interesante	Nada interesante
Que sea lavable	24 personas pensaron que ser lavable, era la más interesante	6 personas pensaron que ser lavable es muy interesante			
Que sea fácil de quitar	23 personas pensaron que ser fácil de quitar es la más interesante	11 personas pensaron que ser fácil de quitar es muy interesante	5 personas pensaron que ser fácil de quitar es interesante		1 persona pensó que ser fácil de quitar no es nada interesante
El precio de compra	18 personas pensaron que el precio de compra es la más interesante	10 personas pensaron que el precio de compra es muy interesante	10 personas pensaron que el precio de compra es muy interesante		
Visualmente estético	8 personas pensaron que ser visualmente estético es la más interesante	14 personas pensaron que ser visualmente estético es muy interesante	6 personas pensaron que ser visualmente estético es interesante.	2 personas pensaron que ser visualmente estético es poco interesante.	
No moleste mucho	16 personas pensaron que no moleste mucho es la opción más interesante	7 personas pensaron que no moleste mucho es muy interesante	5 personas pensaron que no moleste mucho es interesante	2 personas pensaron que no moleste mucho es poco interesante	

De lo anterior podemos deducir que las personas que fueron encuestados prefieren mascarillas reutilizables que sean fáciles de lavar, fácil de quitar y tengan precios módicos. También prefieren una mascarilla que no moleste mucho; el ser visualmente estético es una opción que ellos prefieren pero que no es tan importante para las encuestados.

De las cualidades antes mencionadas ponlas en orden del 1 al 5, siendo 1 la mas importante

30 respuestas

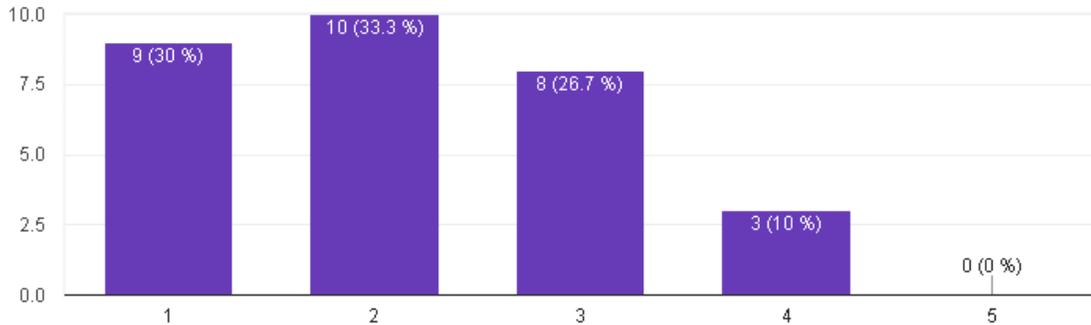


Figura 20. De las cualidades anteriormente mencionadas, ponlas en orden del 1 al 5 siendo 1 la más importante. ¿El precio de compras?

De la gráfica podemos concluir que 9 de 30 personas encuestadas que corresponde a un 30% están en total acuerdo con el precio de compra del producto, 10 de los 30 encuestados que corresponde al 33% de los encuestados están de acuerdo con el precio de compra del producto, 8 de las 30 personas encuestadas que corresponde al 26,7% no están seguras o tienen dudas con el precio 3 de las 30 personas encuestadas que corresponde al 10% no están de acuerdo con el precio

Lavable

30 respuestas

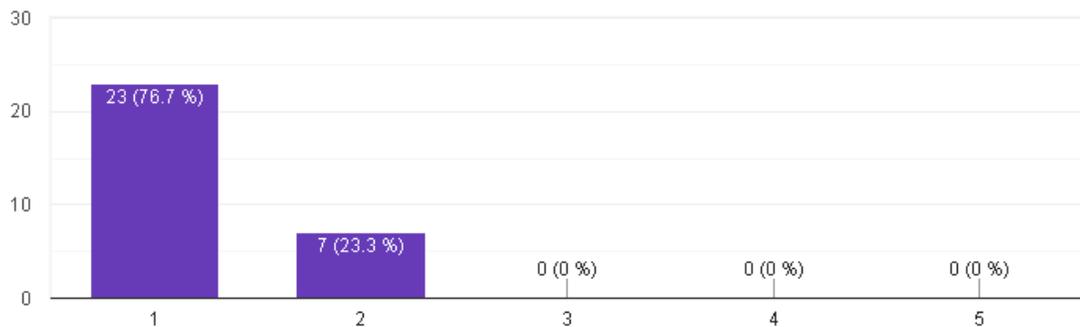


Figura 21. De las cualidades anteriormente mencionadas, ponlas en orden del 1 al 5 siendo 1 la más importante. ¿Qué sea lavable? De la gráfica podemos concluir que 23 de 30 personas encuestadas que corresponde a un 76,7% están en total acuerdo con que el tapabocas sea lavable y 7 de los 30 encuestados que corresponde al 23,3 % de los encuestados están también de acuerdos con que el tapabocas sea lavable.

Visualmente Estético

30 respuestas

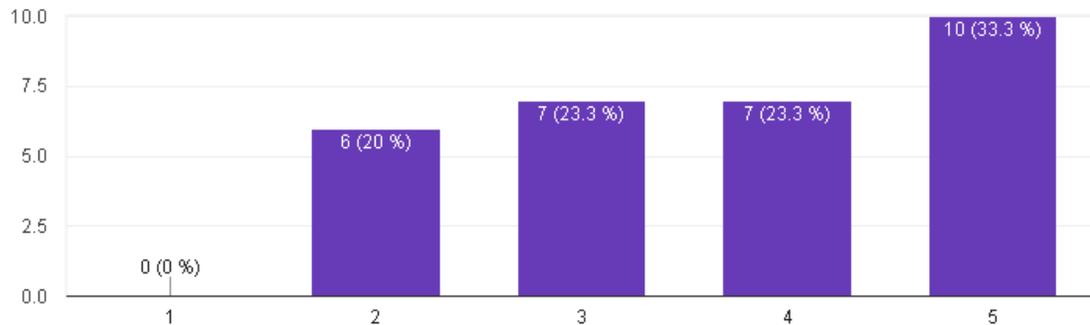


Figura 22. De las cualidades anteriormente mencionadas, ponlas en orden del 1 al 5 siendo 1 la más importante. ¿Qué sea visualmente estético? De la gráfica podemos concluir que 6 de 30 personas encuestadas que corresponde a un 20% están de acuerdo con que el tapabocas sea visualmente estético, 7 de los 30 encuestados que corresponde al 23,3% de los encuestados no están muy de acuerdo con que el tapabocas sea visualmente estético, 7 de las 30 personas encuestadas que corresponde al 23,3% no están seguras o tienen dudas de que el tapabocas tiene que ser visualmente estético y 10 de las 30 personas encuestadas que corresponde al 33,3% no están de acuerdo con que el tapabocas es visualmente estético.

Fácil de quitar

30 respuestas

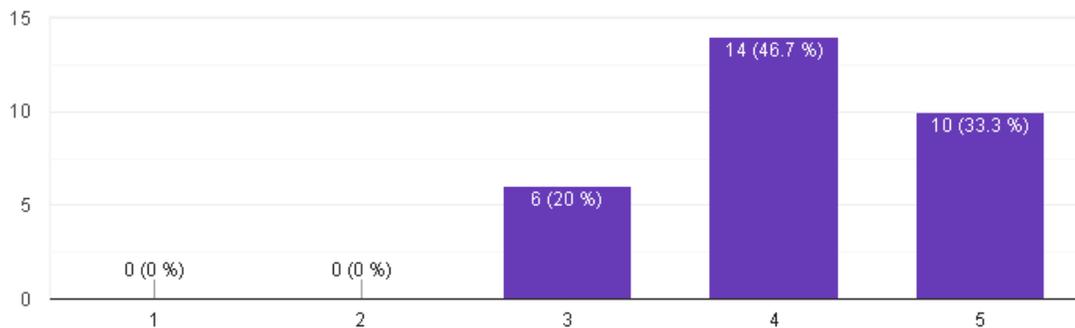


Figura 23. De las cualidades anteriormente mencionadas, ponlas en orden del 1 al 5 siendo 1 la más importante. ¿Qué sea Fácil de quitar? De la gráfica podemos concluir que 6 de 30 personas encuestadas que corresponde a un 20% están de acuerdo con que el producto sea fácil de quitar, 14 de los 30 encuestados que corresponde al 46,7% de los encuestados no están seguros con que el producto sea fácil de quitar, y 10 de las 30 personas encuestadas que corresponde al 33,3% no están de acuerdo con el precio.

Que no moleste mucho

30 respuestas

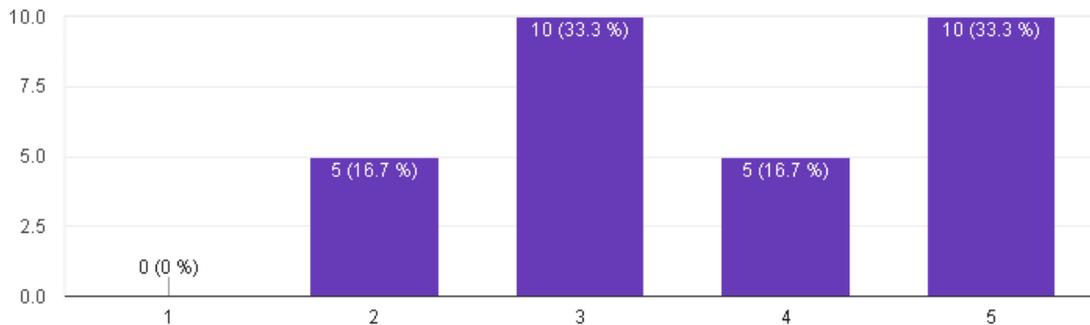
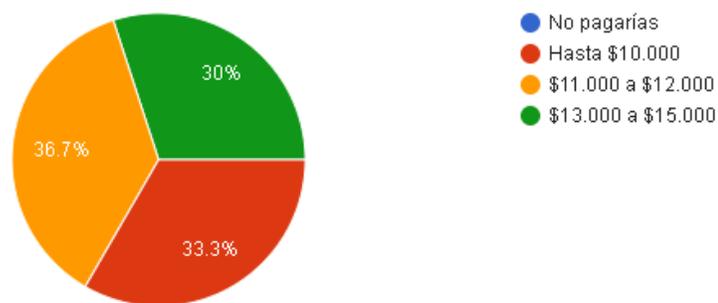


Figura 24. De las cualidades anteriormente mencionadas, ponlas en orden del 1 al 5 siendo 1 la más importante. ¿Qué no moleste mucho? De la gráfica podemos concluir que 5 de 30 personas encuestadas que corresponde a un 16,7% están de acuerdo con el tapabocas no moleste mucho, 10 de los 30 encuestados que corresponde al 33,3% de los encuestados están de acuerdo con el tapabocas no debe de molestar, 5 de las 30 personas encuestadas que corresponde al 16,7% no están seguras o tienen dudas con que el tapabocas no moleste mucho y 10 de las 30 personas encuestadas que corresponde al 33,3% no están de acuerdo con que el tapabocas no moleste mucho.

¿Cuál sería el precio de ventas correcto, de un tapabocas reutilizables de tela que sea de tu interés?

30 respuestas



*Figura 25.*Cuál sería el precio de ventas correcto, de un tapaboca reutilizable de tela que sea de tu interés. La grafica anterior nos muestra que el 30% de los encuestados que equivalen a nueve personas piensa que el precio para un tapaboca reutilizable debería ser de \$13.000 pesos hasta \$15.000 pesos, el 33,3% que corresponde a diez personas encuestadas deberían pagar hasta \$10.000 pesos y el 36,7% que equivale a once personas cree que el precio adecuado sería de \$11.000 hasta \$12.000 pesos

ESTAMPA es una empresa que siempre piensa en la salud de sus clientes y el cuidado del medio ambiente, es por ello que en medio de esta crisis sanitaria ha diseñado un nuevo producto que consiste en la elaboración de un tapabocas de tela reutilizable de algodón 100% orgánico que puedes utilizar hasta 40 veces luego de hacer un correcto lavado, nos gustaría saber si estarías dispuesto adquirir nuestro producto, para tu cuidado personal.

30 respuestas

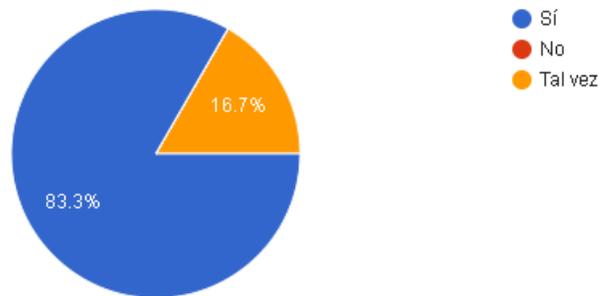


Figura 26. La grafica anterior nos muestra los resultados obtenidos al preguntar a los clientes de la microempresa si estarían dispuesto a utilizar los tapabocas que nuestra empresa ESTAMPA realiza para el cuidado de la salud y prevención del medio ambiente, nos indica que el 83,3% de los encuestados que equivalen a 25 personas están dispuestos a utilizar nuestros productos y que el 16,7% de los encuestados que equivalen el cinco personas no están dispuestos a utilizar nuestros productos.

Anexos

A continuación hacemos adjunto el link en donde podrán encontrar el proceso de producción de estampados que nuestra empresa realiza.

<https://youtu.be/UlbQVk0cYm0>

También podrás encontrar bajo el siguiente link el prototipo de nuestra mascarilla

<https://youtu.be/fpSNRy0oMfs>

REFERENCIAS BIOGRÁFICAS

- Villegas, R. V., & Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Pearson educación.
- Pulido, D. U., & Garrido, N. T. (2011). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC.
- Costa, M. T., Duch Brown, N., & Lladós Masllorens, J. (2000). Determinantes de la innovación y efectos sobre la competitividad: el caso de las empresas textiles. *IEB Working Paper 2000/04.*}
- Mendoza Zuta, J. C. (2016). Aplicación de Balance Scorecard en el Proceso de Gestión de la empresa Procesos Textiles EIRL.
- Saransig Espinosa, G. V. (2020). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas deportivas con estampado de vinilo textil en la parroquia San Luis, ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura* (Bachelor's thesis).
- Salgado Holguín, P. A. (2018). *Experimentación con vinil térmico textil* (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).
- Mercado Cervera, H. J., Fontalvo Herrera, T. J., & De La Hoz Granadillo, E. (2011). Análisis comparativo entre las cadenas productivas del sector textil-confecciones de la provincia de Jiangsu-China y el departamento del Atlántico-Colombia. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 19(3), 429-441.
- VanDer-Bruggen, M., & de Catalunya, B. G. (1998). El sector textil en Colombia. *Bogotá: Becaria Generalitat de Catalunya*.
- Pedraza, M. J. P. (2020). COVID-19 ¿Un alivio temporal para el ambiente? *CienciAmérica*, 9(2), 299-311.