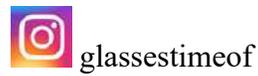




VAMOS DONDE ESTE TU MIRADA



LEYDI RUBIELA BARRUETO CARRERO

GRUPO: 647

MARITZA ARIAS HERNÁNDEZ

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

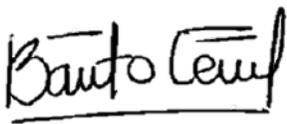
CREACIÓN DE EMPRESAS GRUPO: 54418

MEDELLÍN

2020

Yo **Leydi Rubiela Barrueto Carrero** identidad con C.C. **1022352263**, estudiante de Administración de Empresas declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: 

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo habla del desarrollo de mi idea de negocio, basada en la cercanía de las soluciones visuales, se pretende ofrecer un producto y servicio en un entorno completamente diferente al tradicional, el valor se centra en que seremos un consultorio móvil capaz de realizar ferias de salud visual en grandes organizaciones, instituciones y fundaciones, cuyo fin principal es reducir los problemas de salud visual que afectan la calidad de vida en la vejez, mediante la prevención y tratamiento de enfermedades en etapas preventivas.

Para la consecución de este objetivo principal atacaremos la barrera de acceso a los servicios de salud que hoy tenemos en Colombia, ya que actualmente los sistemas de salud son poco amigables y las consultas especializadas requieren un paso a paso que hace que los pacientes abandonen la detección de enfermedades por la complejidad del sistema.

Mediante el análisis del país y la preocupación mundial de la salud por los resultados que se proyectan en cuanto al aumento en la pérdida de calidad de la Visión, llegamos a la conclusión que debemos buscar que las organizaciones se preocupen por los entornos donde se desempeñan los colaboradores y sus familias, llenando la salud visual a su entorno, dejando atrás los servicios tradicionales de consultorio.

## INTRODUCCIÓN

Mediante este trabajo revisaremos el paso a paso de la creación de una idea innovadora de negocio, a través de la viabilidad de los objetivos de desarrollo sostenible, el análisis de pastel y otras teorías que nos permitan aportar mediante el emprendimiento y la creación de empresas a una sociedad sostenible con una mirada hacia el la responsabilidad social organizacional.

Al final de esta primera entrega tendremos claridad del entorno en el que estamos actualmente, como se desarrollan las ideas de innovación desde la creatividad, aprenderemos acerca de la formulación de objetivos mediante el modo de árbol de Problemas.

Luego de evaluar cada uno de los puntos estaremos en la capacidad de determinar la viabilidad de nuestra idea de negocio.

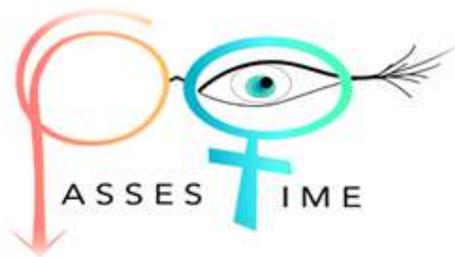


Figura 1. Nuestra historia nace de la necesidad de encontrar opciones viables y accesibles a los servicios de salud visual, debido a que al ingresar a una compañía de gran consumo nos dimos cuenta que para exámenes de admisión era necesario cumplir con una serie de exámenes de ingreso, todos los exámenes salieron bien excepto el de la visión, por tal motivo tuve que acudir a

una óptica para iniciar el proceso de elección del marco y los lentes, esto se tardó más de 6 días lo cual me perjudicó ya que estaba a punto de ser contratada. Esta situación me llevo a preguntarme por qué no había notado antes la pérdida de mi agudeza visual y como la compañía para que había trabajado anteriormente nunca se preocupó por mi salud visual como consecuencia del trabajo repetitivo frente a una computadora.

Planeamos ser una empresa innovadora que promueva la cercanía mediante experiencias sensoriales, emocionales y de seguimiento personalizado al tratamiento visual de nuestros pacientes.

## OBJETIVOS

- Impactar los índices de aumento en la pérdida de la Visión en la vejez.
- Aportar a la Calidad de vida saludable que merecen nuestros adultos mayores.
- Aportar al cumplimiento en los objetivos de Salud integral del país.

## CLAVES DEL ÉXITO

- Entregar Valor en el suministro de servicios de salud visual, mediante la innovación en la prestación de un servicio novedoso y cercano.
- Crear el plan organizacional de acuerdo una responsabilidad
- Estudiar a profundidad las necesidades del prosumidor, logrando de establecer una conexión real con la marca, mediante la relación sentimiento, comunicación
- Convertir en desarrollo social los problemas visuales del mercado objetivo, mediante productos innovadores y convenios al alcance de todas las personas.

## 1 Tabla de contenido

<b>1.</b>	<b><i>Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.....</i></b>	<b>10</b>
1.1	Objetivos de Desarrollo Sostenible:.....	10
1.2	Teoría de Valor Compartido .....	11
1.3	Tecnologías disruptivas .....	12
1.4	Análisis del sector Económico.....	13
<b>2</b>	<b><i>Identificación del Problema, necesidad, reto u oportunidad .....</i></b>	<b>15</b>
2.1	Árbol de problemas.....	17
2.2	Árbol de Objetivos .....	18
2.3	Identificar Acciones .....	19
2.4	Pregunta Problema .....	19
<b>3</b>	<b><i>Descripción de la idea de negocio.....</i></b>	<b>19</b>
3.1	Técnica de Ideación:.....	19
<b>4</b>	<b><i>Innovación .....</i></b>	<b>22</b>
4.1	Alternativas de mi Idea de Negocio .....	22
4.2	Organizaciones que trabajan por el mismo problema que se está presentando (Competencia).....	22
4.3	Alternativa de mi idea de Negocio frente a la Competencia.....	22
<b>5</b>	<b><i>Fuerzas de la Industria .....</i></b>	<b>23</b>
5.1	Contextualización de la Empresa: .....	23
5.2	Análisis de la Demanda .....	24
5.3	Análisis de la Oferta .....	26
	Fuente: Propia, mediante la investigación de la competencia. ....	27
5.4	Análisis de los Proveedores: .....	27
<b>6</b>	<b><i>Segmentación de Mercado.....</i></b>	<b>28</b>
6.1	Bondades del Servicio que proporcionamos .....	28
6.2	Ejercicio Buyer .....	29
6.3	Personas similares a mi cliente ideal .....	30
6.4	Valores destacan a mi cliente ideal:.....	30
6.5	Entorno de mi cliente durante la semana: .....	30
6.6	Necesidades más urgentes de mi cliente ideal:.....	30

6.7	Definición del mercado Potencial .....	30
<b>7</b>	<b><i>Propuesta de Valor</i></b> .....	<b>32</b>
7.1	Perfil del Cliente .....	32
7.2	Mapa de Valor .....	33
<b>8</b>	<b><i>Diseño del Producto</i></b> .....	<b>34</b>
8.1	Ficha Técnica .....	34
8.2	Ciclo de Vida .....	34
<b>9</b>	<b><i>Precio de Venta</i></b> .....	<b>34</b>
9.1	Definición estratégica.....	34
9.2	Diseño de concepto.....	35
9.3	Diseño en detalle .....	35
<b>10</b>	<b><i>Prototipo</i></b> .....	<b>37</b>
<b>11</b>	<b><i>Modelo Running Leann</i></b> .....	<b>37</b>
<b>12</b>	<b><i>Validación de Ideas de Negocios</i></b> .....	<b>40</b>
12.1	Objetivo de la Investigación .....	40
12.2	Tipo de Investigación .....	40
12.3	Tamaño de la muestra.....	40
12.4	Hipótesis .....	41
12.5	Encuesta .....	41
<b>13</b>	<b><i>Tabulación del análisis de la información</i></b> .....	<b>43</b>
<b>14</b>	<b><i>Lecciones aprendidas y recomendaciones</i></b> .....	<b>49</b>
	<b><i>Conclusiones</i></b> .....	<b>51</b>
	<b><i>Bibliografía</i></b> .....	<b>52</b>

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Variables demográficas y socioeconómicas (variables de estratificación de equidad) y población de base por sexo y años de la encuesta, América Latina, del 2011 al 2013. ....	11
<b>Tabla 2.</b> Análisis del sector a través de la herramienta PESTEL .....	13
<b>Tabla 3.</b> Esquema de Identificación del problema, necesidad, reto u Oportunidad por mayor puntuación. ....	15
<b>Tabla 4.</b> Matriz de Involucrados y Análisis de Problemas .....	16
<b>Tabla 5.</b> Autoevaluación de la idea de Negocio: .....	20
<b>Tabla 6.</b> Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 3.1 Adaptada para Colombia .....	23
<b>Tabla 7.</b> Reporte general de Personas en los municipios del Valle de Aburrá - CNPV 2018 y CG 2005.....	24
<b>Tabla 8.</b> Resumen Indicadores Medellín Junio-Agosto.....	25
<b>Tabla 9.</b> Proporción de Atenciones por enfermedades de los ojos por departamento en Colombia 2009-2014 .....	25
<b>Tabla 10.</b> Muestra del mercado Meta .....	26
<b>Tabla 11.</b> Cuadro comparativo de Competidores con servicios similares.....	27
<b>Tabla 12.</b> Costos de Producción y Precio de Venta.....	36

## Índice de Gráficos

<b>Grafico 1.</b> Esquema para estructura de la Idea. ....	21
<b>Grafico 2.</b> Solución de Negocio.....	21
<b>Grafico 3.</b> Distribución de la Población según la actividad y Ocupación .....	24
<b>Grafico 4.</b> Distribución geográfica de las comunas en Medellín (Alcaldía Medellín, 2020) .....	26
<b>Grafico 5.</b> Esquema de Ficha técnica del servicio .....	34
<b>Grafico 6.</b> Proceso de producción.....	35
<b>Grafico 7.</b> Representación Visual (Maqueta) Consultorio Móvil de Glasses Time .....	37
<b>Grafico 8.</b> Modelo Running Lean aplicado al Modelo de Negocio Glasses Time. ....	38
<b>Grafico 9.</b> Cálculo del tamaño de la Muestra .....	40
<b>Grafico 10.</b> Storyboard, paso a paso del servicio .....	43

## Índice de Graficos

<b>Ilustración 1.</b> Resultados Encuesta, Pregunta # 1 .....	43
<b>Ilustración 2.</b> Resultados Encuesta, Pregunta # 2 .....	44
<b>Ilustración 3.</b> Resultados Encuesta, Pregunta # 3 .....	44
<b>Ilustración 4.</b> Resultados Encuesta, Pregunta # 4 .....	45
<b>Ilustración 5.</b> Resultados Encuesta, Pregunta # 5 .....	45
<b>Ilustración 6.</b> Resultados Encuesta, Pregunta # 6 .....	46
<b>Ilustración 7.</b> Resultados Encuesta, Pregunta # 7 .....	46
<b>Ilustración 8.</b> Resultados Encuesta, Pregunta # 8 .....	47
<b>Ilustración 9.</b> Resultados Encuesta, Pregunta # 9 .....	47
<b>Ilustración 10.</b> Resultados Encuesta, Pregunta # 10 .....	48
<b>Ilustración 11.</b> Resultados Encuesta, Pregunta # 11 .....	48
<b>Ilustración 12.</b> Resultados Encuesta, Pregunta # 12 .....	49

## IDEACIÓN

### 1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

Problemas percibidos en el entorno en el que me desenvuelvo:

- Desconocimiento y falta de asesoría en temas tributarios para los nuevos declarantes de renta.
- Re-emprendimiento en la nueva normalidad, como hacer para reinventarse después de este periodo de recesión que dejó a muchos empresarios quebrados y tuvieron que cerrar sus empresas.
- Escasa detección y tratamiento de las enfermedades visuales, que se pueden prevenir y que pueden conducir a una vejez más saludable.

Apalancados en el ODS # 3 de garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades encontramos en el entorno la ausencia de conocimiento en la importancia del cuidado de la salud visual como parte integral del goce de la salud en el ser humano, sumado a esto se estima que (OMS, 2019). En este informe también se habla de las acusas en el aumento de deficiencia visual, destacando una de ellas como la falta de acceso a los servicios, problema que no es ajeno a la realidad que hoy tenemos en nuestro país.

Detento del plan decenal de salud pública 2015 – 2021 plantea dentro de sus objetivos para alcanzar la visión “Mantener cero tolerancias con las discapacidades evitables” (Minsalud, 2013), encontrando allí la oportunidad de un servicio oportuno de salud visual como apoyo en prevención de la ceguera, adicional La Agencia Internacional para la prevención de la ceguera (IABD) reporta que una enfermedad tratable fue la causa de pérdida de la visión en cuatro de cada 5 personas afectadas y su prevalencia aumenta con la edad (IAPB, 2012), otro motivo por el cual se evidencia la importancia de tratar enfermedades naturales producidas por la edad, la metropolización de la ciudades, las condiciones en las que se desempeñan actividades escolares y laborales ya que Actualmente la revolución científico – tecnológica y sumado a la contingencia del COVID 19, nos ha llevado a la exposición excesiva de pantallas, talvez sin la protección adecuada y más grave aún en espacios donde la distancia e iluminación obligan al esfuerzo y por ende desgaste de la visión.

#### 1.1 Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Los ODS constituyen un compromiso audaz para finalizar lo que hemos iniciado y abordar los problemas más urgentes a los que hoy se enfrenta el mundo. Los 17 Objetivos están interrelacionados, lo que significa que el éxito de uno afecta el de otros. Responder a la amenaza del cambio climático repercute en la forma en que gestionamos

nuestros frágiles recursos naturales. Lograr la igualdad de género o mejorar la salud ayuda a erradicar la pobreza; y fomentar la paz y sociedades inclusivas reducirá las desigualdades y contribuirá a que prosperen las economías. En suma, es una oportunidad sin igual en beneficio de la vida de las generaciones futuras. (Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo, 2015-2030)

Dentro de los ODS que considero aplican a mi idea de negocio:

Objetivo N° 3 Salud y Bienestar, proporcionar bienestar y salud de manera integral, promoviendo la prevención de enfermedades que desembocan en la pérdida de la visión.

Objetivo N° 8 Trabajo decente y crecimiento económico, servir como instrumento de valor en el fortalecimiento de las estrategias de reconocimiento y remuneración dentro de las compañías, logrando el aumento de la productividad a través del ofrecimiento de los servicios visuales de prevención al alcance de todos.

## 1.2 Teoría de Valor Compartido

Desde la teoría de valor compartido es importante re concebir los mercados y productos, buscando innovar y llegar a los consumidores que no se han considerado potenciales, es importante llegar a donde hoy no llegamos, buscando disminuir la cantidad de personas que no pueden acceder a nuestro producto o servicio por diferentes factores (tiempo, económico, desconocimiento, descuido, etc.).

Cuando se habla de las deficiencias en la salud visual el estudio de Silva (...) plantea que las enfermedades que se pueden prevenir para mejorar la salud visual se desarrollan en poblaciones pobres, con bajo nivel de alfabetismo, (Silva, 2015), tal como lo muestra la siguiente tabla.

**Tabla 1.** Variables demográficas y socioeconómicas (variables de estratificación de equidad) y población de base por sexo y años de la encuesta, América Latina, del 2011 al 2013.

País <sup>a</sup>	Año de la encuesta	Población (adultos de 50 años o mayores)			Tasa de alfabetización (adultos de 15 años o mayores) (%)			Años de escolaridad (adultos de 51 a 60 años)		
		Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres
Argentina	2013	10 360 206	5 763 225	4 596 981	97,9	98,0	97,9	10,4	10,5	10,2
El Salvador	2011	1 018 074	579 023	439 051	85,5	83,0	88,4	5,4	4,8	6,1
Honduras	2013	1 018 112	523 245	494 867	85,4	85,1	85,7	5,0	4,9	5,0
Panamá	2012	717 816	368 290	349 526	94,1	93,5	94,7	9,8	9,9	9,7
Paraguay	2011	997 437	503 227	494 210	93,9	92,9	94,8	7,0	6,8	7,3
Perú	2011	4 985 509	2 598 222	2 387 287	93,8	90,7	97,0	8,1	7,2	9,1
Uruguay	2011	996 485	563 964	432 521	98,3	98,6	98,0	9,2	9,5	8,9

<sup>a</sup> Producto interno bruto per cápita (en dólares internacionales [I\$] constantes de 2011 ajustados por paridad del poder adquisitivo): Argentina, 14 560; El Salvador, 7 352; Honduras, 4 445; Panamá, 17 627; Paraguay, 7 186; Perú, 10 429; y Uruguay, 17 645.

Fuente. (Organización Panamericana de la Salud, 2017)

Es por esto que se busca innovar en el alcance que tienen las personas en la salud visual, mejorando las brechas en desplazamiento y atención que existen actualmente.

### **1.3 Tecnologías disruptivas**

Mi idea de negocio tiene mucho que ver con el uso y el avance que han tenido las tecnologías a través de la transformación digital, ya que cada vez más nos volcamos a la dependencia absoluta de las mismas, lo cual nos lleva a buscar soluciones para mejorar la experiencia y prevenir el desarrollo de enfermedades por el uso continuo de la tecnología desde el hogar hasta las organizaciones o instituciones donde permanecemos.

#### 1.4 Análisis del sector Económico

**Tabla 2.** Análisis del sector a través de la herramienta PESTEL

PESTEL	ANALISIS
<b>POLITICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PLAN VISIÓN 2020 “El derecho a la visión” promueve mediante la resolución 4045 de 2006 la prevención de la ceguera.</li> <li>• La resolución 1841 del 2013 del Ministerio de Salud, establece indicadores específicos para identificar y tratar los principales problemas de salud visual.</li> <li>• La salud es un derecho fundamental como lo promueve nuestra constitución de 1191, es por esto que, dentro del marco teóricos de Plan de Decenal de Salud Pública, se cobija la salud Visual dentro de la promoción de la salud, mediante el apartado de Vida Saludable y condiciones no Transmisibles.</li> <li>• Aplicación a tiempo de las políticas Publicas</li> <li>• Equidad territorial en el planteamiento de las políticas publicas</li> </ul>
<b>ECONOMICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca claridad en la asignación de recursos para trabajar y tratar problemas de la visión.</li> <li>• Alcance económico para adquirir los tratamientos.</li> <li>• No hay financiación en los servicios de salud visual, como si ocurre con los servicios odontológicos</li> </ul>
<b>SOCIO-CULTURALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento de los mercados virtuales, los clientes buscan de manera contante la cercanía y facilidad para el acceso a los productos y servicios, ya no se quieren desplazar, buscan que las compañías se acerquen a ellos.</li> <li>• Existe una sobre población ya que la tasa de natalidad va en aumento, lo cual nos hace pensar el la salud visual de las generaciones futuras.</li> <li>• Migración desbordada a las ciudades, lo congestiona los servicios de salud, impactando en la disponibilidad de atención a patologías especializadas.</li> <li>• Aumento de las empresas que buscan trabajar el impacto de su marca desde la parte interna de la organización, es por esto que buscan promover el incentivo no salarial a sus colaboradores</li> <li>• Desigualdades Sanitarias</li> <li>• Baja conciencia por la salud</li> </ul>
<b>TECNOLOGICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas tecnologías en la detección de enfermedades</li> <li>• Equipos más livianos y de fáciles diagnósticos</li> <li>• Impacto negativo del uso tecnológico en la salud visual.</li> </ul>

<p><b>ECOLOGICOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La metropolización de las ciudades atrae continuamente el aumento en la contaminación, lo cual impacta en la salud Visual.</li> <li>• Desconozco el impacto ecológico de otras compañías, sin embargo, se planea dar un bono de atención especial por el retorno de lentes sin uso, el cual se puede reclasificar dentro de la cadena de transformación.</li> <li>• Buscar productos que sean amigables con el medio ambiente, promover la construcción de marcos ecológicos y materiales reutilizables.</li> </ul>
<p><b>LEGALES</b></p>	<p>A continuación, se mencionará un breve recuento de las resoluciones, decretos y leyes que impactan de alguna forma la actividad económica en la que se desenvuelve la idea de negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Constitución Política de 1991, “Derechos fundamentales, Derecho a la Salud”</li> <li>• Resolución 412 del 2000, Norma técnica para detección de alteraciones de agudeza visual</li> <li>• Resolución 445 de 2006, Colombia, Visión 2020 “derecho a la visión”</li> <li>• Resolución 1841 de 2013, “en el 2021 contar con al menos un nodo de investigación por región, que permita la construcción de una agenda para el estudio de los determinantes sociales de la salud vocal, visual y auditiva”.</li> <li>• Resolución 5592 de 2015 “Inclusión de la consulta por primera vez en optometría a todos los grupos de edad... Actividades de detección temprana en cuanto a alteraciones de la agudeza visual desde edad prenatal hasta los 18 años”.</li> <li>• Ley 1551 de 2015, “acceso a los servicios de salud de manera oportuna, eficaz y con calidad, para la preservación, el mejoramiento y la promoción de la Salud”.</li> <li>• Ley 9 de 1979 “Medidas Sanitarias” Título III “Salud ocupacional”</li> <li>• Decreto 2240 de 1996 Condiciones Sanitarias para la prestación de Servicios de Salud.</li> <li>• Ley 372 de 1997 “Por la cual se reglamenta la profesión de optometría en Colombia y se dictan otras disposiciones”</li> <li>• Ley 650 del 2002 Código de Ética Profesional de Optometría</li> <li>• Resolución 1439 de 2002, “Por la cual se adoptan los Formularios de Inscripción y de Novedades para el Registro Especial de Prestadores de Servicios de Salud, los Manuales de Estándares y de Procedimientos, y se establecen las Condiciones de Suficiencia Patrimonial y Financiera del Sistema Único de Habilitación de Prestadores de Servicios de Salud y los definidos como tales”</li> </ul>

Fuente: Interpretación propia a partir de la interpretación del análisis de datos generados en el informe de la visión en Colombia, 2016

## 2 Identificación del Problema, necesidad, reto u oportunidad

**Tabla 3.** Esquema de Identificación del problema, necesidad, reto u Oportunidad por mayor puntuación.

CRITERIO	Problema 1	Problema 2	Problema 3
		Desconocimiento y falta de asesoría en temas tributarios para los nuevos declarantes de renta.	Servicio Oportuno Visual, focalizado a la prevención a tiempo de enfermedades que provoquen pérdida visual.
Conocimiento o experiencia	1	3	2
Asesoramiento de un experto (si se requiere, lo tenemos)	2	5	4
Alcance Técnico, ¿tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el Problema?, ¿tenemos acceso a información /datos/cifras, etc.?, ¿puedo darle alguna solución?	3	4	2
Tiempo (Posible Solución)	4	5	2
Costos (Posible Solución)	4	4	2
Impacto (¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?)	2	5	3
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	4	5	3
Total	20	31	18

Fuente: Actividad semana 3 de creación de empresas, CUN, 2020

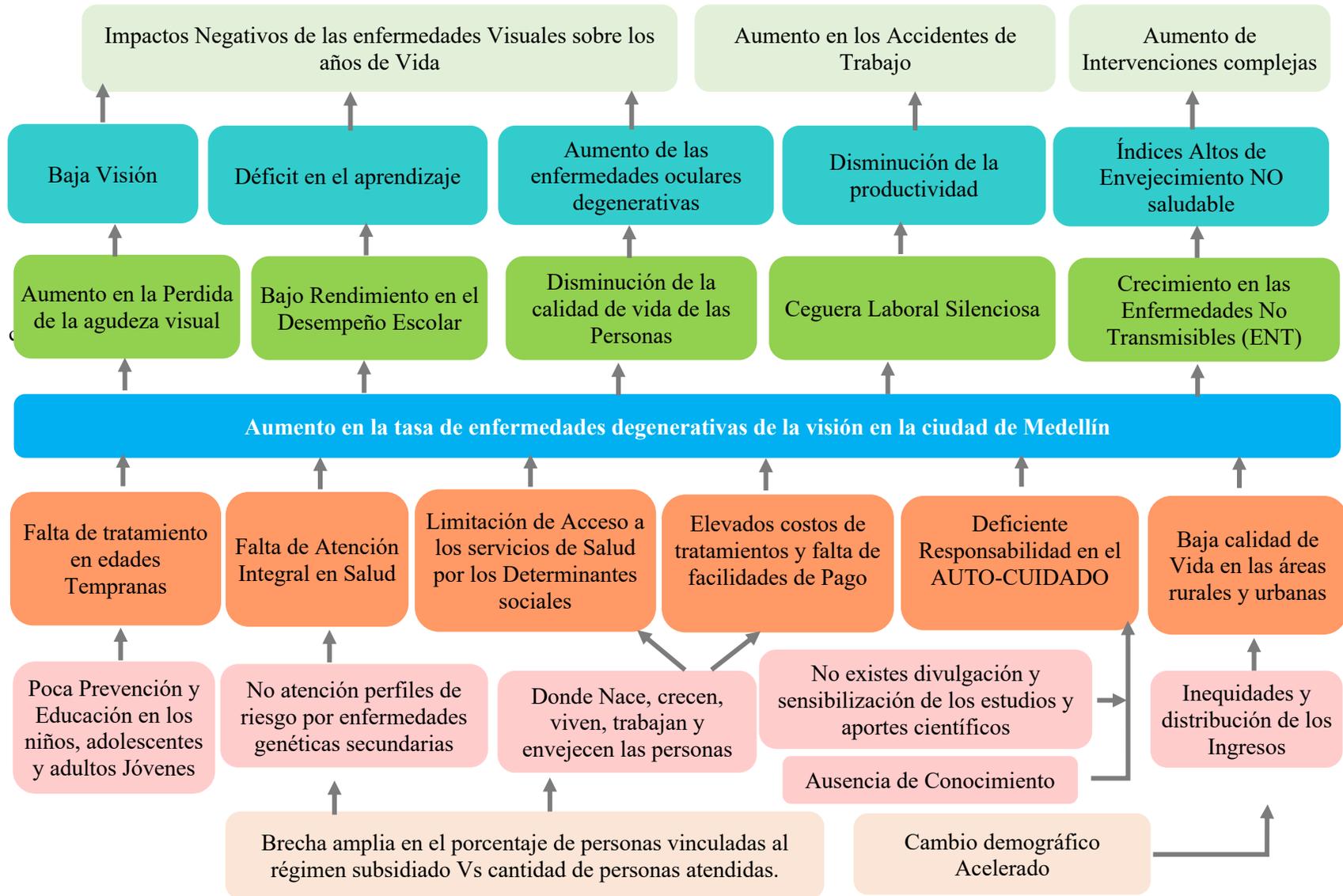
Vamos donde este tu mirada, 20 Noviembre de 2020

**Tabla 4. Matriz de Involucrados y Análisis de Problemas**

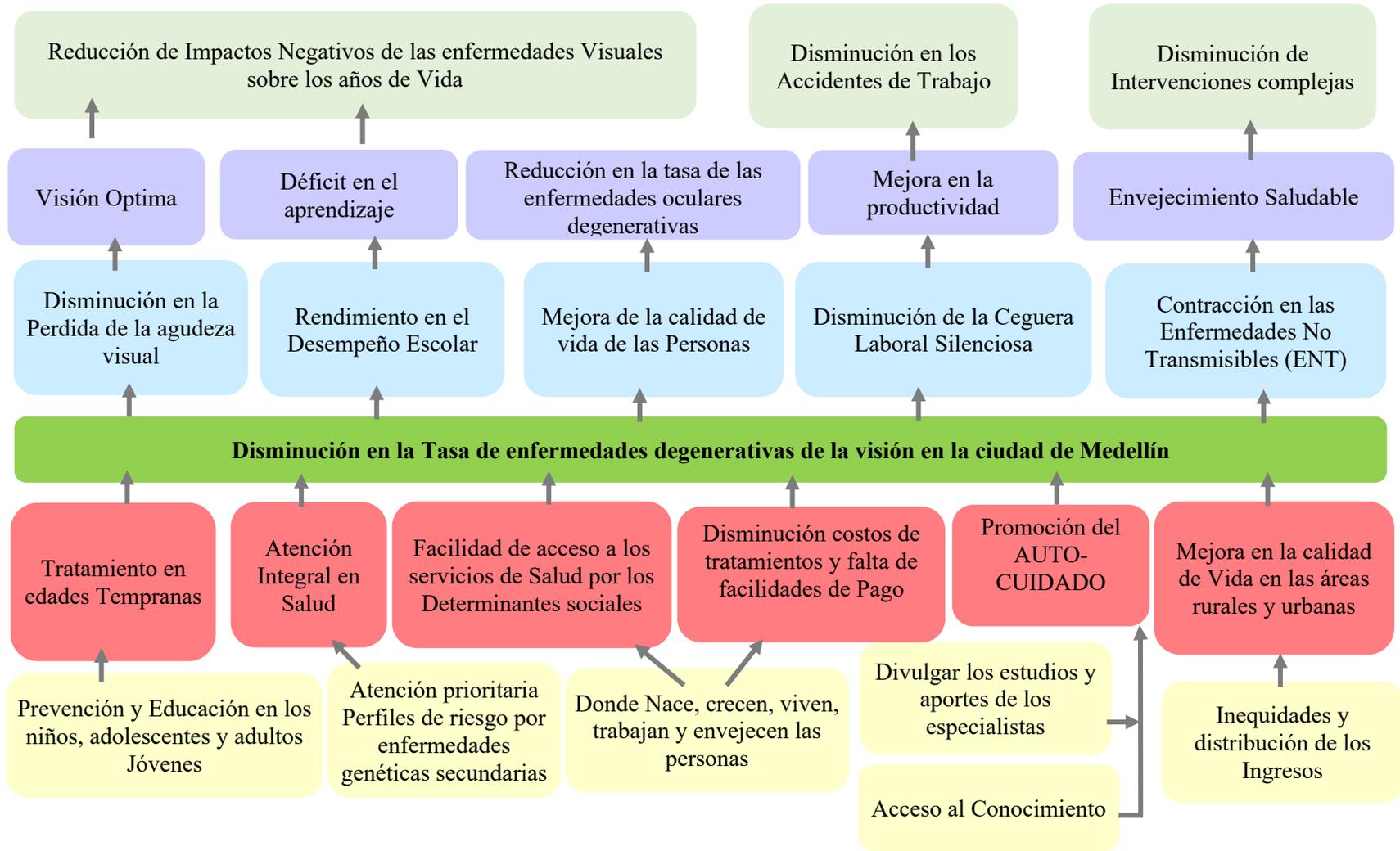
<b>INVOLUCRADOS</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PROBLEMAS PERCIBIDOS</b>	<b>ANALISIS DE ALTERNATIVAS</b>
<b>CLIENTES / PACIENTES</b>	<p>Servicios más cercanos, oportunos y de fácil acceso.</p> <p>Facilidad de Pago.</p> <p>Costos Justos en el tratamiento y prevención de las enfermedades visuales.</p> <p>Seguimiento por venta a producto adquirido.</p>	<p>Falta de tiempo para desplazarse hacia la óptica.</p> <p>Tratamientos que requieren inversión alta.</p> <p>Costos sin ningún control y en ocasiones excesivos que desmotivan al paciente.</p> <p>No hay servicio pos venta.</p>	<p>Desplazamiento hacia el entorno Laboral, escolar, familiar del cliente – Paciente.</p> <p>Flexibilidad en el pago de los tratamientos requeridos.</p> <p>Control de costos y precios justos.</p> <p>Seguimiento Pos venta, a la evolución y mejora de la Formula.</p>
<b>OPTOMETRAS ALIADOS</b>	<p>Nuevas oportunidades de trabajo.</p> <p>Trabajo focalizado a una causa que impulse el desarrollo social.</p>	<p>Ninguno.</p>	<p>Brindar servicios de Valor acercándose al entorno del paciente.</p> <p>Aportar al desarrollo social mitigando las enfermedades que se pueden prevenir.</p>
<b>COMPAÑIAS PUBLICAS Y PRIVADAS CON Y SIN ANIMO DE LUCRO</b>	<p>Incentivos no salariales para sus empleados.</p> <p>Beneficios de construcción de marca desde la parte interna de la compañía.</p>	<p>Impacto en los indicadores de gestión debido a la falta de productividad de los empleados por problemas de salud visual, que no se manifiestan por la inversión que requieren y la falta de tiempo para realizar chequeos periódicos.</p>	<p>Promoción de Incentivos no salariales para sus colaboradores.</p> <p>Cercanía de un servicio que tradicionalmente solo se presta en el consultorio.</p> <p>Generación de lazos emocionales que permiten construir la marca desde la parte interna de las organizaciones.</p>

Fuente: Elaboración Propia a raíz de la interpretación de los contenidos de la semana #3, 2020.

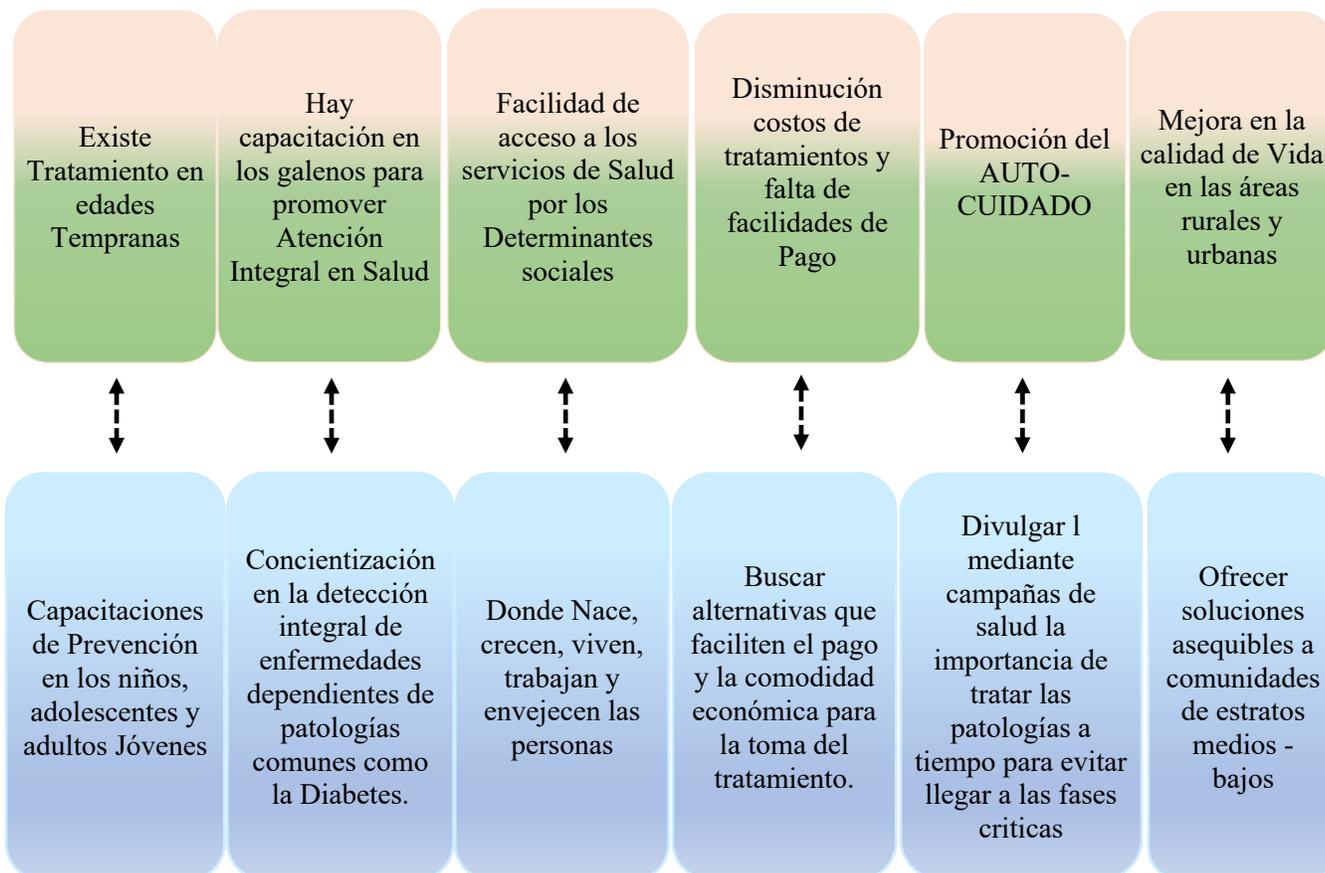
## 2.1 Árbol de problemas



## 2.2 Árbol de Objetivos



## 2.3 Identificar Acciones



## 2.4 Pregunta Problema

Existe un aumento en las enfermedades degenerativas de la visión, que conducen a la ceguera en la edad mayor, a causa de la falta de atención, detección y tratamiento de enfermedades Preventivas.

¿Como lograr la disminución de las enfermedades degenerativas de la visión en la población de Medellín, por causa de la falta de atención, detección y tratamiento de enfermedades visuales preventivas?

## 3 Descripción de la idea de negocio

### 3.1 Técnica de Ideación:

Como podemos hacer para que las personas accedan y se concienticen a los servicios de Salud Visual mediante la técnica Biónica:

- Aplicación para celular que mediante una serie de factores le permita al usuario un diagnóstico temprano de las posibles condiciones visuales, teniendo en cuenta actividades interactivas con colores, focos, distancias, tamaño de letras, información de enfermedades genéticas hereditables, etc.
- Aplicación para celular que permita el escaneo del ojo con un detalle de la retina, con el fin de que profesional pueda brindar un diagnóstico al paciente sin que este se desplace al consultorio.
- Mensajes de prevención y diagnóstico superficial en servicios de transporte, que presenten alto flujo de personas, ejemplo, utilizar luces que incomoden al usuario que padecen cierto tipo de enfermedades, acompañado del un mensaje de conciencia que le indique al paciente que posiblemente esta desarrollando una enfermedad visual.

**Tabla 5. Autoevaluación de la idea de Negocio:**

INTERÉS/DISPOSICIÓN AFIRMACIONES		ESCALA DE VALORACIÓN				
		(F)				(V)
La idea de Negocio que tengo se ajusta a los que yo siempre he querido hacer		1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad		1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar tiempo que sea necesarios para desarrollar el negocio		1	2	3	4	5
Considero que en 6 meses puedo tener el negocio funcionando.		1	2	3	4	5
N° TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:		0	0	0	3	1

	A		B		C
<b>Total, de Afirmaciones Valoradas en 1:</b>	0	x	1	=	0
<b>Total, de Afirmaciones Valoradas en 2:</b>	0	x	2	=	0
<b>Total, de Afirmaciones Valoradas en 3:</b>	0	x	3	=	0
<b>Total, de Afirmaciones Valoradas en 4:</b>	3	x	4	=	12
<b>Total, de Afirmaciones Valoradas en 5:</b>	1	x	5	=	5

<b>PUNTAJE TOTAL</b>	17
----------------------	----

### **Interpretación del Puntaje Total**

**De 20 a 15 pts.** = Tiene UD. una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola.

**De 15 a 10 pts.** = Aparentemente esta idea de negocio no resulta apropiada para UD. Sin embargo, evalúe sus atributos para una mejor decisión al respecto.

**Menos de 10 pts.** = Para usted, en estos momentos, no vale la pena esta idea. No hay disposición para desarrollarla.

Fuente: (Moreno, 2020)

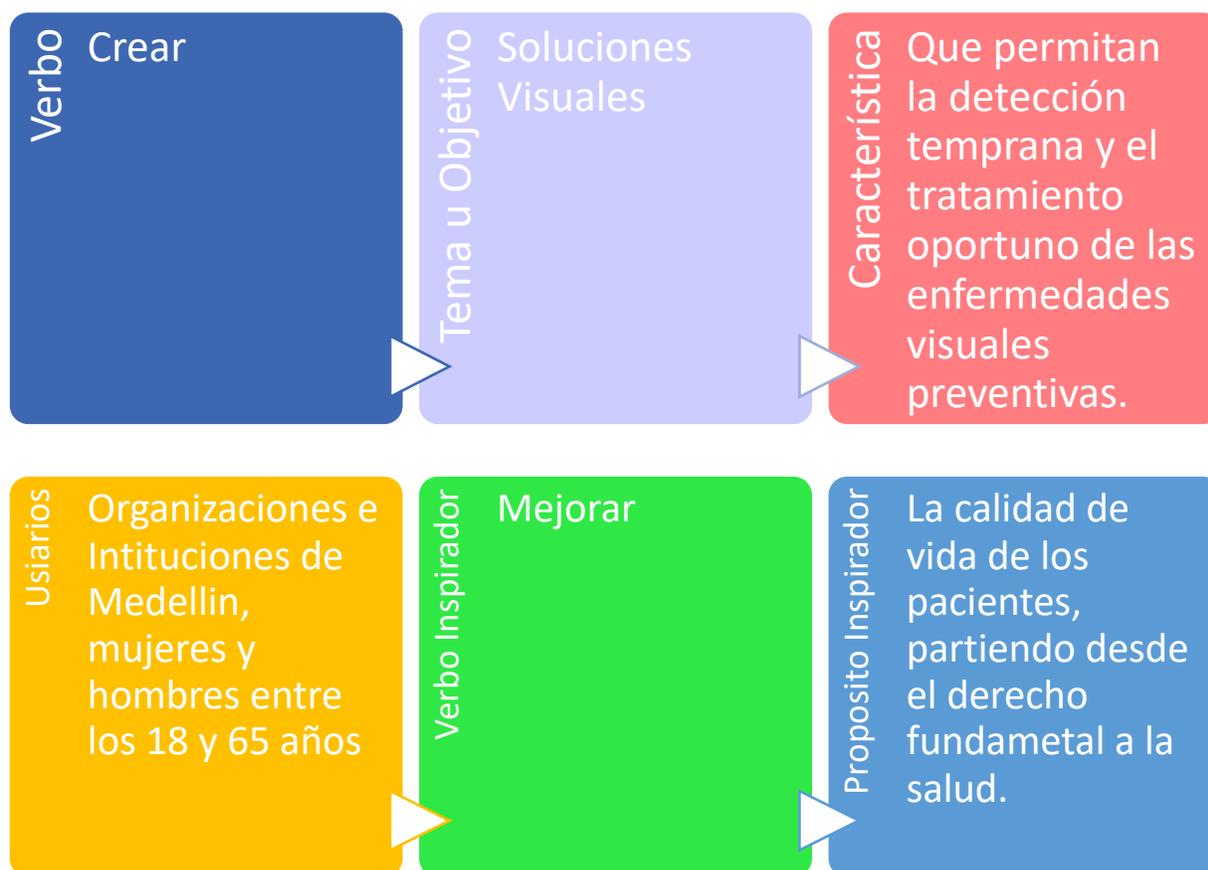
**Grafico 1. Esquema para estructura de la Idea.**

¿Cuál es el Producto o Servicio?	Mi emprendimiento es una mezcla de servicio + producto, consiste en buscar alianzas con compañías para realizar ferias de salud visual para sus colaboradores, ofreciendo el servicio de consulta de optometría los lentes y las monturas para realizar la formula.
¿Quién es el cliente Potencial?	Colaboradores de las diferentes organizaciones y su núcleo familiar.
¿Cómo funcionaría el Producto o Servicio?	Tendríamos un consultorio móvil, que se adapte a espacios pequeños, pero cumpliendo con todos los requisitos del ministerio de salud, para cumplir con las especificaciones técnicas para la prestación del servicio.
¿Por qué lo preferirían?	Por la accesibilidad al servicio, la calidad en el trabajo y la cercanía en el entorno de los pacientes, ya que se evitaría el desplazamiento hasta los centros ópticos.

Fuente: Elaboración Propia, desde el análisis de mercado meta

¿Como lograr la disminución de las enfermedades degenerativas de la visión en la población de Medellín, por causa de la falta de atención, detección y tratamiento de enfermedades visuales preventivas? Ver, (**Grafico 2. Solución de Negocio**)

**Grafico 2. Solución de Negocio**



Fuente: Elaboración propia

## 4 Innovación

### 4.1 Alternativas de mi Idea de Negocio

Alternativa Social sin ánimo de Lucro: Buscar promoción del ministerio de salud para lograr los resultados de la Visión organizacional que busca abordar dos dimensiones transversales, mediante la atención de poblaciones vulnerables, (PDSP, 2012 – 2019).

Alternativa de Alianza con el estado y los entes privados, que permitan una sinergia en la aplicación de las políticas públicas, especialmente es problemas de la salud visual, garantizando la aplicabilidad de las estrategias como **salud visual 2020** y La estrategia **si veo bien aprendo bien**.

Trabajar de manera privada como ente promotor en la prevención de enfermedades No transmisibles que conlleven a una vida saludable al mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes del común.

Llegar mediante los recursos tecnológicos a los municipios con más déficit de servicios en salud, desarrollando e instalando una aplicación que permita un autoexamen de diagnóstico en las escuelas rurales, con el fin de detectar las enfermedades visuales mas comunes que se presentan en los niños y las familias que trabajan en el campo colombiano.

### 4.2 Organizaciones que trabajan por el mismo problema que se está presentando (Competencia).

La empresa que atienden problemas relacionados con la salud visual en este momento son muy tradicionales, esto quiere decir que su desarrollo económico esta basado en un consultorio médico fijo geográficamente y un stand de lentes y monturas también ubicado en algunas zonas geográficas estratégicas, el mayor acercamiento que estas compañías han realizado es ofrecer a las organizaciones bonos de descuento para empleados.

Una ciudad que lleva un poco mas avanzado el análisis de los problemas de la salud visual es barranquilla, allí encuentro una brecha importante en la toma de estrategias para Medellín, ya que debemos apersonarnos de este problema de Salud, debido a que las estadísticas del análisis realizado por el ministerio de salud en el 2016, muestra que Antioquia como Región ocupa en la mayoría de los casos el primero y segundo lugar de presencia de enfermedades asociadas a las patologías visuales.

### 4.3 Alternativa de mi idea de Negocio frente a la Competencia.

Según este análisis preliminar puedo ver que se encuentran muchas oportunidades de crecimiento frente a la competencia, ya que mi idea de negocio presenta una apertura a los cambios del mercado, acercándome más al Prosumidor de hoy, que quiere día a día estar mas informado, se apasiona por las compañías que buscan y le demuestran cercanía y personalización de los servicios.

Adicional a esto mi idea de negocio va muy en línea con los objetivos del PDSP 2012-2021 que aborda la salud desde las enfermedades crónicas no transmisibles que se pueden mitigar, que busca identificar también los planes de acción en cuanto a Salud en el ámbito Laboral, hablando de una dimensión saludable.

Según el Ministerio de Salud y Protección Social y la Organización Panamericana de Salud, (2016), Análisis de situación visual en Colombia 2016 (convenio 519 de 2015), No es lo mismo inequidades en salud que inequidades en la atención en salud. “La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”, por tal motivo buscamos identificarnos con esta búsqueda integral que rompa con las barreras de acceso que actualmente encontramos en los servicios de Salud, buscando la atención ocular centrada en las personas y en los escenarios donde estas interactúan (Familiar, Escolar, Organizaciones, Instituciones).

## 5 Fuerzas de la Industria

### 5.1 Contextualización de la Empresa:

**Glasses Time**, es una empresa de comercio al por menor de equipo óptico, cuyo fin es prestar un servicio de salud visual en el ámbito empresarial, clasificada según la Dian de la siguiente Forma:

**Tabla 6.** *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 3.1 Adaptada para Colombia*

<b>Código:</b> 524
<b>Rango:</b> 5241 - 5249
<b>División:</b> COMERCIO AL POR MENOR, EXCEPTO EL COMERCIO DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS; REPARACIÓN DE EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMÉSTICOS
<b>Grupo:</b> COMERCIO AL POR MENOR DE OTROS NUEVOS PRODUCTOS DE CONSUMO, EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS
<b>Clase:</b> 5246
<b>Descripción:</b> Comercio al por menor de equipo óptico y de precisión, en establecimientos especializados
<b>Esta clase incluye:</b>
El comercio al por menor de instrumentos para cálculos y medición de longitudes (micrómetros y calibres), lentes, prismas, gafas y artículos análogos, binóculos, etc. También se incluyen las actividades de las ópticas.

Fuente: (DANE, 2020, pág. 70)

## 5.2 Análisis de la Demanda

**Mercado potencial:** El mercado Potencial corresponde a 2.372.330, son mujeres personas en la ciudad de Medellín, tal como se evidencia en la siguiente tabla correspondiente al censo poblacional del 2018, de los cuales 1115.273 son hombres y 1257.067 son Mujeres.

**Tabla 7.** Reporte general de Personas en los municipios del Valle de Aburrá - CNPV 2018 y CG 2005

Entidad Territorial	Total Personas censadas		Total Personas censadas en Hogares particulares		Total Personas censadas en LEA	
	CNPV 2018	CNPV 2005	CNPV 2018	CNPV 2005	CNPV 2018	CNPV 2005
Colombia	44.164.417	41.468.384	43.835.324	41.174.853	329.093	293.531
Antioquia	5.974.788	5.601.507	5.931.492	5.562.812	43.296	38.695
Medellín	2.372.330	2.219.861	2.359.801	2.208.077	12.529	11.784
Barbosa	44.757	42.547	44.621	42.257	136	290
Bello	481.901	373.013	477.660	367.674	4.241	5.339
Caldas	76.260	68.157	75.971	67.770	289	387
Copacabana	76.479	61.421	76.078	61.144	401	277
Envigado	212.437	175.337	211.558	174.429	879	908
Girardota	49.045	42.818	48.310	42.544	735	274
Itagüí	263.332	235.567	261.576	234.277	1.756	1.290
La Estrella	67.881	52.763	67.002	51.878	879	885
Sabaneta	81.797	44.874	81.630	44.599	167	275
<b>Valle de Aburrá</b>	<b>3.726.219</b>	<b>3.316.358</b>	<b>3.704.207</b>	<b>3.294.649</b>	<b>22.012</b>	<b>21.709</b>

Fuente: (DANE, 2018)

**Mercado Disponible:** el mercado potencial corresponde a 1035.522 el cual corresponde al 43.65% de personas que tienen ingresos y podrían eventualmente adquirir mi producto y/o servicio, como se muestra en la siguiente (**Grafico 3.**Distribución de la Población según la actividad y Ocupación).

**Grafico 3.**Distribución de la Población según la actividad y Ocupación



Fuente: (DANE, 2018)

Analizando el informe Año Móvil, del ultimo trimestre (**Tabla 8. Resumen Indicadores Medellín Junio-Agosto**), el mercado potencial es un poco mas amplio que en el 2018 el cual habla de 1.547.000. con una tasa poblacional de ocupación del 47,8 % respecto al 2018 que era de 43,65%.

**Tabla 8. Resumen Indicadores Medellín Junio-Agosto**

Indicador	Junio - agosto 2019		Junio - agosto 2020	
	Total Nacional	Medellín AM	Total Nacional	Medellín AM
TGP (%)	63,1	64,5	57,7	61,8
TO (%)	56,6	56,4	46,8	47,8
TD (%)	10,3	12,6	18,9	22,6
OCUPADOS (MILES)	22.291	1.800	18.675	1.547
DESOCUPADOS (MILES)	2.564	261	4.352	452
INACTIVOS (MILES)	14.521	1.134	16.849	1.235

Fuente: (DANE, 2020)

**Mercado Disponible Calificado:** Teniendo como base la Morbilidad atendida por consulta de enfermedades de los ojos en el 2009-2014 se evidencia que Antioquia es el segundo departamento con mayor índice de atenciones con un promedio total de patologías del 13,7%, lo cual nos indica que tenemos aproximadamente 325.009 personas que acuden a su seguridad Social por esta Consulta. (**Tabla 9. Proporción de Atenciones por enfermedades de los ojos por departamento en Colombia 2009-2014**).

**Tabla 9. Proporción de Atenciones por enfermedades de los ojos por departamento en Colombia 2009-2014**

Departamento	Defectos Refractivos	Ambliopía	Catarata	Glaucoma	Ceguera de Ambos ojos	Retinopatía diabética	Retinopatía hipertensiva	Retinopatía de la prematuréz	Toxoplasmosis
Bogotá, D.C.	37,36	36,78	15,46	18,13	12,58	20,65	36,68	36,68	10,54
Antioquia	15,89	10,82	11,22	15,85	8,31	16,83	15,46	15,46	14,07
Cundinamarca	4,91	4,87	4,48	4,43	3,35	6,90	7,30	7,30	3,18
Santander	4,67	2,58	4,99	5,66	8,12	4,56	2,51	2,51	3,22
Valle	4,45	8,75	14,48	15,27	13,03	18,07	10,27	10,27	11,40
Nariño	4,34	7,42	3,10	2,53	4,03	4,45	7,75	7,75	2,79
Atlántico	3,38	1,35	6,71	5,28	6,62	3,75	0,64	0,64	0,89
Boyacá	3,20	4,29	2,42	2,06	2,14	1,43	1,81	1,81	3,95
Bolívar	2,60	1,05	4,72	3,59	5,93	1,37	1,12	1,12	1,59
Tolima	2,34	2,14	3,83	3,21	2,61	3,05	1,57	1,57	2,83
Risaralda	2,29	2,90	2,09	2,08	1,84	1,09	1,15	1,15	1,16
Meta	2,23	1,38	1,16	0,88	1,55	0,76	1,06	1,06	2,67
Norte de Santander	2,22	3,40	2,80	3,46	3,51	4,51	1,40	1,40	3,84
Caldas	1,74	1,78	1,97	2,11	1,27	1,14	2,21	2,21	1,05
Huila	1,60	2,43	3,26	1,31	4,39	1,74	0,68	0,68	25,39
Cauca	1,14	2,17	2,06	2,57	1,18	2,97	4,16	4,16	1,01
Córdoba	1,00	0,88	5,50	3,17	1,91	1,75	1,34	1,34	2,91
Cesar	0,82	1,08	2,21	1,85	3,73	0,59	0,33	0,33	1,43
Magdalena	0,77	0,85	1,79	1,31	3,32	0,59	0,34	0,34	0,66
Quindío	0,83	1,36	1,03	1,31	1,09	1,33	0,76	0,76	1,43
Sucre	0,51	0,32	1,70	1,26	1,78	0,83	0,44	0,44	0,70
La Guajira	0,47	0,32	0,87	0,77	1,97	0,27	0,12	0,12	0,35
Putumayo	0,44	0,45	0,34	0,25	0,98	0,25	0,26	0,26	1,05
Caquetá	0,43	0,64	0,86	0,55	2,29	0,52	0,14	0,14	0,74
Arauca	0,25	0,16	0,31	0,37	0,45	0,29	0,08	0,08	0,47
Casanare	0,23	0,20	0,20	0,18	1,23	0,11	0,16	0,16	0,19
Chocó	0,11	0,07	0,15	0,36	0,11	0,10	0,10	0,10	0,04
Guaviare	0,08	0,08	0,10	0,06	0,31	0,03	0,08	0,08	0,16
Amazonas	0,05	0,03	0,04	0,04	0,12	0,04	0,02	0,02	0,04
Michada	0,02	0,03	0,04	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,04
Guainía	0,01	0,03	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,04
San Andrés	0,01	0,01	0,07	0,06	0,23	0,01	0,02	0,02	0,19
Vaupés	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Minisalud, Análisis de la salud Visual en Colombia 2016

**Mercado Meta:** Hombres y Mujeres entre los 20 y 59 años de edad, activos laboralmente, que presenten enfermedades visuales o que quieran prevenir estas a futuro, 13.040, la cuales se halló tomando la totalidad de habitantes de Medellín, multiplicándolo por la cantidad de personas que generan ingresos, luego determinamos el numero de personas que consultan patologías oculares y finalmente tomamos el porcentaje total de régimen contributivo para determinar la muestra de nuestro mercado Meta, (**Tabla 10.** Muestra del mercado Meta).

**Tabla 10.** Muestra del mercado Meta

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	MUESTRA
Población Medellín Comunas 14,15 y 16.		237.935
Porcentaje Tasa de Ocupación	47,80%	113.733
Porcentaje de Patologías de los Ojos	13,70%	15.581
Porcentaje de Régimen contributivo en Medellín	83,69%	13.040

Fuente: Propia, mediante recopilación e investigación de datos del Dane, Minsalud y Alcaldía de Medellín

**Grafico 4.** Distribución geográfica de las comunas en Medellín (Alcaldía Medellín, 2020)



Fuente: Alcaldía de Medellín, Total Comunas, Perfil demográfico 2016-2020

### 5.3 Análisis de la Oferta

Actualmente la oferta de productos ópticos en la ciudad es bastante amplia, la mayoría de estas ofertas corresponde en un 80% a pequeñas cadenas independientes de Ópticas, por ejemplo,

Vamos donde este tu mirada, 20 Noviembre de 2020

Organización Santa Lucia, Servioftalmos, Oftalmosanitas, Clínica Clofan, Clínica de oftalmología San Diego, CEO Medellín, ópticas Kino, etc., Solo el 5% a multinacionales, Grand Visión- La Fam, Multiópticas-GMO, Opticalia Colombia. **Revista la Nota (2020), Ranking 2019 ópticas y oftalmología de Colombia.**

La cantidad de ópticas en la ciudad es bastante, sin embargo muy pocas ofrecen un servicio a domicilio y las que lo ofrecen lo hacen a un costo considerable.

**Tabla 11.** Cuadro comparativo de Competidores con servicios similares

Nombre Del Vendedor	Producto	Precio	Servicio	Ubicación
Santa Lucia	Consulta Lentes Monturas Lentes de Contacto Accesorios, Lubricantes, Medicamentos Soluciones	Los precios Oscilan desde \$ 2.521 hasta \$ 2.768.067	Asesoría, confianza y calidad en el servicio al ser una empresa Tradicional	27 Locales en Toda La ciudad
GMO	Consulta Lentes Monturas Lentes de Contacto Accesorios, Lubricantes, Soluciones	Los precios Oscilan desde \$ 70.000 hasta \$ 1.490.000	Gafas de moda, deporte y lujo. Estándares técnicos y estéticos, además de una amplia variedad de marcas	12 Tiendas ubicadas en los centros comerciales y los lugares más prestigiosos de la ciudad
Ópticas Kino	Consulta Lentes Monturas Lentes de Contacto Accesorios, Lubricantes, Soluciones	Los precios Oscilan desde \$ 55.000 hasta \$ 980.000	Servicios de consulta básica, con precios acequibles	8 sedes, locales ubicados en los puntos de alto tráfico.

**Fuente:** Propia, mediante la investigación de la competencia.

#### 5.4 Análisis de los Proveedores:

##### Como proveedor principal

##### Laboratorio de Lentes:

Serviopticas: Laboratorio Líder en el país, fundado desde 1982, con una localización Geográfica a Nivel Nacional, con todos los estándares y regulaciones vigentes con certificación ISO 9001 del 2008.

Visión Lab: Experiencia con entidades prestadoras de Salud, más de 50 años en Colombia

##### Monturas:

Miraflex: Diseña, fabrica y comercializa Monturas calidad y presencia a nivel nacional e Internacional.

Luxotica: Empresa de Importación de Monturas con sedes a Nivel Mundial, experiencia en el mercado.

Worlds Visión

## 6 Segmentación de Mercado

### 6.1 Bondades del Servicio que proporcionamos

1. Servicios ópticos Móviles.
2. Reducción de tiempos de desplazamiento para el paciente
3. Facilidad de Pagos en los servicios adquiridos
4. Convenios directamente con empresas aliadas
5. Consulta Personalizada
6. Cotización Justa del Servicio
7. Garantía en los trabajos ópticos
8. Convenios corporativos de revisiones oftalmológicas de manera periódica (Cambio de formula y seguimiento al tratamiento)
9. Mejor desempeño en las funciones cotidiana de los pacientes, formulación de acuerdo al ambiente laboral del paciente.
10. Vamos donde este el paciente
11. Realización de campañas visuales de manera periódica
12. Descuentos para el núcleo familiar
13. Lentes al Alcance de Todos
14. Si presentan novedades en los exámenes de ingreso por novedades en la visión pueden solicitar las gafas con nosotros
15. Precisión en la toma de medidas
16. Cambio de monturas Viejas
17. Trabajos en Menor Tiempo

## 6.2 Ejercicio Buyer

	<p><b>Miedos, Frustraciones y Ansiedades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No ver bien</li> <li>• No pasar el examen de ingreso después de vacaciones, ingreso a un nuevo trabajo, etc.</li> <li>• Cotizaciones Costosas</li> <li>• Productos de baja Calidad</li> <li>• Productos que no tienen garantía</li> <li>• Demora en la Entrega del trabajo</li> <li>• Perdí mis lentes</li> <li>• Se daño solo una parte de la montura</li> </ul>	<p><b>Desea, Necesita, Anhela y Sueña</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar Su Visión</li> <li>• Mejor productividad</li> <li>• Verse bien y cuidar sus ojos</li> <li>• Evitar las enfermedades en la adultez</li> <li>• No Tener miedo a sentarse en la ultima silla del auditorio</li> </ul>
<p><b>Demográficos y Geográficos</b>          Hombres y Mujeres          Edad 20 a 54 años          Activos laboralmente          Clientes Corporativos Ubicados en las Comunas 14, 15 y 16 de Medellín          Ingresos superiores a un salario Mínimo.          Operarios, administrativos y ejecutivos</p>	<p><b>¿Qué están tratando de hacer y por qué?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les motiva la Moda, consultan en Internet todo.</li> <li>• Van a sus ópticas tradicionales cuando les queda tiempo para revisar su visión.</li> <li>• Solicitan cita de medicina general en la EPS para que los remitan revisión ocular.</li> <li>• Cotizan formulas en diferentes lugares porque sienten que hay partes donde les cobran mas por el trabajo</li> </ul>	<p><b>¿Cómo alcanzan esas Metas hoy?</b>  <b>¿Hay alguna barrera en su caminó?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se dirigen a las ópticas que tienen atención presencial.</li> <li>• No van por tiempo.</li> <li>• Se toman el examen en la EPS y no mandan a hacer las formulas.</li> </ul>
<p><b>Frasas que Mejor describen sus experiencias.</b>          Me gustaron mis gafas, Siento que veo diferente con estas gafas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesito cambiar estas gafas que ya siento que no veo igual</li> <li>• No tengo tiempo de ir a cambiar mis lentes</li> <li>• La formula no quedo bien</li> <li>• Finalmente, no me gusto el material de mis lentes</li> </ul>	
<p><b>¿Existen Otros Factores que deberíamos tener en cuenta?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los clientes desean no tener que quitarse las gafas</li> <li>• Que no se ensuciaran los lentes</li> </ul>	

Fuente: Propia, 2020

Vamos donde este tu mirada, 20 Noviembre de 2020

### **6.3 Personas similares a mi cliente ideal**

Encuentro personas similares a mi cliente ideal en organizaciones que busquen el desarrollo de sus empleados promover el buen clima laboral, que quieran brindar beneficios adicionales y que considere a sus colaboradores parte indispensable en el desarrollo de sus procesos productivos y por tal motivo promuevan el autocuidado y que se enamoren de la compañía para la que trabaja por ejemplo Bancolombia, Cámara de Comercio de Medellín, Inversiones Euro, Servientrega, Vaquitas Express, Altipal, Nestle, Epm, Alcaldía de Medellín, Natura, etc.

### **6.4 Valores destacan a mi cliente ideal:**

- Compromiso
- Disciplina
- Constancia
- Entrega
- Dedicación
- Responsabilidad

### **6.5 Entorno de mi cliente durante la semana:**

Compañeros de trabajo, comparte ideas, tiene reuniones, debe presentar informes, constantemente debe realizar tareas propias del área.

### **6.6 Necesidades más urgentes de mi cliente ideal:**

Mejorar su Visión

Protegerse del exceso de la tecnología en esta época de trabajo virtual

Mejorar su calidad de vida

### **6.7 Definición del mercado Potencial**

Mi servicio está dirigido hacia el cliente y al consumidor ya que es un negocio B2B, Consumidor, está definido en personas entre los 15 y los 54 años activas laboralmente mediante un contrato de trabajo, que no tienen tiempo para dirigirse a tomar los servicios ópticos en las tiendas tradicionales, que requieran facilidad y comodidad en los pagos del producto y servicio, que busquen unas cotizaciones justas, consumidores comprometidos, contantes, disciplinados y apasionados en las labores que desempeñan a diario. Con problemas de Visión, miedo de no pasar el examen de ingreso a la compañía, busquen mejorar o actualizar sus formulas y que general busquen facilidades en el acceso de servicios ópticos.

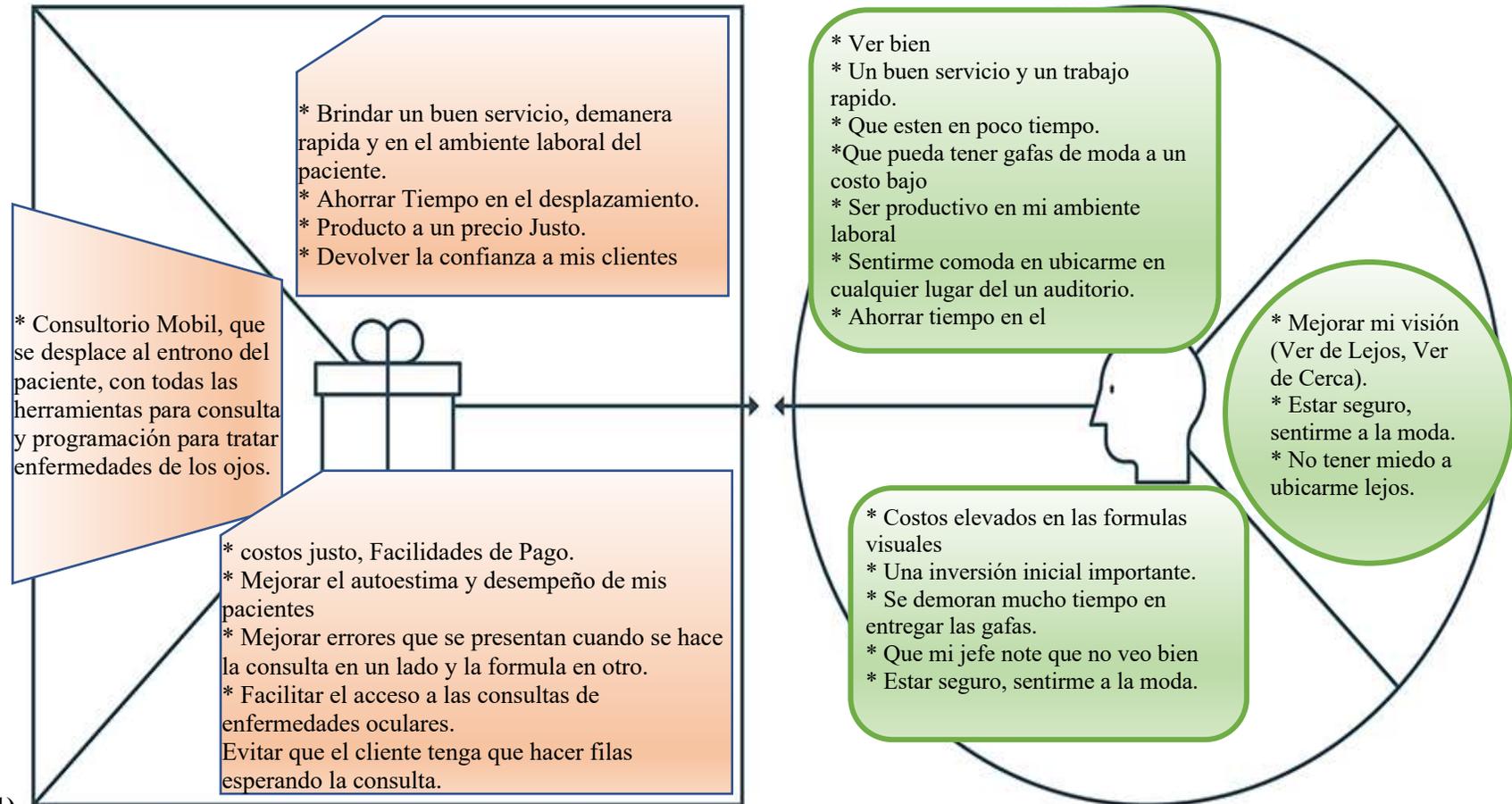
Cliente: son todas aquellas organizaciones que se preocupan por los colaboradores con los cuales trabajan que busquen el desarrollo de los empleados promover un buen clima laboral que las empresas enamoren de ellos que su activo más importante sean las personas y que busquen



constantemente impulsar el autocuidado en su personal interno. Que adicional a cumplir con las condiciones laborales en Colombia promuevan incentivos y beneficios adicionales que retengan las personas dentro de la compañía.

- 7 **Propuesta de Valor**, Busca definir de manera clara y concisa, mediante un ejercicio visual lo que nos diferencia de nuestros competidores, por que somos innovadores, busca responder la pregunta: ¿teniendo en cuenta que hay muchos competidores que ofrecen productos sustitutos por que creemos que los consumidores van a preferir nuestro producto y/o servicio?

**Perfil del Cliente**, agrupa de la manera más estructurada y detallada posible las tareas, frustraciones y alegrías de un segmento de clientes, (Alexander Osterwalder, 2015, pág.

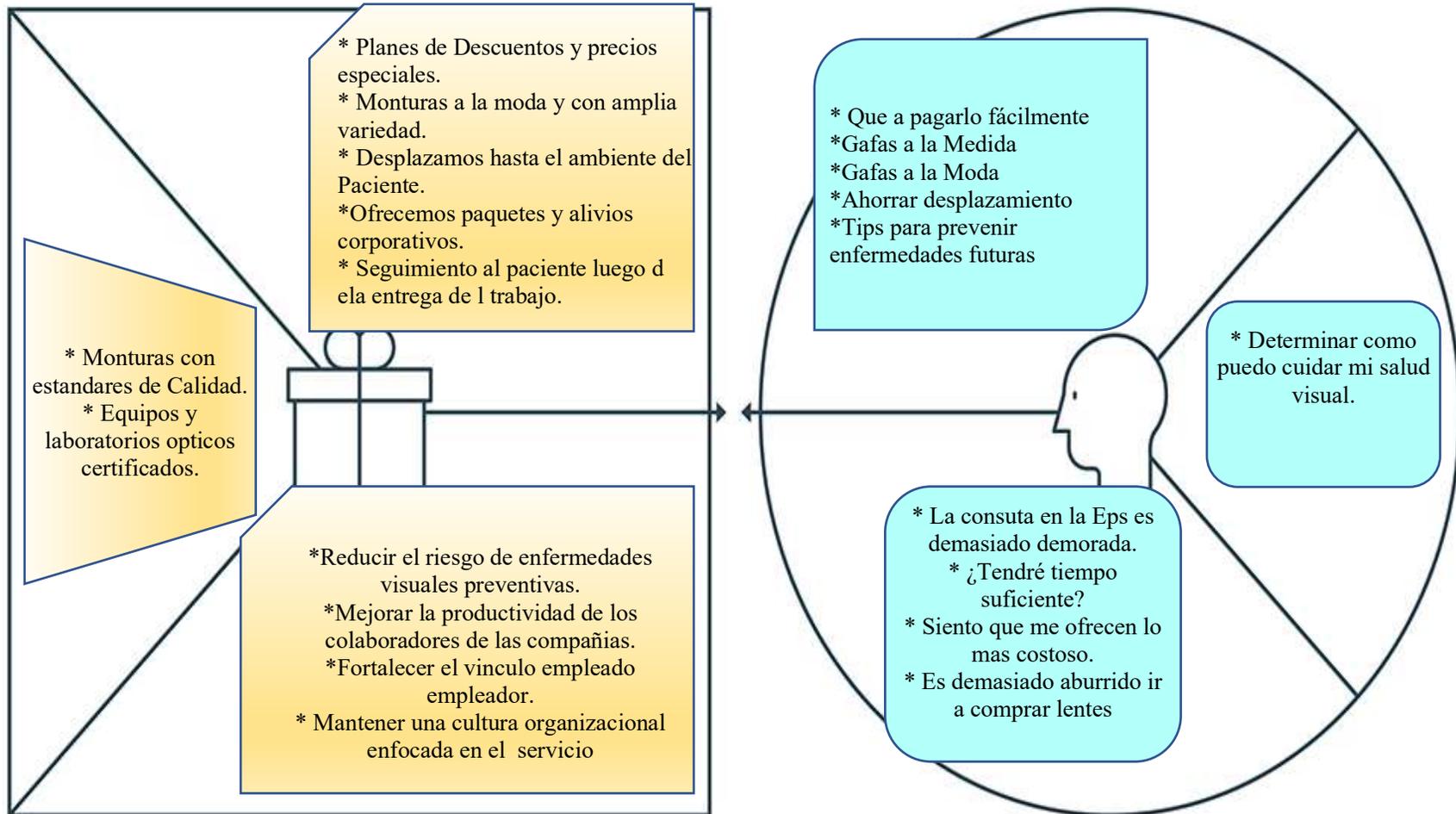


1).

**Fuente:** Propia, 2020

**Propuesta de Valor:** Vamos donde este tu mirada.

**7.1 Mapa de Valor:** describe las características de una propuesta de valor específica de un modelo de negocio. Está compuesto por productos y servicios, aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías (Alexander Osterwalder, 2015, pág. 1).



Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I, 2020

## 8 Diseño del Producto

### 8.1 Ficha Técnica

**Grafico 5.** Esquema de Ficha tecnica del servicio

<b>GLASES TIME</b>
Consultorio Móvil o Flotante, con optómetra y 2 asesores de ventas, cuyo fin es detectar problemas de la visión y brindar servicios de optometría para todas aquellas personas que requieren gafas o lentes
El examen es totalmente gratis cuando mandan a hacer sus gafas con nosotros. *Tenemos plan de recambio para las personas que realizan renovación de formula. *Descuentos del 15 % para compañías con mas de 20 trabajos Visuales. * Se puede incluir el núcleo familiar del empleado. * Facilidades de Pago sin intereses ni costos adicionales por un máximo de 3 meses en nominas quincenales y 4 meses en Nominas Mensuales.
Monturas en Titanio, Plástico, Berilio, Metal etc. Lentes en Policarbonato, Trivex
El servicio se presta en un consultorio móvil armable, adaptable a un área de 2,20 x 2, 90 metros. El cual incluye dos divisiones, una para consultorio medico y una para stand de ventas.
<b>Elaboró:</b> Leydi Barrueto

### 8.2 Ciclo de Vida

Mi Producto y Servicio se encuentra en etapa de Lanzamiento, es una idea que se ha venido o planteando al evidenciar las necesidades del mercado de la ciudad de Medellín, principalmente en las comunas Poblado, belén y Guayabal, donde se encuentra concentrada gran parte de las industrias de la ciudad.

Como no se ha realizado la Introducción, aun no tenemos ventas y tenemos alto grado de incertidumbre por la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento

## 9 Precio de Venta

### 9.1 Definición estratégica:

Las resoluciones, decretos y leyes que impactan de alguna forma la actividad económica en la que se desenvuelve la idea de negocio:

- Constitución Política de 1991, “Derechos fundamentales, Derecho a la Salud”
- Resolución 412 del 2000, Norma técnica para detección de alteraciones de agudeza visual, la importancia de prevenir enfermedades que afecten la vejes saludable de la población colombiana.
- Resolución 445 de 2006, Colombia, Visión 2020 “derecho a la visión”. Proyecto visión que plantea objetivos y recursos para mejorar la visión Colombia.

- Resolución 1841 de 2013, “en el 2021 contar con al menos un nodo de investigación por región, que permita la construcción de una agenda para el estudio de los determinantes sociales de la salud vocal, visual y auditiva”.
- Resolución 5592 de 2015 “Inclusión de la consulta por primera vez en optometría a todos los grupos de edad.... Actividades de detección temprana en cuanto a alteraciones de la agudeza visual desde edad prenatal hasta los 18 años”.

## 9.2 Diseño de concepto:

- Consultorio Móvil
- 3 sillas
- Escritorio doctor
- Computador
- Equipos para la toma de exámenes

## 9.3 Diseño en detalle:

**Grafico 6.** *Proceso de producción*



Fuente: Elaboración Propia, 2020

### **Costos de Producción:**

Consulta Medica: 15.000 pesos, mínimo 20 pacientes.

Gafas o Lentes: entre 80.000 y 800.000 dependiendo del lente, Montura y complejidad de la Formula.

### **Precio de Venta:**

Consulta Medica: 25.000 pesos, Porcentaje de Ganancia

Gafas o Lentes: entre 120.000 y 1200.000 dependiendo del lente, Montura y complejidad de la Formula.

**Tabla 12.** *Costos de Producción y Precio de Venta*

Descripción	Costos de Producción	Precio de Venta
Consulta	\$ 15.000	\$ 17.500
Trabajo sencillo	\$ 80.000	\$ 112.000
Trabajo Ejecutivo	\$ 800.000	\$ 1.120.000

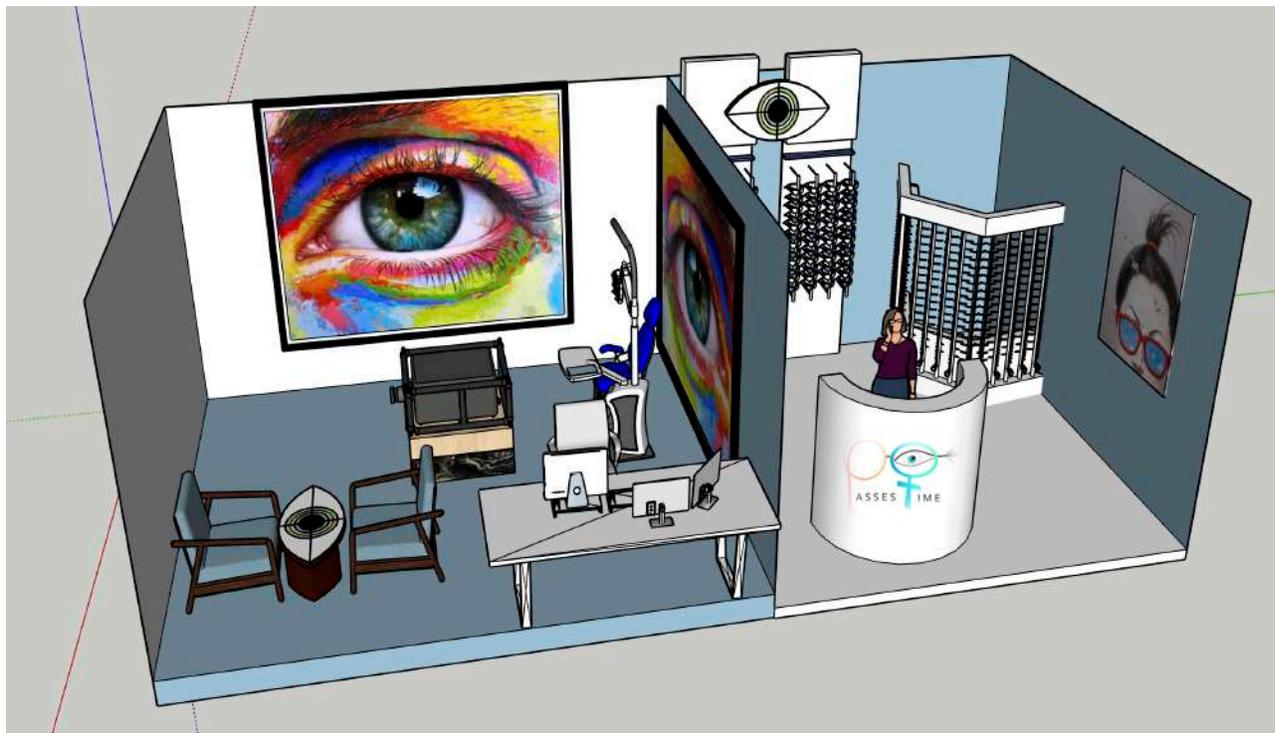
Fuente: Elaboración propia, 2020 de acuerdo al trabajo de análisis en campo.

**10 Prototipo:** Corresponde a la representación de la idea de negocio, lo mas completa posible a cerca de la ideación del servicio y producto que se pretende ofrecer.

En el link del video se detalla un poco mas la propuesta de valor y el prototipo.

<https://www.youtube.com/watch?v=-Sg3xfCvr84>

**Grafico 7.**Representación Visual (Maqueta) Consultorio Móvil de Glasses Time



Fuente: Elaboración Propia en modelado 3D (sketchup, 2020).

**11 Modelo Running Leann:** es un lienzo donde se plasma de manera recurrente el modelo de negocio, se realiza de manera escrita suponiendo características, elementos y tenemos acerca de nuestro publico de interés (stakeholder), así como las bases de costos y estructuras de ingresos que tendremos, luego deberán ser comprobadas y reformadas de ser necesario, es un lienzo donde se plasma de manera recurrente el modelo de negocio.

*Grafico 8. Modelo Running Lean aplicado al Modelo de Negocio Galses Time.*

PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPUESTA DE VALOR ÚNICA	VENTAJA INJUSTA	SEGMENTO DE CLIENTES
<p>Mejorar la visión de las personas que no tienen tiempo y dinero para acudir al optómetra tradicional.</p> <p>Reducir el riesgo de enfermedades visuales a través de la prevención.</p> <p>Contribuir con la mejora en la productividad laboral.</p>	<p>Facilidad de acceso al servicio visual para el cliente.</p> <p>La búsqueda será en el entorno laboral de los clientes mediante alianzas con sus empleadores como valor agregado.</p> <p>Aportar valor a las organizaciones mediante la contribución al bienestar laboral.</p>	<p>Brindamos soluciones Visuales Móviles, nos desplazamos su empresa, en búsqueda de mejorar la productividad de sus empleados que NO tienen tiempo, facilidad o acceso para visitar el optómetra.</p>	<p>Relaciones:</p> <p><b>Comunidad Web:</b> Asistencia personal Contenidos novedosos Creación de contenido en alianza con entidades (fondos de empleados, cooperativas, etc.)</p> <p><b>Comunidad Físico:</b> Acompañamiento constante Planes familiares para empleados antiguos. Todos los servicios en el menor tiempo posible Sujetos al calendario del cliente</p>	<p>Hombres y Mujeres Edad 20 a 54 años Activos laboralmente Clientes Corporativos Ubicados en las Comunas 14, 15 y 16 de Medellín Ingresos superiores a un salario Mínimo. Operarios, administrativos y ejecutivos</p>
	<p><b>METRICAS CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Número de Clientes Nuevos al Mes</li> <li>* Referidos por Recomendación de nuestros clientes actuales.</li> <li>* Visitas a Nuestras redes sociales</li> </ul>		<p><b>CANALES</b></p> <p>Distribución Directa, vamos en búsqueda del cliente.</p>	

ESTRUCTURA DE COSTOS	FUENTES DE INGRESOS
<p>* Materialización del Prototipo Móvil + Exhibidores y plafones \$ 3.000.000</p> <p>* Compra de Equipo médicos (Pupilómetro, caja de pruebas, montura de pruebas, cartilla de optotipos, proyector, retinoscopio, oftalmoscopio directo, oftalmoscopio indirecto, foróptero, lámpara de hendidura, queratómetro de javal, queratómetro de Helmholtz, lensometro, tonómetro (Optometría, 2011) \$15.000.000 aprox.</p> <p>* Equipo de Computo 1.500.000</p> <p>*Optómetra \$ 300.000 (4 Horas)</p> <p>*Asesor de Ventas 20.000 (4 Horas)</p> <p>*Otros: (Publicidad, otros gastos) 3.000.000</p> <p>Gastos Totales aprox: 22.800.000</p>	<p>* Venta Directa</p> <p>*Inicialmente se cobrará 17,500 pesos por consulta.</p> <p>*Si el cliente realiza el trabajo de lentes y montura inmediatamente el valor de la consulta se abona al trabajo final, los trabajos oscilan entre 112,000 y 1.200.000 dependiendo del lente o la montura que dice el cliente.</p>

Fuente: Aplicación a mi proyecto de Customer Development de Steve Blank (Guerra, 2019).

## 12 Validación de Ideas de Negocios.

### 12.1 Objetivo de la Investigación

Evaluar la viabilidad de la problemática descrita en este modelo de negocio, a través de una encuesta que me permita conocer un poco más las necesidades de mi cliente potencial.

### 12.2 Tipo de Investigación

De acuerdo al análisis que se requiere del cliente potencial, se realizará una investigación exploratoria con el fin de comprobar hipótesis a través de datos estadísticos obtenidos por medio de una encuesta con un enfoque cuantitativo.

### 12.3 Tamaño de la muestra

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. (Hernández-Sampieri, 2017, pág. 175)

Hombres y Mujeres, de la ciudad de Medellín, que trabajen en las comunas 14,15 y 16 con edades entre 18 y 59 años, el tamaño de la población son 13.040 personas, y el tamaño de la muestra son 117 personas, que corresponden al % de la población .

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

$n$  = tamaño de muestra.

$N$  = tamaño de la población o universo.

$Z$  = Parámetro estadístico que depende del Nivel Confianza NC.

$e$  = error de estimación máximo aceptado.

$p$  = probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

$q$  = (1- $p$ ) = probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

**Grafico 9.** *Calculo del tamaño de la Muestra*

### CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA

Parametro	Insertar Valor
<b>N</b>	13.040
<b>Z</b>	1,960
<b>P</b>	50,00%
<b>Q</b>	50,00%
<b>e</b>	9,00%

Tamaño de  
muestra

"n" =

**117,51**

Fuente: Elaboración Propia

## 12.4 Hipótesis

- Se cree que los clientes potenciales necesitan soluciones visuales dentro de su entorno laboral, ya que no tienen tiempo para desplazarse a los servicios ópticos tradicionales.
- Se cree que los clientes potenciales se preocupan por reducir el riesgo de enfermedades visuales a través de la prevención, por tal motivo estarían dispuestos a pagar por nuestro Servicio.

## 12.5 Encuesta

1. Sexo
  - a) Femenino
  - b) Masculino
2. Edad
  - a) Entre 18 y 25 años
  - b) Entre 26 y 35 años
  - c) Entre 36 y 45 años
  - d) Entre 46 y 55 años
  - e) Mas de 56 años
3. ¿Actualmente en qué ocupa la mayor parte de su tiempo fuera de casa?
  - a) Trabajo
  - b) Trabajo y Estudio
4. ¿Cuántas horas semanales invierte en su trabajo?
  - a) Menos de 48 horas
  - b) Entre 49 y 54 horas
  - c) Más de 54 horas
5. ¿Con que frecuencia se realiza exámenes visuales?
  - a) Cada 1 año
  - b) Cada 2 años
  - c) Cada 3 años
  - d) Nunca lo he hecho
  - e) No recuerdo la ultima vez que me realice un chequeo.
6. ¿Cree usted que vida laboral impacta la frecuencia con la que se realiza sus chequeos de salud?
  - a) Algunas Veces
  - b) Casi siempre
  - c) Rara vez
  - d) Nunca

7. ¿Si su empresa le diera la oportunidad de tomar un examen visual dentro de su horario laboral y los costos del mismo fueran descontados por nomina, estaria interesado en el servicio?
  - a) Si
  - b) No
  
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por recibir la consulta y sus gafas o lentes en su lugar de trabajo?
  - a) Entre 100.000 y 200.000
  - b) Entre 200.001 y 400.000
  - c) Entre 500.000 y 700.000
  - d) Mas de 700.0001
  - e) No me interesa
  
9. ¿Si tuviera la facilidad de que el valor se descontará de nómina en cuantos cobros le gustaría efectuar el pago?
  - a) 2 quincenas
  - b) 3 quincenas
  - c) 4 quincenas
  
10. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen del servicio?
  - a) Simplicidad
  - b) Facilidad de Acceso
  - c) Facilidad de Pago
  - d) Atención Personalizada
  - e) Otro
  
11. ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto y servicio?
  - a) Internet
  - b) Correo electrónico
  - c) Mensaje de texto
  - d) Anuncios
  
12. ¿Cree usted que es importante reducir el riesgo de enfermedades a través de la prevención?
  - a) Si
  - b) No

### 13 Tabulación del análisis de la información:

La encuesta se realizó en la ciudad de Medellín en las comunas 14, 15 y 16, en diferentes escenarios laborales (Supermercados Euro, Empleados de Laboratorios Ecar y eficacia) a través de formulario de Google, Ver Link.

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd1oF4BeczI6QRfb2z4ZKOHcD\\_T5T8YCUzhZvE7kIqwFUB5EA/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd1oF4BeczI6QRfb2z4ZKOHcD_T5T8YCUzhZvE7kIqwFUB5EA/viewform?usp=sf_link)

**Grafico 10.** Storyboard, paso a paso del servicio



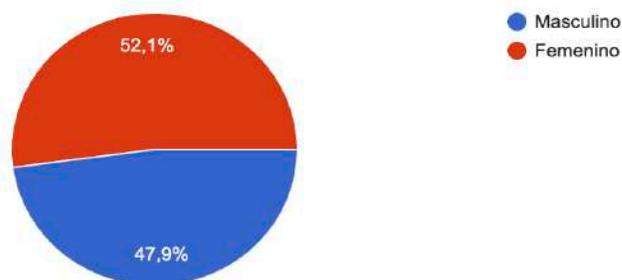
Fuente: Elaboración Propia

**Pregunta # 1:** El 52,1 % de los encuetados son hombres y el 47,9% son Mujeres

**Ilustración 1.** Resultados Encuesta, Pregunta # 1

Sexo

117 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

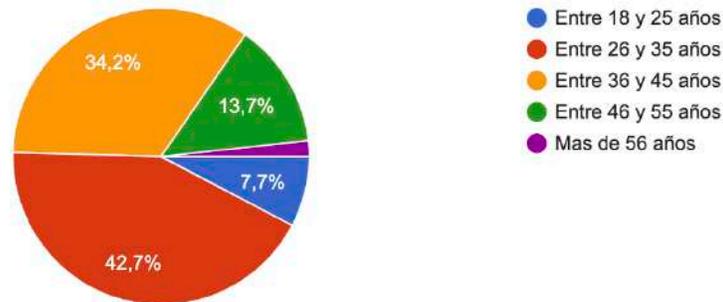
**Pregunta # 2:** la edad predominante de encuestados esta entre 26 y 35 años, seguida de las personas entre 36 y 45 años las cuales en total representan el 76,9% de la muestra, lo cual nos indica que la mayoría de nuestros posibles clientes estaría entre los 26 y 45 años. Estos datos nos

puedes orientar para determinar preferencias sobre gustos y tendencias del producto a ofrecer, también sobre el contenido y la forma de relacionamiento que podríamos utilizar a futuro si la idea fuera viable.

### Ilustración 2. Resultados Encuesta, Pregunta # 2

#### Edad

117 respuestas



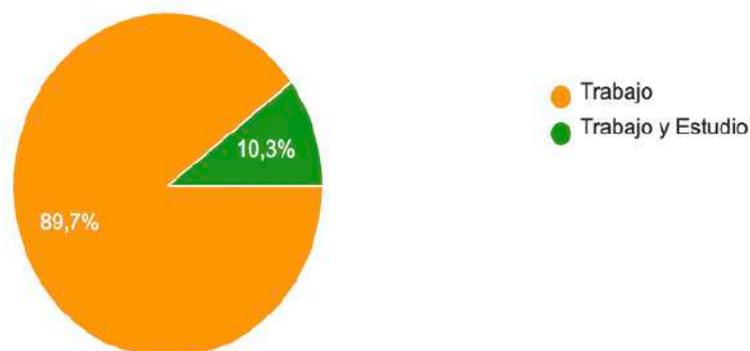
Fuente: Elaboración Propia

**Pregunta # 3:** El 89% de personas encuestadas únicamente trabajan, mientras que solo el 10,3 % estudian y trabajan, esto nos permite identificar más a profundidad las prioridades y necesidades de nuestro posible mercado.

### Ilustración 3. Resultados Encuesta, Pregunta # 3

¿Actualmente en qué ocupa la mayor parte de su tiempo fuera de casa?

117 respuestas



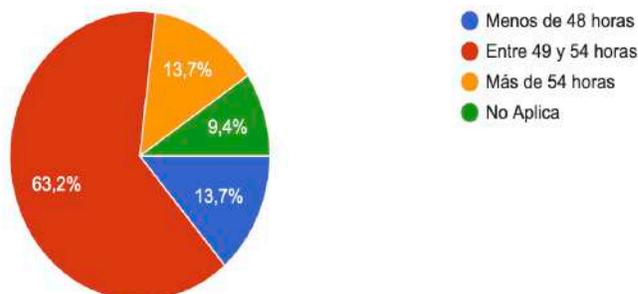
Fuente: Elaboración Propia

**Pregunta # 4:** Pudimos determinar que el 63,2 % de los encuestados permanecen entre 8 y 9 horas en su sitio de trabajo, lo cual sumado al desplazamiento que deben realizar les limita mucho el espacio que pueden dedicar a chequeos de salud.

**Ilustración 4.** Resultados Encuesta, Pregunta # 4

¿Si la respuesta anterior es SI, cuántas horas semanales invierte en su trabajo?

117 respuestas



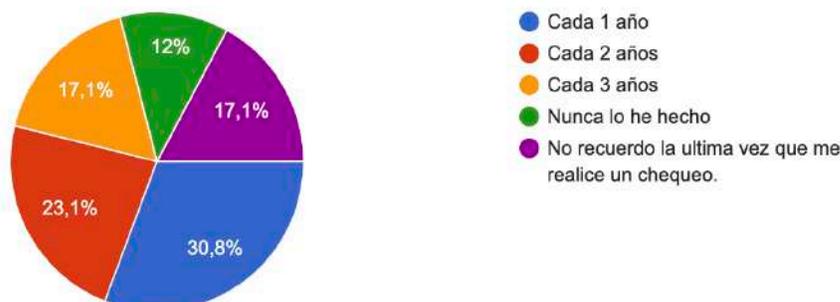
Fuente: Elaboración Propia

**Pregunta # 5:** “A medida que la población envejece y los problemas de visión aumentan, el papel de los optómetras es cada vez más importante en la detección de enfermedades de los ojos” (Clínica Clofán , 2015). Según los especialistas después de detectado una afección visual es recomendable visitar al optometra de manera periódica, “debería de ser 1 vez al año, aunque va a depender en gran medida de la necesidad visual de cada paciente”. (Óptica Imagen Veracruz, s.f.) Lo cual nos indica que la muestra realiza de manera adecuada las revisiones periódicas, sin embargo, el 62% de las personas interrogadas manifiesta realiza su consulta cada 2 o 3 años o inclusive no lo ha hecho.

**Ilustración 5.** Resultados Encuesta, Pregunta # 5

¿Con qué frecuencia se realiza exámenes visuales?

117 respuestas



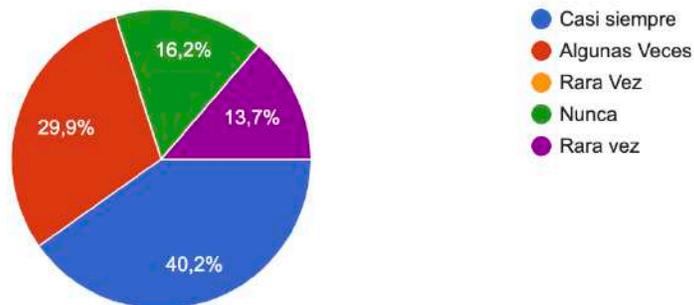
Fuente: Elaboración Propia

**Pregunta # 6:** El 70,1 % manifiestan que de alguna manera u otra casi siempre o algunas veces su trabajo interfiere con sus controles de salud, lo cual nos confirma la falta de tiempo de nuestros posibles clientes para asistir al optómetra.

**Ilustración 6.** Resultados Encuesta, Pregunta # 6

¿Cree usted que su vida laboral impacta la frecuencia con la que se realiza sus chequeos de salud?

117 respuestas



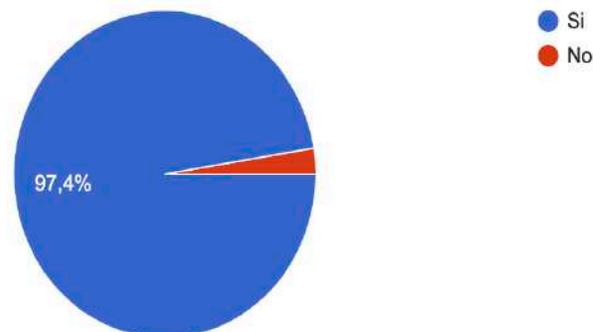
Fuente: Elaboración Propia

**Pregunta # 7:** El 97,4 % definitivamente ve favorable las consultas visuales dentro de su ámbito laboral y definitivamente estarían interesadas en tomar el servicio.

**Ilustración 7.** Resultados Encuesta, Pregunta # 7

¿Si su empresa le diera la oportunidad de tomar un examen visual dentro de su horario laboral y los costos del mismo fueran descontados por nomina, estaría interesado en el servicio?

117 respuestas



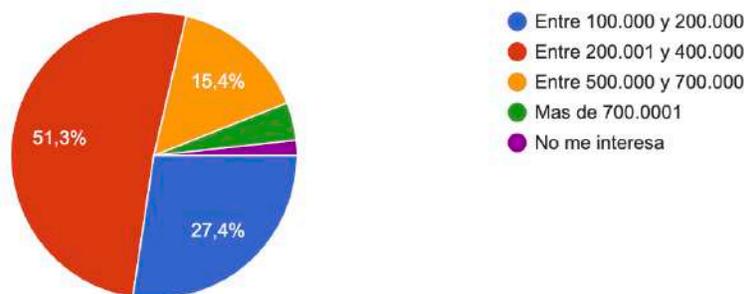
Fuente: Elaboración Propia

**Pregunta # 8:** La principal conclusión de esta pregunta es que el 94% de las personas estarían dispuestas a pagar por el servicio, adicional nos arroja una inclinación sobre el valor que pagarían por el mismo, (entre 200.001 y 400.000).

### Ilustración 8. Resultados Encuesta, Pregunta # 8

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por recibir la consulta y sus gafas o lentes en su lugar de trabajo?

117 respuestas



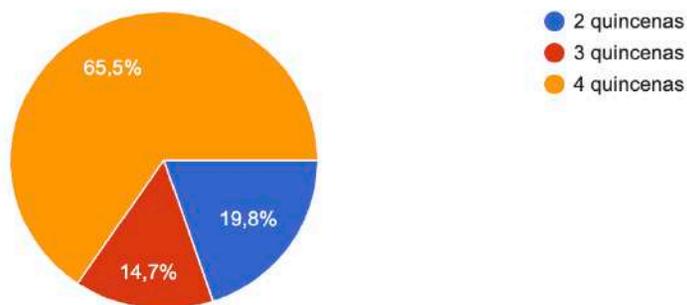
Fuente: Elaboración Propia

**Pregunta # 9:** Esta pregunta nos ayuda a identificar que propuestas se pueden realizar a los empresarios con los que se realizarían las alianzas para beneficiar a sus empleados, los cuales ven favorable el pago del servicio en 4 quincenas, con lo que debemos proyectar nuestro flujo de caja a 2 meses.

### Ilustración 9. Resultados Encuesta, Pregunta # 9

¿Si tuviera la facilidad de que el valor se descontará de nómina en cuantos cobros le gustaría efectuar el pago?

116 respuestas



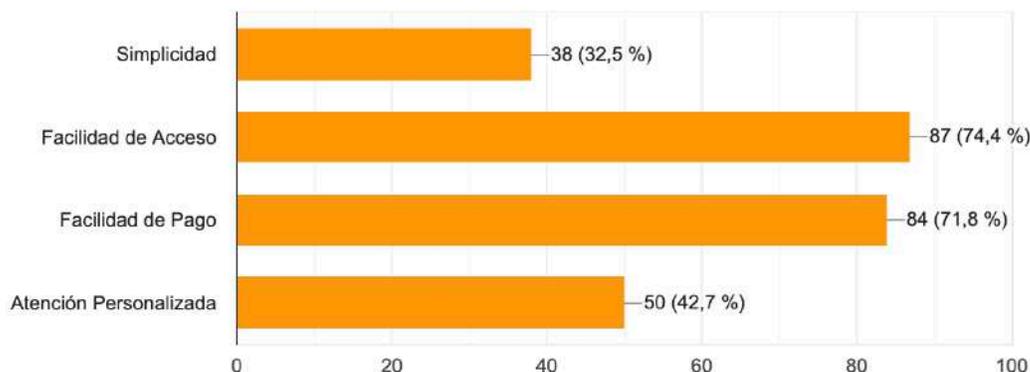
Fuente: Elaboración Propia

**Pregunta # 10:** Los encuestados perciben el servicio como de fácil acceso y con facilidades de pago, adicional el 50% manifestó una atención personalizada como un aspecto que también toma valor dentro del servicio.

**Ilustración 10.** Resultados Encuesta, Pregunta # 10

¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen del servicio?

117 respuestas



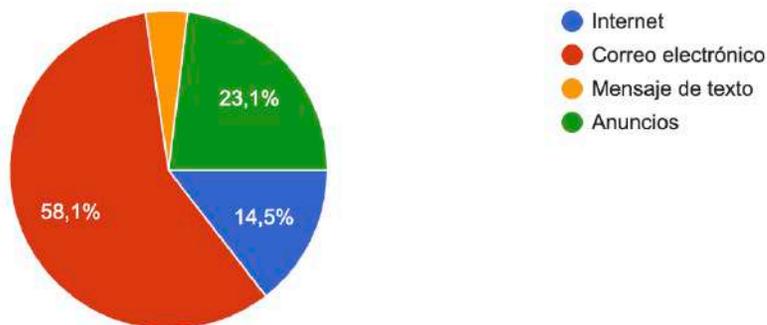
Fuente: Elaboración Propia

**Pregunta # 11:** Indiscutiblemente el medio por el cual se enviaría información según la preferencia de la muestra es el correo electrónico, lo cual nos permite a futuro determinar el asertividad de estos mensajes.

**Ilustración 11.** Resultados Encuesta, Pregunta # 11

¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto y servicio?

117 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

**Pregunta # 12:** El 100% es consciente de la importancia de prevenir enfermedades con la detección y tratamiento a tiempo, por lo que se debe realizar un trabajo de sensibilización para llevar este deseo a la práctica.

### **Ilustración 12.** *Resultados Encuesta, Pregunta # 12*

¿Cree usted que es importante reducir el riesgo de enfermedades a través de la prevención?

121 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

La conclusión de la tabulación nos lleva a ratificar la necesidad de nuestros posibles clientes de tener una salud visual al alcance, con una mayor flexibilidad a la que hoy en día encuentran en el mercado, la falta de tiempo, las opciones de pago limitadas han llevado a que las personas sean conscientes de la necesidad del cuidado y prevención, pero de que no se lleve a la práctica.

## **14 Lecciones aprendidas y recomendaciones**

Me llevo de esta etapa de exploración y validación de la idea de negocio la importancia de la búsqueda constante de componentes que nos ayuden a ratificar la viabilidad de la misma, la búsqueda de modelo de negocio nos debe llevar a identificar características importantes en nuestros posibles compradores, que nos lleven a realizar una puesta exitosa de nuestro producto o servicio en el mercado.

Debemos desarrollar la búsqueda como una habilidad inherente de los emprendedores, la cual no nos garantiza el éxito, pero si nos orienta a brindar al mercado propuestas de valor que nos diferencien de los competidores. Determinar quiénes son nuestros clientes y por qué nos comprarían desde la ideación del producto o servicio nos puede asegurar relaciones duraderas una captación asertiva y fidelización.

El salir a la calle a interactuar con nuestros posibles compradores nos ayuda adquirir conocimientos de primera mano que nos ratifica o desmiente las hipótesis que nos habíamos planteado acerca de lo que creíamos caracterizaba a nuestro mercado meta.

Para mí es importante recomendar desde mi punto de vista que, si queremos cambiar la forma en que veníamos construyendo organizaciones, deberíamos iniciar desde las aulas cambiando el nombre de las asignaturas por ejemplo cambiaría Creación de Empresa I, Modelos de Innovación por Modelos de Innovación, Validación de la idea de negocio o conocimiento y desarrollo de producto mínimo viable, los temas semana a semana me parecieron acertados, pero el nombre de la asignatura me amarraban un poco al la idea tradicional de planificar y luego diseñar, cuando actualmente estamos realizando cambios en la forma como se desarrolla la industria.

## CONCLUSIONES

Mediante el desarrollo del presente trabajo se concluye que es base fundamental de la creación de las ideas innovadoras de negocio, el conocimiento del entorno, la sinergia con los objetivos de desarrollo sostenible y la aplicación de teorías que nos permitan ofrecer un producto o servicio sostenible y diferenciador.

La evaluación de diferentes alternativas o posibles soluciones a problemas planteados se deben evaluar desde diferentes alternativas y/o técnicas como lluvia de ideas, relaciones forzadas, matriz combinatorios, biónica y analogías, todas desde la perspectiva de solución que podría percibir el cliente, pero buscando una o varias que se adapten a la identificación de la mejor idea de Innovación.

Considero que los puntos estudiados para la construcción de este trabajo forman bases importantes en la creación de una empresa con una mirada hacia los impactos organizacionales y la generación de valor compartido con las comunidades.

## 15 Bibliografía

- OMS. (8 de Octubre de 2019). *WHO*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/news/item/08-10-2019-who-launches-first-world-report-on-vision>
- Minsalud. (2013). *ABC del Plan Decenal de Salud Pública 2012 -2021*. De Divulgación, Minsalud, Bogotá.
- IAPB. (2012). *International Agency for the Prevention of Blindness*.
- Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo. (2015-2030). *Integración de lo ODS*. Obtenido de Undp: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/background/>
- Silva, J. C. (2015). *Minsalud*. Obtenido de minsalud.gov.co: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/ENT/asis-salud-visual-colombia-2016.pdf>
- Alexander Osterwalder, Y. P. (2015). *Diseñando la propuesta de valor*. Barcelona: Barcelona, Deusto.
- Organización Panamericana de la Salud. (2017). Panorama regional y perfiles de país. *Salud en las Américas+*.
- Moreno, J. (2020). Autoevaluación de la idea de negocio. Bogotá.
- DANE. (2020). *CIIU Rev. 4 A.C*. Bogotá.
- DANE. (2018). *CNPV*.
- DANE. (2018). *CNPV*.
- DANE. (2020). *Mercado laboral Medellín A.M jun-ago*.
- Alcaldía Medellín. (2020). *Perfil demografico 2016-2020*.
- Normas Apa. (2018). *unigermana*. Obtenido de unigermana.edu.co: <https://unigermana.edu.co/investigaciones-doc/normas-apa-fucg.pdf>
- Primer analisis de la salud visual en Colombia. (2016). *Minsalud*. Obtenido de minsalud.gov.co: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/ENT/asis-salud-visual-colombia-2016.pdf>
- FACOCARIBE. (2020). Congreso de Oftalmología, Versión VII. *Informe Mundial de la visión con Influencia en Colombia 2020*. Barranquilla, Colombia.
- Guerra, N. (23 de 02 de 2019). *intrainnova*. Obtenido de intrainnova.com: <https://www.intrainnova.com/running-lean/>
- sketchup. (Noviembre de 2020). *sketchup*. Obtenido de sketchup: <https://app.sketchup.com/app?hl=en>
- Optometría, A. (09 de Junio de 2011). *estudieoptica*. Obtenido de <http://www.estudieoptica.com/archivos/modulos/MODULO%20%20%20OPTOMETRI A%201%20%20pdf.pdf>
- Hernández-Sampieri, R. F.-C.-L. (2017). Selección de la muestra. En *Metodología de la Investigación - Sexta Edición*.
- Clinica Clofán . (24 de mayo de 2015). *clofan*. Obtenido de [www.clofan.com](http://www.clofan.com): <https://www.clofan.com/cuando-visitar-al-optometra/>
- Óptica Imagen Veracruz. (s.f.). *opticaimagen*. Obtenido de <https://www.opticaimagen.net/blog>: <https://www.opticaimagen.net/blog/Cada-cuanto-tiempo-debo-ir-al-optometrista-oculista>