

“MISALUDAPP” – PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

MARIA GLORIA ALVAREZ

JEYSSON FERNEY CAMARGO

OLMER LEYTON ROJAS

ZARELI PINTO

Fase 7 - Evaluación final: Consolidación y sustentación del proyecto de emprendimiento social



UNAD Universidad Nacional
Abierta y a Distancia

Tutor:
Luis Alfonso Robles Rangel
Magister en Dirección y Planificación de Empresas - MBA

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE
NEGOCIOS – ECACEN
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN PARA TECNOLOGÍAS GESTIÓN DEL
MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL
GRUPO 110011_8
COLOMBIA
2019

TABLA DE CONTENIDO

1.	Tabla de contenido. _____	2
2.	Introducción. _____	3
3.	Objetivos generales y específicos. _____	4
4.	Metodología aplicada al modelo de negocio CANVAS. _____	5
5.	Desarrollo de la actividad colaborativa. _____	6
5.1	Fase 1: Diagnostico de la situación actual. _____	6
5.2	Fase 2: Definición de la problemática social. _____	8
5.3	Fase 3: Identificación acciones de innovación social _____	11
5.4	Fase 4: Modelo de negocios DISIGN THINKING. _____	15
5.5	Fase 5: Definición de estrategia de mercadeo. _____	22
5.6	Fase 6: Plan de marketing digital. _____	28
6.	URL O LINK del video de sustentación. _____	34
7.	Conclusiones. _____	35
8.	Bibliografía. _____	36



INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo de esta fase final, se entrega la consolidación de las seis fases desarrolladas anteriormente, para dar respuesta a la problemática social encontrada en la fase 1 y mostrar el proyecto de emprendimiento social creado por el grupo.

Esto se realiza con el fin de sustentar los motivos por los cuales se planteo este proyecto en solución a la problemática social, buscando conocer el valor del emprendimiento social y su correcto desarrollo.

El emprendimiento social estudiado en el presente Diplomado, ha permitido concretar un proyecto de emprendimiento social de gran impacto en las comunidad bumangués denominado “MiSaludApp”, el cual abre una oportunidad para cada uno de ser un emprendedor social que aproveche los recursos que diferentes organizaciones y el estado brindan para este tipo de proyectos. La idea es poder continuar con esta idea ya plasmada en el papel.





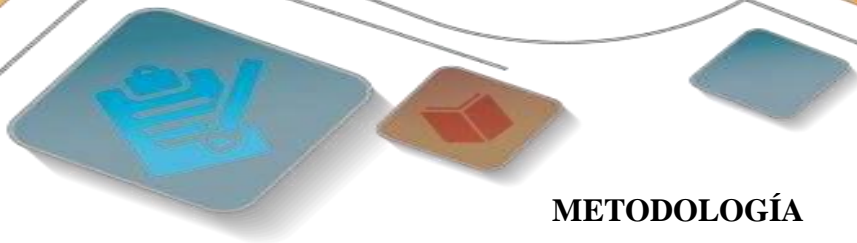
OBJETIVOS

GENERAL

Consolidar y sustentar el proyecto de emprendimiento social diseñado para dar solución a la problemática social identificada desde la primera fase del curso, a través del desarrollo de todos los puntos solicitados en cada fase.

ESPECÍFICOS:

- Desarrollar las etapas de la Metodología Design Thinking mediante el uso de las sus diferentes herramientas para la solución de la problemática social y al proyecto de emprendimiento social seleccionado.
- Analizar el contexto y capacidades de la idea de negocio con énfasis social describiendo de forma detallada los elementos básicos para definir estrategias de mercadeo.
- Definir estrategias de mercado en el proyecto social emprendedor.
- Elaborar un plan de Marketing digital para el proyecto de emprendimiento social.



METODOLOGÍA

La metodología aplicada es el modelo de negocios CANVAS, el cual permite desarrollar la idea de negocio a través del diligenciamiento de cada casilla de un formato dispuesto para tal fin, de modo que muestra en concreto el ¿cómo?, ¿qué?, ¿a quién? y ¿cuánto?.

Se define la propuesta de valor, los clientes, la relación con ellos, los canales de comunicación, las actividades y recursos principales, los socios clave, y los gastos e ingresos del proyecto.

LIENZO LEAN CANVAS

PROBLEMA Problemas Top 3 (Alternativas)	SOLUCIÓN 3 Características del producto/servicio	PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA Una frase clara, simple, sencilla que explique qué te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema.	VENTAJA ESPECIAL Qué te hace especial/diferente	SEGMENTO DE CLIENTES Segmento objetivo (Early adopters)
	MÉTRICAS CLAVE Actividades Clave a Medir		CANALES Vía de acceso a clientes	
ESTRUCTURA DE COSTES Gastos		FLUJO DE INGRESOS Cómo vamos a ganar dinero		

Modelo de estructura Lean Canvas. Recuperado de <https://innokabi.com/metricas-lean-para-lanzar-una-nueva-linea-de-negocio/>

DESARROLLO ACTIVIDAD COLABORATIVA

FASE 1: DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL SOCIAL

CUADRO DE CONSOLIDACIÓN DE APORTES RESPECTO AL ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN SOCIAL

Región	Necesidades de la población	Grupos más afectados	Nivel de impacto	Posibles alternativas de solución
Abrego María Gloria Álvarez	Escenarios deportivos para los jóvenes Centros de rehabilitación.	Adolescentes.	Alto nivel de inseguridad en el municipio.	Primero concientizarnos que este es un problema que está afectando toda la población en general, y que las autoridades competentes tomen alternativas de solución como centros rehabilitación y capacitaciones para la juventud abreguense, más oportunidades de empleo.
Bucaramanga SANTANDER Jeysson Ferney Camargo	Capacitaciones a los niños, niñas y adolescentes. Asesorías de salud a los ciudadanos.	Niños, niñas y adolescentes. Personas Adultas.	El 80% de la población del área Metropolitana de Bucaramanga	Realizar coordinación con las autoridades políticos administrativas y los dueños de las grandes empresas de la ciudad con el fin que den apoyo por medio capacitaciones y asesorías a los grupos afectados en la ciudad, especialmente focalizado en lugares abiertos al público.
Fusagasugá CUNDINAMARCA Olmer Leyton	Abandono de los niños y adultos mayores La situación de desplazamiento de los venezolanos	Niños Adultos mayores Grupos de desplazados	Alto porque aumenta el nivel de inseguridad de la ciudad de Fusagasugá	Albergues temporales para los niños en estado de abandono Construcción de un hogar geriátrico para atender a los adultos mayores

	Aumento del número de habitantes de calle			Proyectos sociales sostenibles que permitan satisfacer las necesidades básicas de los grupos desplazados.
Ocaña Norte de Santander Diego Alberto Peñaranda	Población sin ningún tipo de nivel educativo Reducir la tasa de menores de edad víctimas de violencia intrafamiliar	Población entre los 11 a 27 años Menores de edad	Medio: La población que no tiene ningún tipo de nivel educativo representa el 16,8% de la población de Ocaña la tasa de menores de edad víctimas de violencia intrafamiliar es de 77,14% según el Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses.	Aumentar la cantidad de centros educativos para esta población y establecer medios electrónicos para impartir educación. Establecer centros de ayuda, asesoramiento, seguimiento y control del trato hacía menores de edad, apoyados en la comunidad para denunciar por medio de campañas publicitarias.
Bucaramanga SANTANDER Zareli Pinto	Talleres comunitarios Acompañamiento social Campañas ambientales	General	Población afectada: 75%	Considerando pertinente realizar charlas comunitarias, que atiendan las necesidades de la comunidad y así mismo dar solución y ayuda a las mismas.

FASE 2: DEFINICIÓN DE LA PROBLEMÁTICA SOCIAL

PROBLEMÁTICA SELECCIONADA

“Asesorías saludables a los ciudadanos con énfasis en personas con vidas sedentarias”.

DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

Ayudar a las personas que no poseen recursos económicos para poder pagar un gimnasio o nutricionista, con el fin de realizarles asesorías nutricionales y de actividad física buscando un cambio en sus vidas de una forma más saludable.

Buscar personas con problemas de obesidad y problemas saludables que no tengan recursos y deseen cambiar sus hábitos diarios de vida a un modo saludable.

El objetivo y la ventaja buscada es que las personas beneficiadas adquieran conocimientos saludables y se vuelvan multiplicadores de la información en sus familiares y así evitar que lleguen a sus vidas enfermedades por descuidos alimenticios y modos de vida sedentarios.

Otro beneficio de esta propuesta es que las mismas personas beneficiadas del proyecto de emprendimiento social se pueden convertir en emprendedores en su misma comunidad, o también se pueden convertir en inversionistas para que este proyecto sea más productivo.

Una persona sana y saludable está en la capacidad de trabajar al 100% y realizar grandes proyectos donde se ven beneficiados ellos mismos, sus familias y la comunidad en general.

Es evidente la decadencia del sistema de salud en Colombia, por lo que promover capacitaciones de cómo cuidar de la salud puede hacer que se aliviane la carga y se eviten enfermedades que se dan por desconocimiento de cómo evitarlas o tratarlas.

En Colombia hay una tasa de mortalidad infantil de 16 muertes por cada mil habitantes, lo que es un indicador de precariedad en los sistemas de salud, así como en el cuidado de la gestación.

Muchas personas por ignorancia no llevan estilos de vida saludable y faltan centros de información a los que los ciudadanos puedan acceder para informarse.

Las personas con vidas sedentarias es uno de los principales problemas que aquejan nuestro entorno.

Colombia es el sexto país latinoamericano al que más le atribuyen muertes por inactividad física según la organización mundial de la salud y actualmente este problema es el cuarto factor de riesgo de mortalidad en el mundo. Tomado de: biciamigos118.blogspot.com.

CARACTERIZACIÓN DE LA REGIÓN

Bucaramanga está situada hacia la zona Oriental de Colombia, su extensión es de 165 kilómetros cuadrados, su altura sobre el nivel del mar es de 959m. Los Límites son: por el Norte con el municipio de Río negro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Florida blanca y; por el Occidente con el municipio de Girón. (Lógica Ética & Estética, 2017)

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y de acuerdo con el último censo de población realizado, en Bucaramanga hay 528.855 habitantes, siendo la séptima ciudad más poblada del país.

Las condiciones climatológicas varían, en las partes de menor altitud el clima es cálido seco, mientras que en las zonas de mayor altitud es templado. La temperatura promedio es de 23 °C y la temperatura máxima promedio es de 30,9 °C. El promedio de precipitación está en 1279 mm y cuenta con un periodo del año seco y otro lluvioso.

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN AFECTADA

Las características de la población de Bucaramanga se asemejan en gran medida a la del santandereano en general. El santandereano se caracteriza por tener un temperamento fuerte e incluso puede llegar a ser agresivo. En esta zona del país existen pocas demostraciones de afecto, marcando una cultura aún machista.

La estratificación muestra una distribución socioeconómica de la población de Bucaramanga, por lo que ayuda a establecer el porcentaje de población que puede ser beneficiada por el proyecto.

Tabla 1 - % de población por estratos. Fuente: Elaboración propia con datos del censo del DANE 2005

Estrato	#	Porcentaje	Población por estado
	1	11,07%	56.370
	2	16,57%	84.377
	3	28,90%	147.138
	4	32,57%	165.852
	5	3,81%	19.401
	6	7,09%	36.078
TOTAL		100%	509216

La población en la que se debe enfocar el proyecto de emprendimiento pertenece a los estratos 1 y 2, que representa el 27,65% del total de población.

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

La encuesta de calidad de vida es un indicador de salud que hace el DANE. Para el año 2013, se encontró que un 90,4% de la población está afiliada al Sistema General de Seguridad Social en salud, de los cuales un 45,6% forman parte del régimen contributivo y un 54,4% del régimen subsidiado.

La encuesta de Percepción Ciudadano de la Red Nacional del Programa Cómo Vamos encontró que solo dos de cada diez bumangueses aseguran que practican algún deporte o hacen ejercicio físico. Los ocho que quedan afirmaron seguir una vida muy sedentaria. “Necesitamos que la gente se mueva, esto puede salvar muchas vidas y aumentar los años de vida saludable” Dice María Claudia Peñas, directora de una filial de la Red Nacional del Programa Cómo Vamos.

FASE 3: IDENTIFICACIÓN ACCIONES DE INNOVACIÓN SOCIAL

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IDEAS DE PROYECTO DONDE SE CONSOLIDEN LAS CARACTERÍSTICAS DE CADA CRITERIO POR IDEA DE PROYECTO

Nº	PROYECTO	PERTINENCIA	FACTOR PRODUCTIVO	INNOVACIÓN	MERCADO
1	ESCUELAS SALUDABLES	Este proyecto está dirigido a toda la población con necesidad de orientación saludable.	Ayudará al desarrollo de la región generando empleos, ayudando a las personas con problemas de nutrición y aquellas de bajos recursos tendrán un trato especial.	Será un producto innovador en cuanto en nuestro pueblo no hay esta clase de asesorías o escuelas que ayudarían al desarrollo de la región.	El mercado potencial sería los niños adolescentes y adultos.
2	PROYECTO PRODUCTIVO SOCIAL “UN FUTURO SALUDABLE”	Este proyecto va focalizado en dar solución a la problemática social de las veredas alrededores de la ciudad donde existen personas que desconocen de hábitos de vida saludables y se pretende erradicar la falta de conocimiento inculcándoles nuevas ideas e información a estas personas.	Este proyecto busca que la actividad económica crezca en la región, ya que por medio de las asesorías saludables existe la gran posibilidad que personas gusten del tema, se motiven a estudiar y empiecen a generar ingresos económicos, brindando prosperidad económica y familiar.	La innovación del proyecto va enfocada la estrategia del “Puerta a Puerta” la cual pretende llevar a los rincones más escondidos de las veredas con el fin de sensibilizar a todas las personas.	Hace referencia a todo lo que es la industria de la nutrición y el entrenamiento deportivo. UN MERCADO MUNDIAL enfocado en veredas y fincas de la ciudad de diferentes estratos a toda clase de personas.

3	<p align="center">CENTRO DE ASESORÍAS NUTRICIONALES Y ENTRENAMIENTO FÍSICO DE BUCARAMANGA</p>	<p>Nace la necesidad de un programa llevado a los sectores menos beneficiados de la sociedad para resolver la mala alimentación y la falta de ejercicio físico. La falta de buenos hábitos alimenticios y una vida sedentaria están causando varias enfermedades que aquejan a muchos niños y adultos.</p>	<p>El menor riesgo de obesidad, menos desnutrición de niños, mayor compensación de nutrientes para los adultos mayores, ejercitación y disminución de enfermedades en la población menos favorecida de la ciudad de Bucaramanga.</p>	<p>Conlleva al desarrollo del área de la salud porque permite a los bumangueses prevenir enfermedades llevando buenos hábitos alimenticios y una vida más activa.</p>	<p>Niños y adultos de los Estratos 0, 1 y 2.</p>
4	<p align="center">ASESORÍA NUTRICIONAL Y DE RUTINA DIARIA SALUDABLE EN UNA APP</p>	<p>El proyecto productivo busca crear una aplicación celular que contenga fundamentos de lo que es una rutina diaria saludable, así como los alimentos de fácil acceso con los que se puede establecer una nutrición saludable. Además de la aplicación celular, también se pondrá a disponibilidad por medio de una página web, debido a que no</p>	<p>El factor productivo que tiene el proyecto se basa en el uso de los medios electrónicos que se tienen a disposición en la actualidad con miras a resolver una problemática de tipo social. La innovación consiste en llegar al mercado por medio de procesos que tengan como elemento primordial la novedad. La aplicación que se podrá utilizar en cualquier dispositivo móvil trae consigo una red logística que supone una disrupción en la forma en</p>	<p>El factor innovador se da por medio del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para brindar un servicio necesario para la comunidad.</p>	<p>Población del área metropolitana de Bucaramanga, con un rango de edad entre los 16 y 60 años, que tienen hábitos sedentarios, además de los inactivos que no realizan ejercicio actualmente.</p>

		<p>toda la población cuenta con acceso a la red, pero si gran parte de ella puede tener acceso a internet, en muchas ocasiones de forma gratuita.</p>	<p>que se prestan los servicios de salud. Las ganancias se dan por medio de Pagos In-App, App Fremium y publicidad pagada.</p>		
5	<p>MATERIAL DIDÁCTICO EN LA TICS PARA BRINDAR A LA COMUNIDAD AYUDAS NUTRICIONALES</p>	<p>La tics como elemento para una vida sana es proyecto que facilita el progreso de llevar una alimentación y un cuerpo saludable, acercando a la comunidad al uso de las herramientas informáticas y sus beneficios en este caso la información que se le brinda a la comunidad por medio de la plataforma como estar saludable.</p>	<p>La plataforma está diseñada para visualizarse desde cualquier herramienta tecnológica, ya sea un pc o un teléfono móvil, entre otras, se puede acceder a guías nutricionales y los diferentes módulos, de manera gratuita, el método sostenible para el diseño del proyecto es brindar al consumidor un acompañamiento personalizado por personal capacitado que llevara su caso de acuerdo a su necesidad o deseo, teniendo en cuenta su estado físico actual y su necesidad. En el cual el guía le dará pautas de alimentación, rutinas diarias de ejercicio y visitas programadas.</p>	<p>Se podrá acceder de manera gratuita a la plataforma y visualizar el modulo deseado, para que el proyecto sea económicamente sostenible y aporte a la sociedad, contara con la opción dirigida por personal capacitado que le guiara y le ayudara de acuerdo a la necesidad del individuo; por medio de guía nutricional, acompañamiento y videos de entrenamiento físico con costos exequibles para la población</p>	<p>Va dirigido a un nicho de jóvenes de 16 años en adelante a adultos mayores 70 años</p>

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO SELECCIONADO

El proyecto propuesto seleccionado es “ASESORÍA NUTRICIONAL Y DE RUTINA DIARIA SALUDABLE EN UNA APP”

Se selecciona este proyecto ya que se estima como propuesta de mayor impacto para el problema seleccionado, ya que aprovecha la eficiencia en costos que otorgan los medios electrónicos en la era actual, para llegar a un mercado potencial que tiene como necesidad latente las carencias descritas en la problemática.

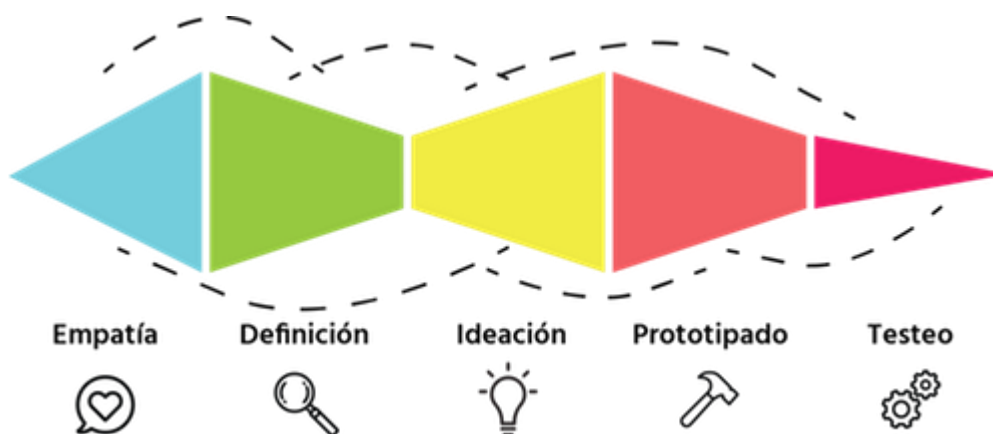
El proyecto productivo busca crear una aplicación celular que contenga fundamentos de lo que es una rutina diaria saludable, así como los alimentos de fácil acceso con los que se puede establecer una nutrición saludable. Además de la aplicación celular, también se pondrá a disponibilidad por medio de una página web, debido a que no toda la población cuenta con acceso a la red, pero si gran parte de ella puede tener acceso a internet, en muchas ocasiones de forma gratuita.

La idea es acompañar los fundamentos que se dan a través de los medios electrónicos de oportunidades de asesoramiento personal y directo. En este sentido, las personas podrán agendar citas personalizadas en dónde se pueda brindar una atención individualizada y hacer las sugerencias pertinentes según las características personales de la persona que solicito el servicio.

Se debe contar con una imagen distintiva que dé cuenta del carácter social del proyecto, a la vez que se generan beneficios económicos que lo hagan autosostenible. La idea de la interfaz que se muestra a continuación presenta un resumen de las dietas personales que se deben seguir, las recomendaciones nutricionales generales, la lista de compra de productos saludables que avala la organización con servicio de entrega, el seguimiento personalizado, la agenda de citas con especialistas y el contacto de algunos asesores disponibles al instante.

FASE 4: MODELO DE NEGOCIO DESIGN THINKING

Método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios. Se compone de cinco etapas:



Recuperado de <https://designthinking.es/inicio/index.php>

A continuación se desarrollan y aplican dichas etapas al proyecto.

EMPATIZA

En esta etapa se comienza con la comprensión de las necesidades de los usuarios y su entorno en la solución que se está planteando. Recuperado de

<https://designthinking.es/inicio/index.php>

Una de las herramientas a utilizar es **el modelo de negocios CANVAS**, el cual permite desarrollar la idea de negocio a través del diligenciamiento de cada casilla de un formato dispuesto para tal fin, de modo que muestra en concreto el ¿cómo?, ¿qué?, ¿a quién? y ¿cuánto?.

Se define la propuesta de valor, los clientes, la relación con ellos, los canales de comunicación, las actividades y recursos principales, los socios clave, y los gastos e ingresos del proyecto.

LIENZO LEAN CANVAS DESARROLLADO Y APLICADO AL PROYECTO

<p>PROBLEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas de bajos recursos sin acceso a un gimnasio y a un nutricionista. • Vida sedentaria. • Malos hábitos alimenticios. • Enfermedades causadas por la falta de un estilo de vida saludable. 	<p>SOLUCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesorías nutricionales. • Asesorías de entrenamiento físico. • App al alcance de todos. • Red logística que supone una disrupción en la forma en que se prestan los servicios de salud. 	<p>PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA</p> <p>Una aplicación celular que contenga fundamentos de lo que es una rutina diaria saludable, así como los alimentos de fácil acceso con los que se puede establecer una nutrición saludable.</p>	<p>VENTAJA ESPECIAL</p> <p>Asesoría nutricional y de rutina diaria saludable en una App.</p>	<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p> <p>Población del área metropolitana de Bucaramanga, con un rango de edad entre los 16 y 60 años, que tienen hábitos sedentarios, además de los inactivos que no realizan ejercicio actualmente.</p>
	<p>MÉTRICAS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y desarrollo de la App. • Profesionales especialistas. • Uso de la App. 		<p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir entrada a aplicaciones móviles. • Publicidad en redes. 	
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y desarrollo de la aplicación (Ingeniero desarrollador, nutricionista e instructor físico). • Plan de marketing 		<p>FLUJO DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra de participación en Apple store \$99 al año y google play \$25 una sola vez. Mas 30% ventas totales para cada uno. • Descuentos en 10% para los primeros 1000 usuarios. • Venta de la App y la publicidad asociada. 		

Modelo de estructura Lean Canvas. Recuperado de <http://innokabi.com/metricas-lean-para-lanzar-una-nueva-linea-de-negocio>

DEFINE

En esta etapa se filtra la información recolectada durante la Empatía para identificar problemas con soluciones clave que den un resultado innovador.

Una de las herramientas a utilizar es el **Diagrama de prioridades**, el cual permite la toma de decisiones para acordar la priorización de acciones.

Los elementos acordados se sitúan con forma de diana, los de mayor prioridad se situarán cercanos al centro.

DIAGRAMA DE PRIORIDADES DESARROLLADO Y APLICADO AL PROYECTO

CRITERIO	Aplicación en niños, niñas y adolescentes	Aplicación en jóvenes	Aplicación en adultos mayores
Costo	Bajo	Alto	Medio
Seguridad	Alta	Alta	Alta
Servicio	Asesorías	Asesoría y rutinas	Asesorías y Rutinas
Comodidad	Fácil manejo	Fácil manejo	Fácil Manejo
Diseño	Didáctica	Practica	Entendible
Problema	Que no lo sepan utilizar	Que no cumpla con los objetivos	Que no logren entender la aplicación.

- ✓ **OBJETIVO:** Asesoría nutricional y de rutina diaria saludable en una app.

Crear una aplicación celular que contenga fundamentos de lo que es una rutina diaria saludable, así como los alimentos de fácil acceso con los que se puede establecer una nutrición saludable. Además de la aplicación celular, también se pondrá a disponibilidad por medio de una página web, debido a que no toda la población cuenta con acceso a la red, pero si gran parte de ella puede tener acceso a internet, en muchas ocasiones de forma gratuita.

- ✓ **FUNDAMENTO DE LA TABLA DE PRIORIZACION:**

- **COSTO:** El costo de la aplicación depende de la plataforma en la que se piensa trabajar.
- **SEGURIDAD:** La aplicación va a ser una herramienta totalmente segura, donde vamos a garantizar la seguridad de la información y de los datos personales de nuestros futuros clientes.

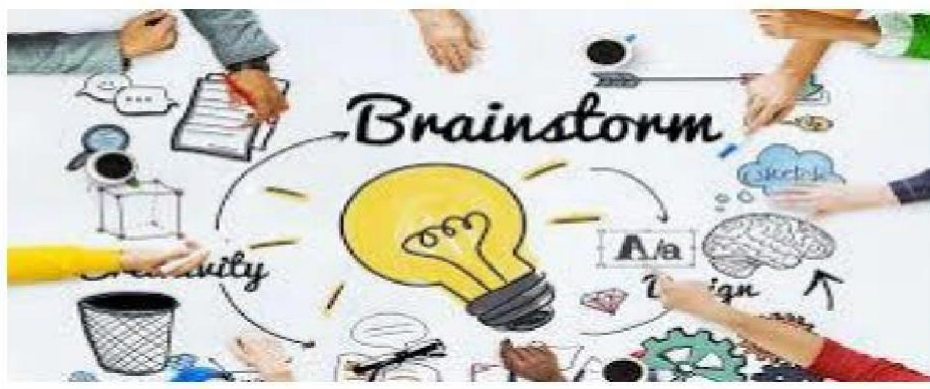
- SERVICIO; La aplicación pretende satisfacer las necesidades de toda clase de clientes por medio de la web.
- COMODIDAD: La temática de la aplicación va enfocada a una temática para todos los gustos con el fin que sea una herramienta muy útil para nuestros clientes.
- DISEÑO: Va a ser un diseño llamativo y futurista de fácil manejo en enfocada en los niños, niñas y adolescentes, además de los adultos mayores que tengan control pleno de la aplicación.
- PROBLEMA: El principal inconveniente son los recursos, ya que hay personas que no tienen acceso al internet.

IDEA

En esta etapa se persigue la generación de cuantas más opciones, mejor.

Recuperado de: <https://www.luisan.net/blog/disenio-grafico/que-es-design-thinking>

Una de las herramientas a utilizar es el **brainstorming**, la cual se usa para la solución de problemas y propuesta de ideas creativas.



Es una lluvia de ideas, que permite la generación de nuevas ideas para la solución creativa de un problema en particular.

EL BRAINSTORMING DESARROLLADO Y APLICADO AL PROYECTO



PROTOTIPA

En esta etapa se vuelven las ideas realidad. La construcción de prototipos materializa las ideas y ayuda a visualizar las posibles soluciones, se pueden ver los aspectos a mejorar antes del resultado final.

Una de las herramientas a utilizar es la **Infografía**, la cual comunica de manera visual la información para facilitar su comprensión a través de gráficos, pictogramas, ideogramas, logogramas.

INFOGRAFÍA DESARROLLADA Y APLICADA AL PROYECTO



HEALTHY LIFESTYLE

Cuerpo sano, vida sana

App se puede descargar desde google playstore.

La aplicación que se podrá utilizar en cualquier dispositivo móvil trae consigo una red logística que supone una interrupción en la forma en que se prestan los servicios de salud.

Servicio gratuito

Adquiere conocimientos saludables, vuélvete multiplicador y ayuda a tu familia.

Consulta a especialistas

¡Ayudar a personas que no poseen recursos económicos, con el fin de realizarles asesorías nutricionales y de actividad física buscando un cambio en sus vidas de una forma más saludable.

Lista de compra: Productos saludables

Muchas personas por ignorancia no llevan estilos de vida saludable y faltan centros de información a los que los ciudadanos puedan acceder para informarse.

Asesoría Nutricional

Una persona sana y saludable está en la capacidad de trabajar al 100% y realizar grandes proyectos donde se ven beneficiados ellos mismos, sus familias y la comunidad en general.

RECOMENDACIONES DIARIAS

PAGOS IN APP

TESTEA

En esta etapa se prueban los prototipos con los usuarios, lo cual ayudará a identificar las mejoras necesarias.

Una de las herramientas a utilizar es la **Matriz DOFA**, la cual permite identificar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del proyecto.

MATRIZ DOFA DESARROLLADA Y APLICADA AL PROYECTO

DEBILIDADES	OPORTNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Cambio de expectativa en la comunidad ✚ Bajo presupuesto ✚ Baja cobertura ✚ Administración de la app 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Creación de la plataforma ✚ Innovación de guías nutricionales ✚ Apoyo dirigido al publico ✚ Tecnología ✚ Imagen y expectativa institucional
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Producto innovador ● Calidad del conocimiento nutricional ● Publicidad de impacto ● Es fácil y rápido de adquirir gratuito 	<ul style="list-style-type: none"> ● daños en la plataforma virtual ● competencia ● ubicación geográfica, que evite el acceso a la pagina ● es necesario contar con equipo tecnológico para el uso de la app

FASE 5: DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO

a. Atributos y beneficios del producto.

PRODUCTO	ATRIBUTOS	BENEFICIOS
<p style="text-align: center;">ANRUDIASALUDAPP (Asesoría nutricional y de rutina diaria saludable en una App)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contiene asesorías de especialistas sobre nutrición y entrenamiento físico. ✓ En tiempo real los clientes dan solución a sus problemas y dudas con referencia a la salud. ✓ Producto amigable, con videos y fotos. ✓ Tiene una guía personalizada de salud y vida donde se pone algunos de los datos para ayudar a buscar un plan en la forma en que se debe o quiere alimentar, por ejemplo para diabéticos, hipertensión, colesterol y triglicéridos altos, entre otros. ✓ Tiene opciones de entrenamiento físico dependiendo si es principiante o ya tiene una rutina de ejercicios establecida. ✓ Opción para que los interesados puedan aportar comentarios o sugerencias para optimizar las asesorías. ✓ Permite la adquisición de conocimientos sobre nutrición y estilos de vida saludable para evitar el sedentarismo, el sobrepeso y otras enfermedades asociadas. ✓ Consejos de hábitos alimenticios para niños, jóvenes, adolescentes y adultos. ✓ Apoyo dirigido. ✓ Rápido acceso. ✓ Calidad de conocimiento nutricional. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Está en línea es innovador e interesante. ✓ En tiempo real se realizan los ejercicios de acuerdo al plan de entrenamiento para ir corrigiendo su proceso. ✓ Al alcance de la mano, una app que se puede descargar. ✓ Se está actualizando todo el tiempo. ✓ Ahorro de tiempo y esfuerzo. ✓ Está accesible a cualquier persona interesada en la nutrición y rutinas diarias saludables. ✓ Le ayuda a elegir un plan de alimentación según sus gustos o salud y rutinas diarias de ejercicios. ✓ Intercambio de opiniones con diferentes culturas. ✓ Recomendaciones diarias. ✓ Pagos in App. ✓ Ayuda a llevar una mejor calidad de vida. ✓ Publicidad en redes. ✓ Es una aplicación informativa. ✓ Ayuda a la personas a recibir consejos de vida sana. ✓ Cuenta con personal capacitado para brindar todo tipo de información nutricional y de entrenamiento físico. ✓ Acceso a cualquier hora del día. ✓ La aplicación ayuda a las personas que no poseen recursos económicos para pagar un gimnasio o un nutricionista.

PRODUCTO	ATRIBUTOS	BENEFICIOS
<p>ANRUDIASALUDAPP (Asesoría nutricional y de rutina diaria saludable en una App)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consultas con especialistas (cita previa). ✓ Imagen y expectativa institucional. ✓ Contiene fundamentos de una rutina diaria saludable. ✓ Ofrece asesoría sobre alimentos de fácil acceso con los que se puede establecer una nutrición saludable. ✓ Se puede tener acceso a través de una página web. ✓ Da la posibilidad de que los clientes cuenten con asesoramiento personal y directo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las personas beneficiadas adquieren conocimientos saludables y se vuelven multiplicadores de información en sus familias. Evita que llegue a la vida de las personas enfermedades por descuidos alimenticios y modos de vida sedentarios. ✓ Las personas beneficiadas del proyecto se pueden convertir en emprendedores en su comunidad y convertirse en inversionistas para que el proyecto sea más productivo. ✓ App gratuita y servicio gratuito.



b. Grupo objetivo del proyecto.

El grupo objetivo que identificamos en nuestro proyecto de emprendimiento social que requieren de nuestros servicios es alto es por esta razón que les proponemos consumir y contratar nuestros servicios profesionales, en estos grupos de consumidores encontramos jóvenes y adolescentes con problemas de sobre peso, personas de bajos recursos, personas con desconocimiento de una buena alimentación.

Todas las personas de los vulnerables de estratos 1 y 2 con un rango de edad entre los 16 y 60 años, que tienen hábitos sedentarios, además de los inactivos que no realizan ejercicio actualmente.



c. Segmentación.

Personas entre los dos y los 70 años, principalmente mujeres, en cualquier estado civil (Soltera, casa, viuda, divorciada, unión libre entre otros), con indiferencia en la religión, pero solicitando especificación en los alimentos prohibidos por la religión, con nivel socioeconómico entre estratos 1 y 4, algunos estratos 5, nivel de escolaridad desde primaria. Posición global, personas con acceso a la App por internet, (Nacionales, Estados, Departamentos, Municipios, Ciudades), que tengan buen acceso a internet, no necesariamente desde celular.

Personas que se preocupan por su nutrición y alimentación, que buscan ayuda para no tener enfermedades por mala alimentación, personas comprometidas con su salud, cuyo estilo de vida les permita hacer pequeñas variaciones en algunos de sus hábitos alimenticios.

d. Competencia.

ANRUDIASALUDAPP (Asesoría nutricional y de rutina diaria saludable en una App)

- ✓ **Nooddle (Android-iOs):** Todas las recetas de la app son propias, cuidadosamente seleccionadas y desarrolladas por nuestro equipo y revisadas por nuestros expertos en nutrición. Pero Nooddle no es una app de dietas, mucho menos de dietas para adelgazar. Nooddle te ayuda a llevar un estilo de vida sana para comer sano, con lo que tienes a mano.
- ✓ **VNutrition (Android-iOs):** es una aplicación de nutrición diseñada por dietistas de the vegan society para ayudar a los veganos alcanzar sus objetivos nutricionales cada día.

- ✓ **FatSecret- contador de calorías (Android - iOS):** El Contador de Calorías es una Aplicación esencial para encontrar información nutricional de los alimentos que consume y hacer un seguimiento de sus comidas, ejercicios y peso fácilmente. FatSecret es libre.
- ✓ **Recetas vegetarianas (Android - iOS):** Somos un portal de recetas donde entregamos ideas de cocina donde los protagonistas son vegetales, verduras y todo el universo de ingredientes de origen natural que no incluyen productos de origen animal.
- ✓ **Runtastic balance (Android-iOs):** Es una aplicación que permite elaborar un plan de alimentación propio, así como a asesoramiento diario con planes nutricionales para el usuario.
- ✓ **Cookpad (Recetas de cocina caseras (Android-iOs):** Es una aplicación especialmente desarrollada para los amantes de la comida, gracias a la cual podrán preparar más de 60.000 recetas caseras de diversas partes del mundo, de autores variados. También permite compartir con su extensa comunidad, aquellos platos o preparaciones gastronómicas que se hagan en el hogar.
- ✓ **Sinazucar.org (Adroid - iOS):** Es un proyecto artístico que pretende mostrar mediante la fotografía la cantidad de azúcar libre que tienen en su composición muchos de los alimentos que consumimos habitualmente.

e. Aliados clave y acciones de cooperación.

ALIADOS CLAVE	ACCIONES DE COOPERACIÓN
Ingenieros desarrolladores de aplicaciones móviles.	Diseñar y desarrollar la ANRUDIASALUDAPP (Asesoría nutricional y de rutina diaria saludable en una App).
Profesionales de la salud especialistas en nutrición y en entrenamiento físico.	Aportar sus conocimientos en las asesorías que se incluyen en la App.
Contratistas de la salud.	Pautar su publicidad en la App.
Empresas de alimentos y de máquinas de ejercicio.	Ofrecer sus productos a través de la aplicación móvil.
Empresas dedicadas a la venta de suplementos nutricionales	Pautas publicitarias en la App
Gimnasios y deportistas	Aporte de conocimiento

Cuadro de propuesta de estrategias de mercadeo:

Estrategias	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con qué?	¿Cuándo?	¿Quién?
DE COMUNICACIÓN Recomendaciones de los clientes. Marketing digital.	PQR (Peticiónes, quejas y reclamos).	Recibir las sugerencias de los clientes para mejorar la App y ellos mismos sean quienes la recomienden a otros usuarios.	Buzón de sugerencias.	Diario.	Administrador del sitio web y de la App.
DE POSICIONAMIENTO Posicionamiento según sus características y con base a sus beneficios	Publicidad de las características y beneficios de la App. Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, youtube)	Tener en cuenta las características y los beneficios de la App para resaltarlas frente a sus competidores para lograr venderla. A través de influencers.	Participación en Apple y Google. Redes sociales. Internet, manejo de ingenieros de sistemas.	En la introducción del producto al mercado.	Grupo emprendedor.
DE DIFERENCIACIÓN Estrategias competitivas genéricas de Michael Porter Servicio	Política de precios del producto. Personalización de la App al segmento de mercado seleccionado. Utilización de la aplicación gratis.	✓ La estrategia de liderazgo en costes consiste en vender la App a un precio inferior al de la competencia ✓ La estrategia de diferenciación se basa en dotar a la App de una cualidad única que es valorada de forma positiva por los consumidores y que permite cobrar precios superiores. ✓ La estrategia de enfoque radica en centrarse en un	Rangos de precios de la App, uno de introducción al mercado y otro después de estar posicionado. Buzón de sugerencias.	Durante la introducción y posicionamiento de la App en el mercado.	Líder del grupo emprendedor y el grupo interdisciplinario desarrollador de la App.

		<p>segmento específico del mercado, creando una App especialmente diseñada para responder a sus necesidades y preferencias.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilizando la publicidad de otras App e industrias para proporcionar la opción. 			
<p>MARKETING MIX Producto, precio, promoción y plaza</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Concepción de producto. ✓ Determinación del precio. ✓ Publicidad del producto en redes. ✓ Implementación de plataformas y formatos online. ✓ Adquisición de la entrada a aplicaciones móviles. ✓ Marketing digital. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar y desarrollar la App. ✓ Penetrar el producto en el mercado. ✓ Comprar la participación en Apple store \$99 al año y google play \$25 una sola vez. Mas 30% ventas totales para cada uno. ✓ Hacer descuentos en 10% para los primeros 1000 usuarios. ✓ Vender de la App y la publicidad asociada. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingeniero desarrollador de aplicaciones móviles, Software de desarrollo de aplicaciones móviles, Profesionales de la salud especialistas en nutrición y ejercicio físico. ✓ Capital inicial y dinero producto de la venta de publicidad. 	<p>Antes y durante la introducción y posicionamiento del producto al mercado.</p>	<p>Grupo emprendedor.</p>

FASE 6: PLAN DE MARKETING DIGITAL

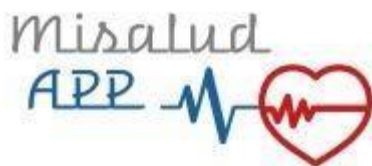
OBJETIVOS

Los objetivos del plan de marketing digital que se presentan a continuación se desarrollan desde el corto plazo siendo el reconocimiento de la marca, hasta largo plazo siendo mejoramiento del retorno de la inversión.

Es necesario que se desarrolle el objetivo anterior para dar cumplimiento completo al objetivo actual.

1. Reconocimiento de la marca: Permitir que la empresa de asesorías se posicione en el mercado. En este caso las acciones se enfocan en el branding, la finalidad de esto es impactar, por lo tanto, se busca entrar en la mente y ser reconocido por el usuario, para que este identifique la marca.
2. Captación de nuevos clientes: La estrategia se centra en explorar nuevos canales para que más personas conozcan la marca, las ofertas y los descuentos son buenas acciones para conseguirlo.
3. Aumentar el número de utilización del servicio o de venta: Incremento en las transacciones por parte del cliente.
4. Fidelizar clientes: El público objetivo al que van dirigidas las acciones son aquellos que ya han utilizado el servicio de asesorías una vez. Y lo importante es que se continúen utilizándolo. Es más rentable mantener un cliente que conseguir uno nuevo.
5. Incremento de la cuota de mercado: El planeamiento pone en marcha acciones que faciliten la expansión. Para esto se mejorará el posicionamiento en el mismo público objetivo, ya que actualmente no se busca ampliar el target.
6. Optimizar la utilización del servicio: Para esto se buscará conseguir más leads, hasta llegar a la utilización constante de la App y luego llegar a la acción de compra.
7. Mejoramiento del retorno de la inversión, este es el último objetivo del plan de marketing digital, siendo este a largo plazo y como consecuencia de los otros objetivos.

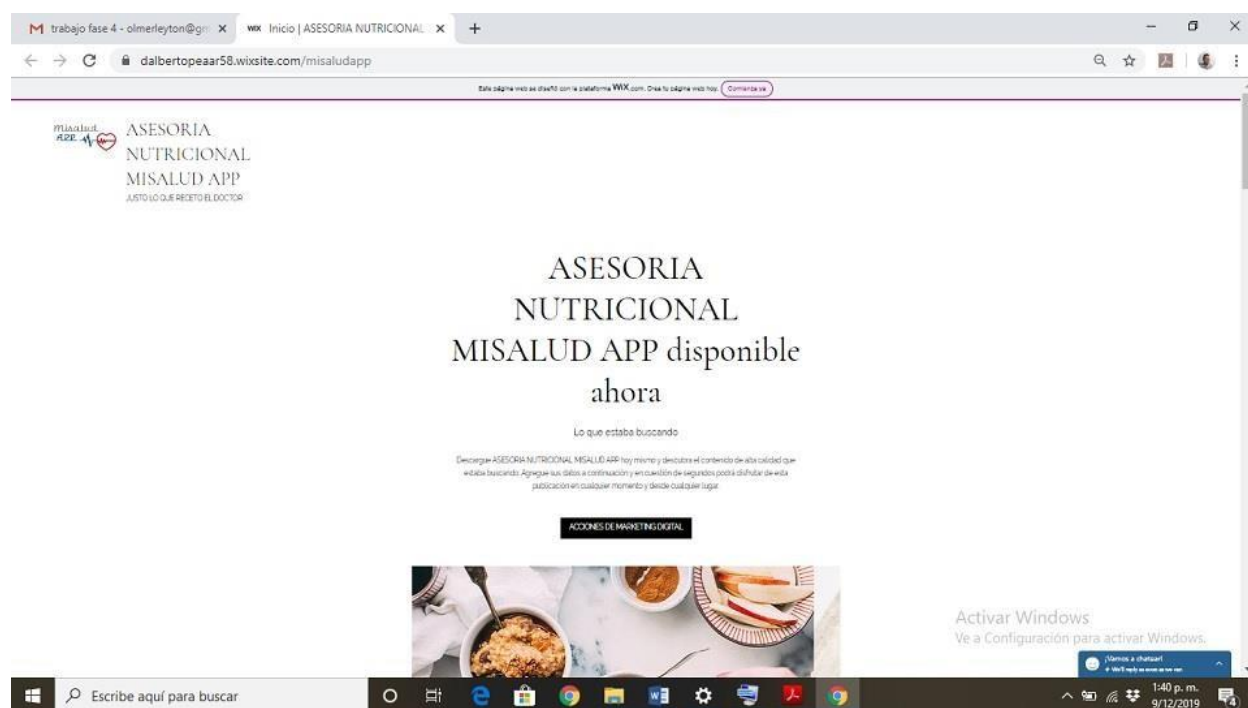
IMAGEN DE MARCA Y SLOGAN



“MiSalud App, justo lo que recetó el doctor.”

ENLACE DEL WIX CON PANTALLAZO

URL ó LINK de la wix: <https://dalbertopeaar58.wixsite.com/misaludapp>



ACCIONES DE SOCIAL MEDIA Y MARKETING DIGITAL

Social Media: Se utilizará principalmente Facebook y Youtube, debido a que el público objetivo que se tiene son personas naturales donde encontramos jóvenes y adolescentes con problemas de sobre peso, personas de bajos recursos, personas con desconocimiento de una buena alimentación. Todas las personas de los vulnerables de estratos 1 y 2 con un rango de edad

entre los 16 y 60 años, que tienen hábitos sedentarios, además de los inactivos que no realizan ejercicio actualmente.

Normalmente, sin importar el tipo de estrato las personas tienen acceso a internet principalmente a Facebook e Instagram por las zonas de WiFi gratis que tienen los municipios, y al ser personas naturales el público objetivo son clientes masivos,

Clientes masivos B2C: Consumo masivo, disperso geográficamente, compra impulsiva y basada en emociones, suele utilizarse la publicidad en medios masivos tradicionales y online.

Acciones:

- **Estrategia SEO para la Web**

A partir de la tercera página de Google ya no se puede considerar que se haga parte de internet, para atraer gran cantidad de personas se revisan los siguientes elementos:

- ✓ Análisis de los contenidos más vistos.
- ✓ Home, ventas, sobre mí o acerca de la página.
- ✓ Optimización de contenidos antiguos.
- ✓ Estrategia de enlaces.
- ✓ Palabras clave.



- **Posicionamiento de marca**

Desarrollar un plan de marketing donde se especifican las acciones para dar a conocer la marca, entre ellas el diseño de la marca y la manera de darla a conocer a través de los medios de comunicación.

- ✓ Logotipo: La marca debe transmitir lo que es la empresa con un diseño sencillo y pegadizo.
- ✓ Comunicación de marca: Toda la estrategia comunicativa, sea en Internet o en los medios tradicionales.



- **Redes sociales**

Son un canal de comunicación que facilita atender y llegar a viejos y nuevos clientes, y permite evaluar los resultados que se han obtenido:

- ✓ Crecimiento de seguidores.
- ✓ Interacciones.
- ✓ Flujo de Social Media hacia la web.
- ✓ PQR.



- **Resultados de la competencia**

Mirar los resultados de la competencia, tanto los exitosos como los que no, para aprender de ellos en aras de mejorar y no cometer los mismos errores.



- **Optimiza la diferencia**

Conocer lo que diferencia al producto y porque lo prefieren los clientes es muy importante para optimizarlo todo el tiempo. Por consiguiente, saber lo que piensan los clientes es vital y se puede lograr a través de encuestas online y offline, comentarios y testimonios y percepciones del grupo de trabajo.



- **Planificar los contenidos**

Diseñar un calendario para la web y las redes sociales con el fin de conocer el tipo de contenidos a elaborar de acuerdo a las fases del proyecto y, así mejorar las ventas.

CALENDARIO EDITORIAL ENERO											
Semana	Día	Hora	Red Social	Copywriter	Estado	Objetivo	Copy	Hashtags	Tipo de formato	Tipo de contenido	URL
01	Lunes		Twitter		Publicado	Branding			Texto	Tutoriales	
	Martes		Facebook		Programado	Engagement			Eventos	Mapa Tutoriales	
	Miércoles		Instagram		Operativo	Leads			Imagen	Revisión	
	Jueves		LinkedIn			Veritas			Infografía	Check List	
	Viernes					Publicaciones			PDF	Tips y Consejos	
	Sábado								Video	Compartir Stories	
	Domingo								Live	Casos de Éxito	
02	Lunes									Recepciones	
	Martes									Revisión	
	Miércoles									Entrevistas	
	Jueves									Clas o Foros	
	Viernes									Encuentro	
	Sábado										
	Domingo										
03	Lunes										
	Martes										
	Miércoles										
	Jueves										
	Viernes										
	Sábado										
	Domingo										

- **Diseño Web**

La página debe ser muy intuitiva para que los clientes identifiquen muy fácilmente el qué y el para qué. Tener en cuenta entre otros aspectos:

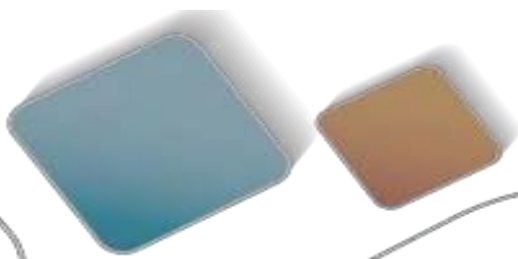
- ✓ Velocidad.
- ✓ Navegabilidad.
- ✓ Accesibilidad.
- ✓ Adaptabilidad.
- ✓ Calidad.
- ✓ Acorde con la marca.





URL O LINK DEL VIDEO DE SUSTENTACIÓN

<https://youtu.be/8d2FrYjdNRs>



CONCLUSIONES

Se encuentra que las distintas regiones del país presentan problemáticas sociales, las cuales en algunas ocasiones presentan similitudes, y poseen un nivel de impacto hacia la comunidad que requieren de su intervención a través de las alternativas de solución planteadas.

El proyecto de emprendimiento social busca mitigar el alto desconocimiento de los hábitos de vida saludable de las personas, a través de asesorías nutricionales y de entrenamiento físico buscando una mejor calidad de vida en las personas que se vean afectadas con problemas de salud y que tengan el interés y la motivación buscar la prosperidad en sus vidas.

Se identificó el proyecto de emprendimiento social que genera mayor impacto en la población y que resuelve la problemática, su factor innovador es el uso de herramientas electrónicas, lo que incrementa la cobertura y el acceso al servicio, el cual es más eficiente gracias al uso de medios convencionales y la Internet.

Existen metodologías como el Design Thinking innovador, sostenible, beneficioso para la comunidad y que permite innovar la actividad empresarial. Esta metodología a su vez cuenta con muchas herramientas que permiten plasmar la idea de negocio de comienzo a fin como por ejemplo, el modelo de negocio Lean Canvas, el cual en un lienzo que muestra en concreto el ¿cómo?, ¿qué?, ¿a quién? y ¿cuánto? del negocio.

El principal proceso del plan de marketing es la selección de las estrategias de comunicación, posicionamiento y diferenciación ya que con estas se puede determinar el método a través del cual el producto se dará a conocer y se mantendrá durante su auge y declive.

El marketing digital permite hacer un programa completo y económico de mercadeo. Se presenta como una nueva forma de publicidad que llega a un número significativo de personas dada la evolución del internet, ya que hoy día quién no tiene presencia en internet no existe.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía Municipal de Ocaña, Santander. (01 de Enero de 2012). *cdim*. Obtenido de <http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/documentos%20pdf/oca%C3%B1anortedesantanderpd20122015.pdf>

ADN Bucaramanga. (06 de septiembre de 2018). Pressreader. Recuperado de <https://www.pressreader.com/>

De Pablo J. & Uribe J. (2017). Experiencias de emprendimiento social en Iberoamérica. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/reader.action?docID=5190162&query=Experiencias+de+emprendimiento+social+en+Iberoamerica>

Colombia Joven [Colombia Joven]. (2014). *¿Qué es Innovación Social? [Archivo de video]*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=MKFltzF6ToA>

Design Thinking en español. (s.f.). Design Thinking en Español. Recuperado 19 octubre, 2019, de <https://designthinking.es/inicio/index.php>

Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010). Marketing para emprendedores. Bogotá DC, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/reader.action?docID=3193395&query=mercadeo+para+emprendedores>

Redacción APD. (2019, 8 mayo). ¿Cuáles son los objetivos del marketing digital en las empresas? Recuperado 19 noviembre, 2019, de <https://www.apd.es/objetivos-del-marketing-digital/>

Peinado, J. (2016, 25 abril). ¿Como establecer una estrategia de Marketing B2B o B2C?

Recuperado 19 noviembre, 2019, de <https://blog.fromdoppler.com/b2b-vs-b2c-cual-es-la-diferencia-entre-un-cliente-corporativo-y-uno-masivo/>



Universidad Nacional
Abierta y a Distancia