

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa de Economía Social



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

PAP3E06 Emprendimientos Sociales

Emprendimientos de Colmena Relax

PRESENTAN

Lic. Comercio y Negocios Globales. Mercedes González Hidalgo.

Lic. Comercio y Negocios Globales. Saraí Muñoz Torres.

Lic. Mercadotecnia. Florencia Calderón Cabrera.

Profesor PAP: Karla Selene Rodríguez Olea

Tlaquepaque, Jalisco, México

ÍNDICE

Contenido

Resumen	1
Glosario	2
1. Introducción	3
1.1. Objetivos.....	
1.2 Justificación.....	
1.3. Antecedentes.....	
1.4. Contexto.....	
1.4.1. Actores Principales.....	
1.4.2 Mercado e Industria.....	
2. Desarrollo	10
2.1. Sustento teórico y metodológico.....	
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.....	
2.2.1. Descripción del proyecto.....	
2.2.2. Plan de Trabajo.....	
2.3. Desarrollo y Procesos.....	
3. Resultados del trabajo profesional.....	19
3.1. Entregables	
3.1.1. Historias de Vida.....	
3.1.2. Entrevistas a Profundidad.....	
3.1.3. Desarrollo de Experiencia en la Feria de la Salud, Zoltek.....	
3.1.4. Empathy Maps.....	
3.1.5. Value Proposition Canvas.....	
3.1.6. Business Model Canvas.....	
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	47
4.1. Aprendizajes profesionales.....	
4.2. Aprendizajes sociales	
4.3. Aprendizajes éticos	
4.4. Aprendizajes en lo personal	
5. Conclusiones.....	50
6. Bibliografía.....	51
7. Anexos	52

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

El Proyecto de Aplicación Profesional de Emprendimiento Social realizado en la empresa social Comunidad Colmena. El problema identificado en la organización Colmena Relax es que el proyecto no es autosostenible tanto para Colmena como para los emprendedores. El PAP Tiene como objetivo identificar un modelo de negocio para Colmena Relax, que es parte de los servicios de masajes que ofrece Colmena a sus clientes. Tal proyecto de igual manera busca la inclusión en el campo laboral, así logrando una mejora económica en sus emprendedores, quienes tienen una discapacidad visual.

Al inicio del PAP, en las primeras semanas, se requirió hacer una investigación por medio de entrevistas, así como la elaboración de historias de vidas dirigidos a los socios y emprendedores de Colmena Relax para poder conocer más acerca del proyecto, teniendo esta información fue posible indagar sobre los objetivos que se quiere lograr, realizado por la cooperación en conjunto de los socios de Comunidad Colmena y los estudiantes del PAP.

Posteriormente se elaboró un plan estratégico donde se incluyeron actividades necesarias para resolver la problemática, el cual fue validado por los socios de Comunidad Colmena.

Glosario

Para mejor comprensión de este documento hemos realizado un glosario, en el cual se describen conceptos o palabras claves.

- **Emprendimiento Social:** es el proceso mediante el cual los ciudadanos construyen o transforman instituciones o sistemas para resolver problemas sociales. Implica la creación de nuevos equipos y recursos que mejoren la capacidad de la sociedad para abordar problemas y así, maximizar el impacto social a través de la sustentabilidad y la sostenibilidad.
- **Emprendedor Social:** Es la persona que busca resolver los problemas sociales o ambientales más apremiantes de manera innovadora y con un enfoque de impacto sistémico.
- **Empresa Social:** Organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios que busca tener un impacto social o ambiental positivo y mediable. Dicho impacto debe ser de forma sostenible, es decir, que genere sus propios recursos para seguir desarrollando sus actividades.
- **Comunidad Colmena:** es una organización que conecta a empresas con pequeños productores mediante oportunidades de comercio justo y sustentable basados en los principios de la economía solidaria.
- **Colmena Relax:** proyecto que busca apoyar a emprendedores capacitados en Masoterapia, brindándoles la oportunidad de aplicar sus habilidades en empresas que buscan darle un incentivo de calidad a sus trabajadores.
- **Ciente:** persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente.
- **Consumidor o Usuario Final:** son las empresas o personas que adquieren los servicios de Colmena Relax para obtener un beneficio.
- **Modelo de Negocios:** Es la descripción de la forma como cada negocio ofrece sus productos o servicios a los clientes, cómo llega a estos, su relación con ellos y cómo la empresa gana dinero.
- **Mapa de Empatía:** es una herramienta que nos ayuda a entender mejor a nuestro cliente a través de un conocimiento más profundo del mismo, su entorno y su visión única del mundo y de sus propias necesidades.
- **Lienzo de la Propuesta de Valor:** herramienta que nos permite contraponer las necesidades de tu segmento de clientes con tu proposición de valor.
- **Business Model Canvas:** un instrumento que facilita comprender y trabajar con el modelo de negocio desde un punto de vista integrado que entiende a la empresa como un todo. Se compone de 9 bloques que representan las áreas clave de una empresa.
- **Propuesta de Valor:** es la solución para el cliente, qué resuelves para tu cliente y cómo le damos respuesta con los productos o servicios de nuestra empresa.

1. Introducción

1.1. Objetivos:

Objetivo general:

Identificar un modelo de negocio que desarrolle la auto sostenibilidad del proyecto Colmena Relax.

Objetivos específicos:

1. Identificar cuál es la propuesta de valor que ofrece Colmena Relax para los emprendedores.
2. Identificar cuál es la propuesta de valor que ofrece Colmena Relax para los usuarios.
3. Generar un modelo de negocio de Centro Colmena Relax.
4. Validar el modelo de negocio de Centro Colmena Relax.

1.2. Justificación

El desarrollo de este proyecto es importante, ya que el emprendimiento social es un modelo que transforman instituciones o sistemas para resolver problemas sociales; este implica la creación de nuevos recursos que mejoren y desarrollen un impacto social a través de la sustentabilidad y la sostenibilidad. Los beneficios que se busca lograr en Colmena Relax son la auto sostenibilidad de ambos actores involucrados (Colmena y emprendedores), apoyar la inclusión social de personas con discapacidad o debilidad visual, ofreciéndoles un espacio donde se puedan desarrollar de manera personal y laboral; además de brindarles una oportunidad de trabajo digno y satisfacer una necesidad latente en el mercado de estrés y que realmente la alternativa de los masajes crezca en el mercado y cultura mexicana de manera profesional.

1.3 Antecedentes

Comunidad Colmena, es una organización que inició en 2015 y comenzó a operar en agosto del 2016, las socias iniciales son Adriana, Magda y Helena. El objetivo de Colmena en general es a microempresarios con talentos que buscan emprender, brindar oportunidades de comercio justo y sustentable basados en los principios de *emprendimiento social* y siempre enfocándose en la inclusión social y así, brindarles oportunidades de trabajo.

Con el impulso que ofrece Colmena, los microempresarios tienen la oportunidad de expandir su mercado de una manera atractiva, profesional y digna. Entre las líneas que ofrece Comunidad Colmena está Colmena Relax, Colmena Care, Colmena Clean, Colmena Eventos y talleres Colmena.

Colmena Relax es un servicio de masajes impartido por masoterapeutas con discapacidad visual. Todo comenzó con el trabajo de Elena siendo directora del DIF e invitando a su compañera Adriana a trabajar con ella, durante

su trabajo, detectaron que había personas con discapacidad visual que recibían certificados como masoterapeutas por parte del DIF y que, además, estas personas ya tenían estudios y conocimientos previos. Con su talento, sensibilidad y crecimiento intelectual, al fundar Comunidad Colmena, Adriana y Elena decidieron contactar a estos emprendedores y fundar el proyecto Colmena Relax que, a través de su red de microempresarios, pudieran invitar a personas que cuentan con el talento y buscan una oportunidad de trabajo a ofrecer su servicio en empresas con un giro social y que buscarán incentivar a sus empleados.

El objetivo de Colmena Relax, es llevar servicio de masajes a empresas para que sus empleados puedan tener un momento de relajación ya que, según datos proporcionados por la OMS, México es el país del mundo con más estrés laboral en sus habitantes. Colmena Relax es consciente que cuando un trabajador está bajo un nivel alto de estrés reduce el 13% de la productividad, por lo cual los servicios de masajes que ofrece son impartidos por masoterapeutas que tienen experiencia con distintas técnicas y tipos de masajes.

Colmena Relax tiene una ventaja competitiva ya que no se ha identificado competencia directa que ofrezca una propuesta social similar; ya que el servicio no se imparte directamente en las empresas, y al ser un servicio que lo brindan personas con discapacidad visual, se genera una diferenciación, ya que es conocido que las personas con estas características desarrollan mucho más el sentido del tacto. En menos de un año consiguieron sus primeros 20 clientes, manteniéndose en precios accesibles para las empresas, aunque es concreto que la empresa busca obtener una cartera de clientes más amplias y ofrecer la oportunidad de brindar un servicio individual y personalizado.

Los problemas que fueron surgiendo en el proyecto de Colmena Relax son los siguientes:

Las ventas no son estables (la contratación de los servicios es muy irregular), no se cuenta con estacionalidad (no se conocen las temporadas altas y bajas) y no se cuenta con un medio de difusión.

1.4. Contexto

En este apartado se presenta el contexto del proyecto Colmena Relax. En él se presentan datos que nos permite conocer detalles del funcionamiento del entorno en el que se desenvuelven día con día los diversos actores que participan dentro de este proyecto.

1.4.1. Actores de Colmena Relax



¿Qué necesidades Resuelve?



Desarrollo laboral



Disminuye el estrés laboral



Integración Social



Incentivos - Empleados satisfechos

1.4.2. Mercado e Industria

Para comprender el contexto en el que se desarrolla Colmena, debemos de comprender la industria y el mercado en el que se desenvuelve. Para ello, se realizó una investigación con la finalidad de identificar el tamaño de población de las personas que cuentan con discapacidad visual en el estado de Jalisco, el número de personas activas económicamente que presentan una discapacidad visual, así como la localización de empresas socialmente responsables y distintivas por CEMEFI (Centro Mexicano Para La Filantropía) ubicadas en el Estado de Jalisco. Para poder realizar la siguiente investigación se utilizaron datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).

POBLACIÓN TOTAL CON DISCAPACIDAD Y SU DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR TIPO DE LIMITACIÓN JALISCO, 2010.

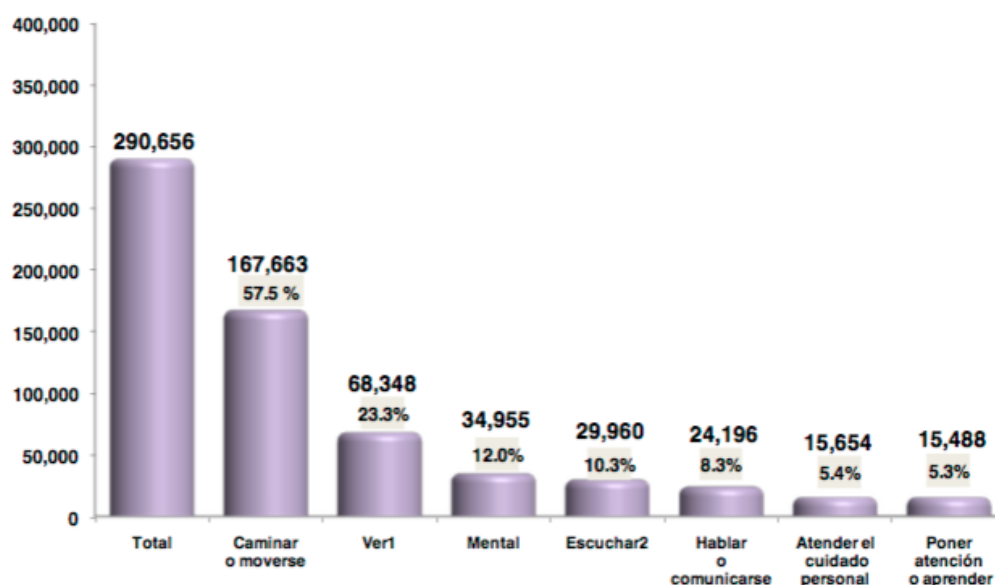


Tabla 1.4.1

Fuente: Elaborado por el Consejo Estatal de Población con base en INEGI; Censo de Población y Vivienda 2010.
Nota: La suma de los porcentajes puede ser mayor a 100%, debido a la población que tiene más de una limitación.

En la siguiente tabla se expone el total de la población que presenta una o varias discapacidades en Jalisco. En ella podemos identificar que las personas que padecen una discapacidad visual representa el 23.3% del total de la población con discapacidad en Jalisco, es decir, durante el año 2010 se identificaron 68,348 personas con discapacidad visual dentro del Estado de Jalisco.

TASA DE PARTICIPACIÓN ECONÓMICA DE POBLACIÓN CON DISCAPACIDAD DE 15 AÑOS Y MÁS, POR TIPO DE DISCAPACIDAD 2014

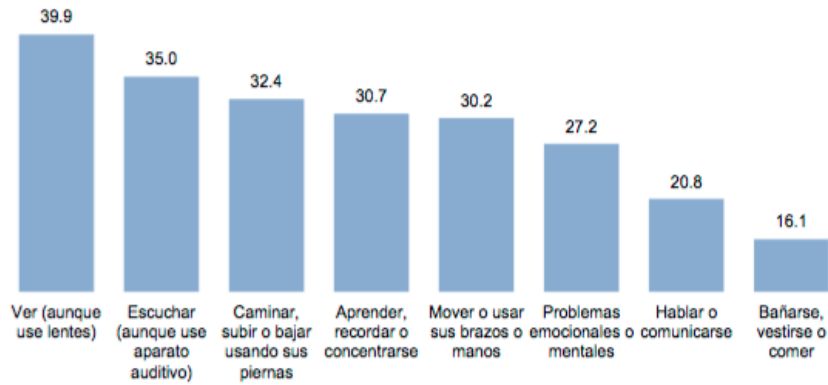


Tabla 1.4.2

Fuente: INEGI. Encuesta de la Dinámica Demográfica 2014. Base de datos.

Nota: La tasa se calculó con base en el total de discapacidades reportadas por la población de 15 años y más para cada tipo de discapacidad.

En la tabla 1.4.2 se puede observar que las actividades económicas de las personas con discapacidades varían con respecto a la discapacidad que cuenta cada individuo. En México, durante el año 2014 se identificó que las personas con dificultades severas o graves para ver son las personas que más participan en actividades económicas.

TASA DE PARTICIPACIÓN ECONÓMICA DE LA POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MÁS, POR ENTIDADES FEDERATIVAS SEGÚN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD 2014.

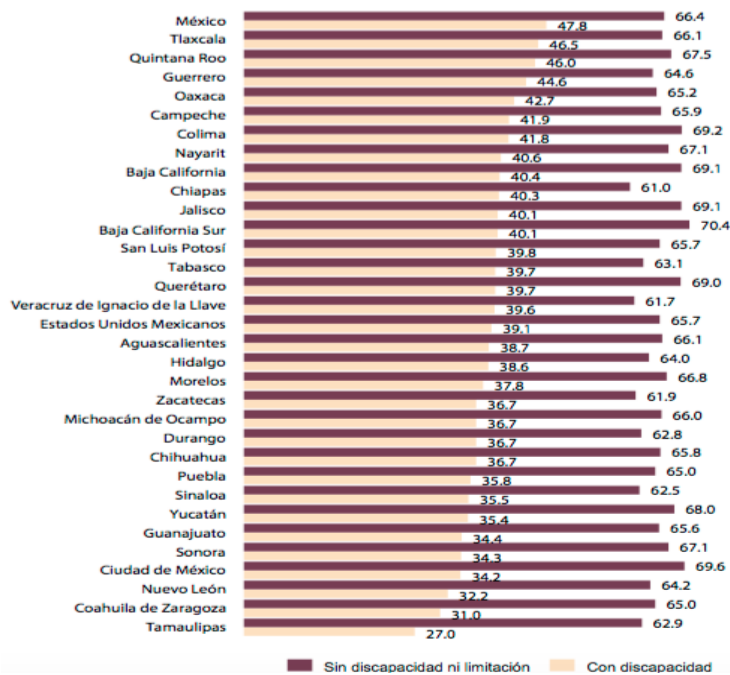


Tabla 1.4.3

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica 2014. Base de datos.

En la tabla 1.4.3 se presentan los porcentajes de participación económica en personas sin discapacidad, ni limitación, así como con discapacidad en las Entidades Federativas. Enfocándonos al Estado de Jalisco pudimos identificar que el 69.1% de la población que participa económicamente son personas sin discapacidad o limitación, en cambio el 40.1% se conforma con personas que cuentan con una discapacidad o limitación que cuentan con participación económica.

Enfocarnos ahora en las Empresas Socialmente Responsables, pudimos identificar que durante el año 2017 obtuvieron el distintivo de Empresa Socialmente Responsable únicamente 1,505 empresas en todo México. En el Estado de Jalisco únicamente se localizaron 148 empresas, lo cual representa el 9.833% del total de empresas en México, según los datos proporcionados por CEMEFI.

Empresas Socialmente Responsables del Estado de Jalisco

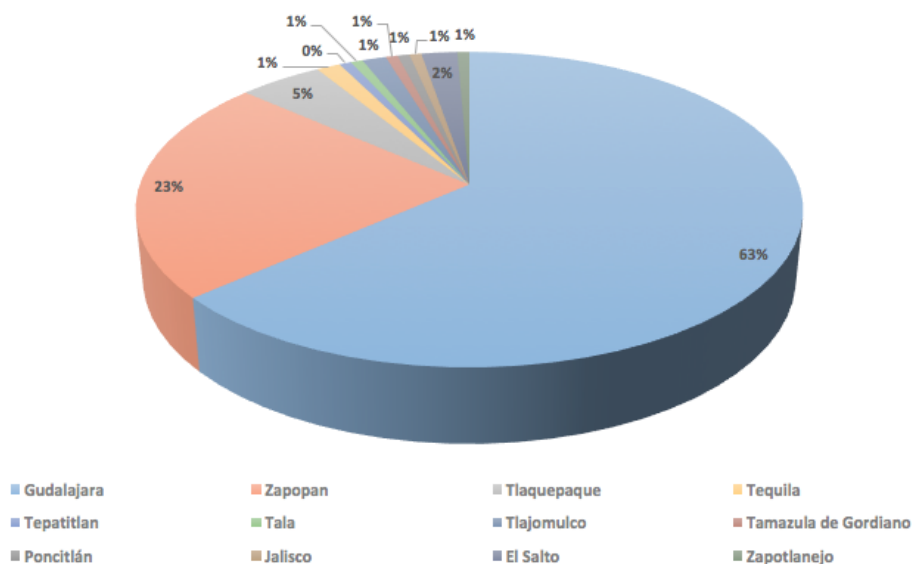


Gráfico 1.4.5

Fuente: CEMEFI. Base de Datos. Elaboración propia.

Como se puede observar en el gráfico 1.4.5 hay 18 municipios dentro del Estado de Jalisco, en los cuales se ubican Empresas Socialmente Responsables. La mayor parte se concentran en los municipios de Guadalajara con un 63%, Zapopan con 23% y Tlaquepaque con el 5%.

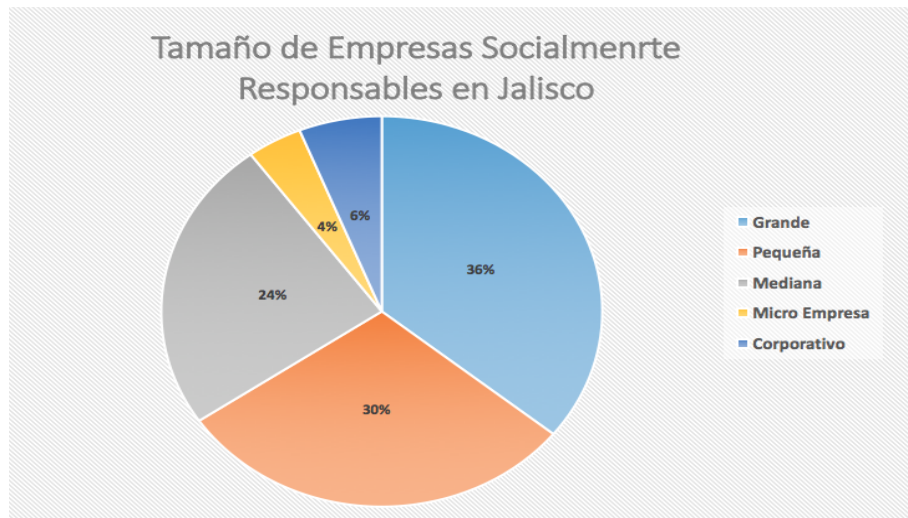


Gráfico 1.4.6

Fuente: CEMEFI. Base de Datos. Elaboración propia.

En el gráfico 1.4.6 se puede observar el tamaño de las Empresas Socialmente Responsables ubicadas en el Estado de Jalisco. Actualmente el segmento al que se dirige Colmena específicamente para el proyecto Relax son empresas Grandes, Medianas y/o Corporativos. Lo cual consideramos es una buena oportunidad de crecimiento, ya que el 36% de las empresas son Grandes, el 24% medianas y los corporativos únicamente representan el 6%.

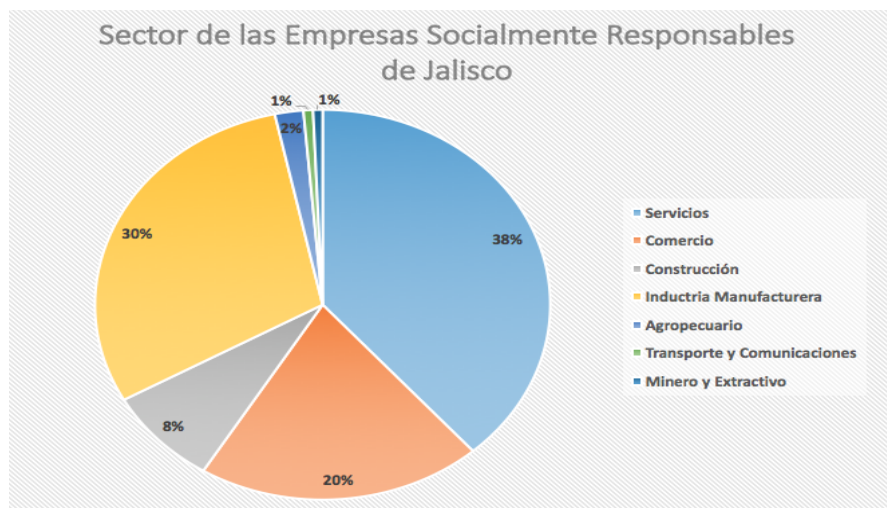


Gráfico 1.4.4

Fuente: CEMEFI. Base de Datos. Elaboración propia.

En el gráfico 1.4.4 se pueden observar los sectores en los que se desarrollan las empresas Socialmente Responsables. Se localizaron principalmente siete sectores. De estos siete sectores, tres son los más significativos: Servicios con un 38%, Industrias Manufacturera con 30% y Comercio con un 20%.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico:

Es importante aclarar que el proyecto de Colmena Relax está basado en su totalidad con el concepto de emprendimiento social, no busca ser una empresa filantrópica. Es importante definir ambos términos.

Según la Real Academia Española, la filantropía es un concepto utilizado de manera positiva para hacer referencia a la ayuda que se ofrece al prójimo sin requerir una respuesta o algo a cambio. A diferencia del emprendimiento social, el cual busca ofrecer ayuda y resolver un problema, pero es importante aclarar que involucra el concepto de un negocio tradicional el cual incluye generar ingresos y, por lo tanto, una utilidad. El propósito de Colmena siempre ha sido unir y resolver problemas sociales; más, sin embargo, su principal objetivo no es solo generar un impacto social sino también, tener y brindar una sustentabilidad económica.

De acuerdo con el autor Juan del Cerro, en el libro ¿Qué es el emprendimiento social?, las empresas sociales combinan los elementos de una fundación sin fines de lucro y la de empresas tradicionales para crear un modelo sustentable que atienda las más importantes problemáticas sociales, Colmena siempre ha tenido la intención de ayudar pero a la vez, generar ingreso y hacer crecer la comunidad es por eso que se busca validar la apertura de un centro que permita brindar más capacidad económica y de crecimientos para los actores involucrados.

Con base al problema y objetivos planteados se realizó un plan de trabajo con la intención de describir cada actividad a realizar. Este apartado busca desarrollar y explicar cada una de las tareas y explicar cada concepto; el lector será capaz de comprender las herramientas seleccionadas y cómo ayudarán a resolver la problemática planteada.

Las actividades y herramientas utilizadas son las siguientes:

❖ Entrevista a profundidad y encuestas:

La entrevista es una herramienta que permite reunir a dos personas, en la cual se genera un intercambio de información entre ambas partes. A diferencia de una conversación común, la entrevista tiene un propósito determinado.

El éxito de la entrevista se determina con una previa definición de objetivos y, además, la habilidad que tiene el entrevistador para dirigir la plática y enfocarse en la información de interés. La entrevista a profundidad debe de analizar y elegir al mejor candidato que coincida con las características solicitadas y que pueda brindarte la información.

Por otra parte, la encuesta es una herramienta que facilita la recopilación de datos en base a una variedad de objetivos planteados previamente. La encuesta se basa en la selección de una muestra que presente características similares; a diferencia de la entrevista, la encuesta permite reunir datos de manera más rápida y brinda datos cuantitativos, la entrevista a profundidad nos brindará más información de manera cualitativa

La intención de utilizar estas herramientas es poder conocer el valor por parte de los roles involucrados (emprendedores y usuarios), que nos ayudarán a definir posteriormente la propuesta de valor del modelo de negocio.

❖ Mapa de la empatía/Empathy Map:

El Mapa de la empatía es una herramienta que nos ayudará a confirmar quien es el cliente, su problemática y la propuesta de valor que se le va a ofrecer. El mapa de la empatía permite personalizar, caracterizar y conocer el segmento de mercado, generando un perfil de clientes que cuentan con las mismas características.

La herramienta se base en distintos pasos que son los siguientes:

- **Qué ve:** Cuál es su entorno y cómo es; qué amistades posee; qué propuestas le ofrece ya el mercado.
- **Qué dice y hace:** Cuál es su actitud en público, qué aspecto tiene; cómo se comporta, qué contradicciones tiene.
- **Qué oye:** Qué dicen (o le dicen) sus amistades, su familia, su personal, sus jefes o jefas, las personas influyentes de su entorno; a través de qué canales multimedia le llega la información.
- **Qué piensa y siente:** Qué es lo que realmente le importa; cuáles son sus principales preocupaciones, inquietudes, sueños y aspiraciones.

A partir de las variables mencionadas, se obtienen otras dos características más:

- **Esfuerzos que realiza:** A qué le tiene miedo; cuáles son las barreras y obstáculos que se encuentra para obtener lo que desea; con qué riesgos se tropieza en su camino y debe asumir; qué esfuerzos o riesgos no asumirá. *(Qué le frustra)*
- **Resultados:** Los beneficios que espera obtener: cuáles son sus necesidades o deseos reales; cómo mide el éxito, en función de qué; cómo podría alcanzar sus objetivos. *(Qué le motiva)*

Los resultados del mapa de la empatía orientaran a desarrollar una propuesta de valor y el diferenciador. Una ventaja es que conoceremos perfectamente cómo el producto/servicio puede reducir los esfuerzos o miedos y cómo el producto/servicio ofrece los beneficios que el cliente espera o desea. El mapa de la empatía permitirá al proyecto, generar perfiles, conocer aún más la propuesta de valor y comenzar a validarla.

❖ Lienzo de la proposición de valor/Value Proposition Canvas:

Después de la realización del Mapa de la Empatía y una vez que se obtengan las frustraciones y motivaciones (Pain and Gains), se plantea un lienzo que valide y proyecte cómo reducir los esfuerzos, miedos y cómo ofrecer los beneficios que espera o desea.

El lienzo de la proposición de valor, busca contraponer y observar las necesidades de tu perfil de cliente con tu oferta de valor. Los pasos a realizar son los siguientes:

- 1. Observar a nuestros clientes** con el empathy map realizado del usuario y emprendedor, donde enlista los trabajos que se tiene que hacer con los perfiles, los objetivos que este persigue (beneficios mínimos, esperados, deseados) y los dolores (problemas, obstáculos, riesgos) que padece.
- 2. Crear valor con el Value Map** se presenta el producto/servicio, que ganancias aportan y que dolores alivian. La elaboración del Mapa de Valor busca proyectar:
 - Listado de todo lo que ofrecerás en tu producto/servicio.
 - Aliviadores de dolor: Describe como el producto/servicio aliviará los dolores específicos proyectados por nuestro perfil.
 - Creadores de valor: Describe como nuestro producto/servicio crea beneficios positivos para nuestro perfil.

3. El encaje entre ambas: Relacionar nuestra propuesta de valor con las necesidades del cliente.

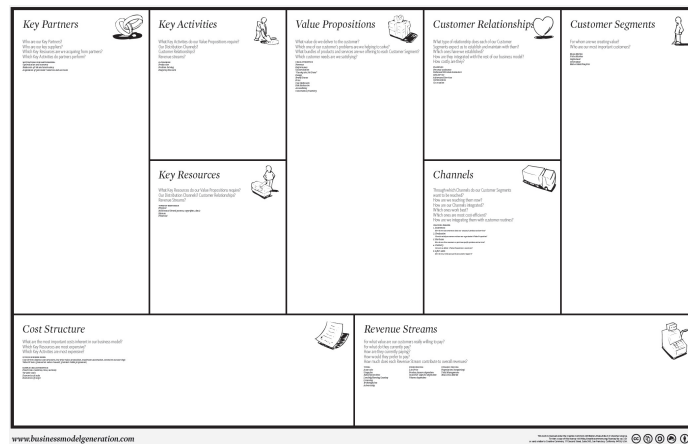
Como ya se había mencionado, esta herramienta nos permitirá validar el Empathy Map y una buena opción de valor, para continuar con la siguiente herramienta que es el Modelo de Negocio y plantar la propuesta de valor definitiva.

❖ **Lienzo de Modelo de Negocio/Business Model Canvas:**

Por último, la herramienta gráfica que nos mostrará finalmente cuál es el negocio adecuado y representarán todos los elementos que forman el negocio es el Lienzo del Modelo de Negocio. El Business Model Canvas es una herramienta de trabajo estratégica creada por Alexander Osterwalder, que permite describir todos los elementos que requiere una empresa para ser, existir y funcionar.

El Lienzo del Modelo de negocio busca representar a la empresa con 9 sencillos módulos, la finalidad es que estos módulos cubran la parte más básica de una empresa que es: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Ejemplo:



Una vez que las herramientas utilizadas anteriormente nos ayuden a definir la propuesta de valor definitiva, se colocará en el lienzo y se comenzarán a trabajar los otros elementos. Es importante mencionar que el lienzo se divide en dos partes; la parte derecha abarca todos los elementos del cliente (relaciones, canales y segmento), la parte izquierda abarca todas las actividades, recursos clave y obligaciones que se tiene como empresa; por último, se observa la estructura de costos y la línea de ingresos.

A continuación, se describirán cada uno de los 9 bloques:

- ❖ **Segmento de clientes:** Determinar el segmento o nicho de mercado al cual te vas a dirigir.
- ❖ **Propuesta de valor:** ¿Cuál es el problema a resolver? ¿Qué te va a diferenciar?

- ❖ **Canales:** Identifica cuál va a ser el medio por el que vas a hacer llegar tu propuesta de valor a tu segmento de clientes objetivo.
- ❖ **Relación con clientes:** Determinar cómo será la relación con tu cliente ¿Dónde comienza y dónde termina?
- ❖ **Recursos Claves:** ¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo la actividad de una empresa?
- ❖ **Actividades Clave:** Las actividades centrales para la empresa.
- ❖ **Asociaciones Clave:** Enumera los agentes con los que necesitas trabajar para hacer posible el funcionamiento del modelo de negocio (alianzas estratégicas, proveedores)
- ❖ **Estructura de Costes:** Después de analizar las actividades clave, los recursos clave y asociaciones clave, reflexiona sobre los costes que tiene tu empresa.
- ❖ **Flujo de ingresos:** Actividades para saber cómo se va a generar ingresos.

Todas las herramientas descritas anteriormente nos darán la oportunidad de generar opciones y validar un modelo de negocio que podrá beneficiar el proyecto de Colmena Relax y basarnos específicamente en la opción y validación del centro Relax.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

2.2.1. Descripción del proyecto:

A través de la problemática y objetivos planteados, nos basaremos en una solución trabajada por la empresa misma. La idea del proyecto es la investigación y validación para la apertura de un centro para Colmena Relax, que permita ofrecer el servicio de masajes. La propuesta de solución del proyecto incluye investigación a profundidad de la propuesta de valor ofertada a los distintos roles involucrados (emprendedores y usuarios), validación de la propuesta de valor y si los resultados son positivos, en cuanto la idea del centro, generar un modelo de negocio que indique las mejores opciones para que el negocio pueda operar exitosamente y lleguemos a una solución donde todas las partes involucradas se encuentren satisfechas, para finalmente, obtener la auto sostenibilidad del proyecto Colmena Relax.

Los procesos a realizar son los siguientes:

1. Elaboración de entrevistas a profundidad para los emprendedores y usuarios, tanto nuevos como usuarios que ya han recibido el servicio así, se busca conocer el valor que ofrece Colmena Relax hacia ellos.
2. Una vez obtenida la información, la elaboración de mapas de empatía, para cada uno de los perfiles investigados (emprendedores y usuarios).
3. Realización del Lienzo de Proposición de valor, complementado con los mapas de empatía realizados y finalmente validar la propuesta de valor del centro.
4. Elaboración y estructura del Modelo de negocio del centro Colmena Relax.

2.2.2. Plan de trabajo

El siguiente diagrama tiene como intención demostrar el plan de trabajo, que describe las actividades a realizar, tiempos y recursos necesarios.

Actividades/Tareas	Res	Recursos	Semana														
			4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		
1 Diagnóstico, validar plan de trabajo, e informar citas para entrevistas		Contactos de emprendedores y citas con usuarios de empresas	■														
2 Elaboración de cuestionario para entrevista profunda y encuestas a emprendedores y usuarios		Reunirnos con Fernando y Rossy y entrevistarlos		■													
3 Entrevista profunda a emprendedores y comenzar a generar citas		Obtener el contacto del emprendedor y entrevistarlos, comenzar agendando citas con usuarios			■												
4 Entrevista profunda a emprendedores y citas agendadas con usuarios		Entrevistas profundas faltantes con emprendedores y citas agendadas con usuarios				■											
5 Entrevista profunda y encuesta a usuarios (5 usuarios)		Cita con usuarios y entrevistas profundas (feria de la salud)					■										
6 Entrevistas profundas con Vanilla SYS*		Cita con usuarios y entrevistas profundas						■									
7 Empathy Map por perfil (2)		Impresión de empathy maps y realizarlos en lugar de trabajo							■								
8 Value Proposition Canvas y Estructura del Business Model del centro (parte derecha de los usuarios)		Impresión de Value Proposition Canvas, llenado en lugar de trabajo e iniciar BMC, profundizando en el área del cliente								■							
9 Validar del Business Model Canvas del Centro (parte derecha de los usuarios)		Profundizar en el área del cliente, validar con emprendedores y usuarios; además de validar la estructura de costos con emprendedores									■						
10 Estructura del Business Model del Centro		Continuación de business model canvas, enfatizando en los costos del centro y terminarlo										■					
11 Afinación de detalles y faltantes		Validación practica del centro											■				
12 Entrega de propuesta y trabajo final																■	

2.3. Desarrollo y procesos:

El siguiente apartado tiene como intención describir el desarrollo de cada actividad realizada y los procesos que se requieren seguir para finalmente cumplir los objetivos previamente definidos del proyecto. Anteriormente se presentó una visualización del Plan de Trabajo, el propósito es brindar una breve explicación del desarrollo y la aplicación.

- Se elaboraron entrevistas profundas para los actores involucrados en el proceso (emprendedores y usuarios). La manera en la que se realizó fue a través de una guía de preguntas adaptadas para cada uno de los actores; la intención de las entrevistas profundas es conocer e indagar el valor que brinda Colmena a cada uno de ellos y como lo hace, cuáles son los aspectos negativos y los cambios que les gustaría que hubiesen (datos cualitativos).

A continuación, se presenta imágenes de las guías de entrevista y encuestas. Las guías de entrevista y encuestas redactadas, se encuentran en anexos.

Guía de entrevistas a Emprendedores:

Cuestionario Profundo para Emprendedores

Objetivo: Identificar la propuesta de valor que ofrece Colmena Relax a sus Emprendedores.

1. ¿Qué representa Colmena Relax para ti?
2. En general, ¿Qué ha hecho Colmena Relax por ti?
3. ¿Cómo los servicios que ofrece Colmena Relax a resuelven tus necesidades o problemas?
4. ¿Qué beneficios recibes por parte de Colmena Relax?
5. ¿Qué consideras que diferencia a Colmena Relax de trabajar por tu cuenta?
6. ¿Cuál es tu experiencia trabajando en Colmena Relax?
7. ¿Por qué escoges trabajar con Colmena Relax?
8. ¿Cómo visualizas a Colmena Relax en un futuro?
9. ¿Te visualizas siendo parte del equipo de Colmena Relax a largo plazo?
10. Si tú estuvieras a cargo del proyecto Colmena Relax ¿qué cambiarías o agregarías?
11. ¿Qué esperas recibir por parte de Colmena Relax?
12. ¿Cuales son los retos más importantes a los que te enfrentas al dar un servicio con Colmena Relax?

Anexo 1

Guía de entrevista a Usuarios

Cuestionario Profundo para Usuarios

Objetivo: Identificar la propuesta de valor que ofrece Colmena Relax para el usuario final.

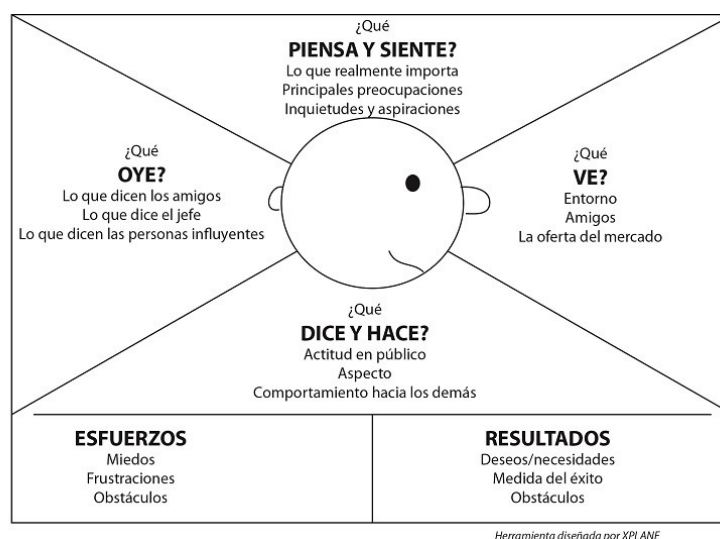
SOLTEC - FERIA DE LA SALUD

1. ¿Cuál es tu edad?
2. ¿Cuándo te encuentras muy estresado/a o tienes mucha carga de trabajo qué actividades o servicios buscas para desestresarte?
3. ¿Alguna vez te han realizado algún masaje? (No, pasar a la pregunta 9)
4. ¿Qué tan frecuente sueles realizarte un masaje?
5. ¿Qué tipo de masaje sueles hacerte? Relajante, reductivo, fisioterapeútico, mesoterapeútico, etc.
6. ¿Cuánto has pagado por recibir el servicio?
7. ¿En qué lugares sueles realizarte el masaje?
8. ¿Qué diferencia notaste entre este masaje a los otros que has recibido?*
9. ¿Qué beneficios consideras que te ofrece este tipo de servicio que acabas de recibir?
10. ¿Qué fue lo que más te gustó de este servicios que acabas de recibir?
11. ¿Si tuvieras la oportunidad de cambiar o añadir algo que sería?

Anexo 2

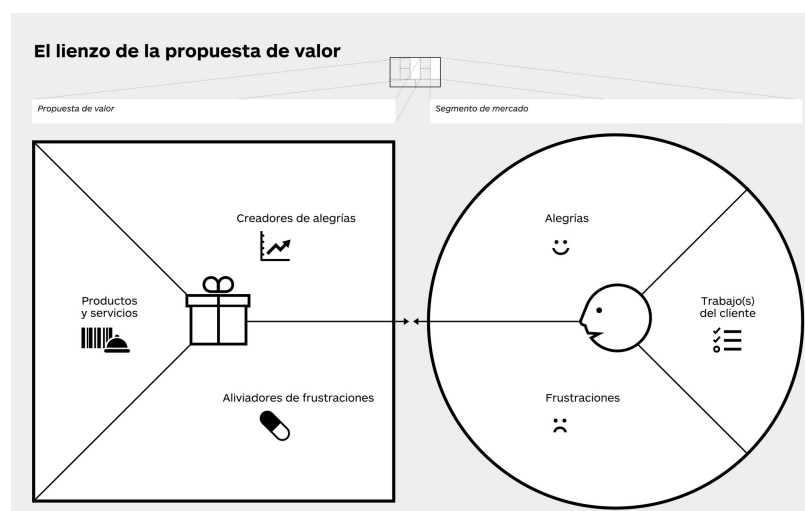
Una vez concluidas las entrevistas, se realizará un análisis de los hallazgos y datos más importantes obtenidos, tanto de los usuarios, como de los emprendedores. Se mandarán imprimir dos mapas de la empatía, herramienta que nos permitirá crear un perfil por cada actor analizado, el propósito es conocer, en su totalidad, a cada uno de los perfiles, pero específicamente saber qué beneficios busca y que es lo que lo frustra. Cada uno de los mapas se llenará, y nos permitirá realizar un diagnóstico por perfil. El mapa de la empatía es una herramienta que nos ayuda a conocer más a los actores involucrados y nos permite crear y dejar más claro el perfil del usuario, lo que busca, beneficios, frustraciones y lo que se debe de evitar; además, que aporta para la conceptualización de la propuesta de valor.

Imagen Mapa de la Empatía



Posteriormente al llenado de los mapas de empatía, se realizarán los lienzos de la proposición de valor, se mandarán imprimir dos lienzos por cada perfil analizados y el llenado de cada uno de estos. Se planteará la propuesta de valor, se colocará cada perfil y la información de los esfuerzos y resultados, para después, integrar la necesidad que vamos a resolver con lo que está buscando el perfil. La diferencia entre esta herramienta y el mapa de la empatía es que el mapa de la empatía nos ayudará a identificar el lienzo de proposición de valor nos ayudará a vaciar y posteriormente, identificar la propuesta de valor.

Imagen del Lienzo de Proposición de Valor



Durante el transcurso y desarrollo del proyecto, se notaron diferencias entre las socias Colmena y los emprendedores; por lo cual, se decidió realizar una tabla comparativa que demostrara todas las discrepancias que estaban ocurriendo; además, se tuvo la oportunidad de acudir a uno de los servicios ofertados por Colmena en una feria de la salud por parte de la empresa Zoltek, tuvimos la oportunidad de vivir la experiencia ofertada y notar detalles a mejorar. Todos estos puntos se analizarán a través de dos tablas comparativas, una mostrará lo observado por parte de Colmena, la empresa Zoltek y la sugerencia; por otra parte, la otra tabla comparativa mostrará la diferencia de opiniones entre Colmena, los emprendedores y sugerencias/conclusiones para la mejora y desarrollo de estas.

Por último, se realizará el modelo de negocio, se definirá un orden y una serie de preguntas para definir cada uno de los módulos del modelo, después se comenzará el llenado de la parte derecha del canvas, el cual define el cliente y posteriormente la parte izquierda. El llenado del modelo de negocio se basará en la respuesta de las preguntas realizadas y la información obtenida previamente y con las otras herramientas; el llenado de la parte izquierda que representa más a la empresa, se llenará con la ayuda de Colmena.

Es importante aclarar que, durante el llenado, el modelo de negocio estará dirigido a los dos perfiles analizados, ya que no será la misma propuesta de valor para el perfil del usuario, como para el perfil del emprendedor, es por esto que se realizará cada concepto en distintos colores, en el mismo canvas.

Se determinó que el modelo de negocio es una buena herramienta, ya que al finalizar el proyecto tendremos una respuesta y validación sobre qué tan oportuno es la apertura del Centro Colmena y es necesario que si ese centro, tiene la intención de operar, cuente con un modelo de negocio bien definido.

Imagen Lienzo Modelo de Negocios

<p>Key Partners</p> <p>Who are our key partners? Who are our suppliers? Which key activities do we outsource from partners? Which key activities do partners perform? Channels: Distribution: Production: Infrastructure: Suppliers: Partners:</p>	<p>Key Activities</p> <p>What key activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? Channels: Distribution: Production: Infrastructure: Suppliers: Partners:</p>	<p>Value Propositions</p> <p>What value do we deliver to the customer? What pain and/or customer problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying? Channels: Distribution: Production: Infrastructure: Suppliers: Partners:</p>	<p>Customer Relationships</p> <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? How do we create, build and maintain these relationships? How are they integrated with the rest of our business model? Channels: Distribution: Production: Infrastructure: Suppliers: Partners:</p>	<p>Customer Segments</p> <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers? Channels: Distribution: Production: Infrastructure: Suppliers: Partners:</p>
<p>Key Resources</p> <p>What key resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? Channels: Distribution: Production: Infrastructure: Suppliers: Partners:</p>	<p>Channels</p> <p>Through which channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them today? How are our Channels integrated? Which one works best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer relationships? Channels: Distribution: Production: Infrastructure: Suppliers: Partners:</p>	<p>Revenue Streams</p> <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How much do they really pay? How much do they expect to pay? How much do they expect to pay? Channels: Distribution: Production: Infrastructure: Suppliers: Partners:</p>	<p>Cost Structure</p> <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which key Resources are most expensive? Which key Activities are most expensive? Channels: Distribution: Production: Infrastructure: Suppliers: Partners:</p>	

www.businessmodelgeneration.com

© 2010 Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Business Model Generation, Inc. All rights reserved. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike license.

3. Resultados del trabajo profesional

En este apartado se presentan los resultados obtenidos del trabajo profesional. En ellos se muestran las herramientas que se aplicaron con la finalidad de obtener la información necesaria para el desarrollo del proyecto, como lo fueron las historias vidas, los cuestionarios y entrevistas, las cuales nos permitirán validar la propuesta de valor de ambos actores, así como el objetivo general y los objetivos específicos.

Aplicación de Historias de vidas:

Se aplicaron 6 formatos de entrevista para conocer las historias de vida de los distintos actores que forman Comunidad Colmena. Las 6 personas que se entrevistaron para formar las historias de vida fueron:

Socias Colmena

- Adriana Jácome de Anda
- María Elena Valencia González

Emprendedores

- Fernando Magallanes Franco
- María del Rosario Sánchez Ramírez
- Oscar Alberto Aguirre Covarrubias
- Joel Topete Torres

Aplicación de entrevistas profundas:

Se aplicaron 4 entrevistas profundas a los emprendedores que juegan un rol muy importante en la construcción de este proyecto. La intención de realizar las entrevistas profundas fue conocer la propuesta de valor que ofrece Colmena hacia ellos.

Los emprendedores que entrevistamos fueron los siguientes:

Emprendedores

- Fernando Magallanes Franco
- María del Rosario Sánchez Ramírez
- Oscar Alberto Aguirre Covarrubias
- Joel Topete Torres

Consumidores o Usuarios Finales

La intención inicial era realizar entrevistas y encuestas a usuarios que ya habían recibido el servicio y usuarios nuevos; debido a los tiempos y el no tener la oportunidad de asistir a una empresa que ya había recibido el

servicio, se realizaron únicamente 25 entrevistas profundas a consumidores finales que se realizaban el servicio por primera vez, en la Feria de la Salud que organizó la empresa Zoltek.

Cabe mencionar que los siguientes resultados están basados en los comentarios realizados por los 25 usuarios entrevistados en la Feria de la Salud de Zoltek y lo observado en el desarrollo del proyecto.

3.1. Entregables

A continuación, se presentarán todos los entregables realizados por orden y se proyectarán los resultados de cada una de las herramientas utilizadas.

3.1.1. Entregables: Historias de Vidas

ADRIANA JACOME DE ANDA

Edad: 30 años

Socia, fundadora y participa en la parte financiera, contable y ventas.

DATOS SOBRE ADRIANA

ESTUDIOS CERTIFICACIONES	DATOS LABORALES	INTERESES
<p>Contaduría y Finanzas en el Tecnológico de Monterrey</p> <p>Estudió un MBA en ITESO</p> <p>Actualmente se esta desarrollando y capacitando en Responsabilidad Social Empresarial</p> <p>Intercambio en Australia</p>	<p>Trabajó en una casa de bolsa.</p> <p>Flextronics</p> <p>AMBA (Asociación Mexicana de Banco de Alimentos)</p> <p>HP</p> <p>Directora de operaciones en el DIF</p>	<p>Beliveo, administró el departamento de finanzas</p> <p>Comunidad Colmena</p> <p>Bancos de Alimentos</p> <p>Emprendimiento Social</p> <p>Hobbie es viajar</p> <p>Ayudar a desarrollar las capacidades de cada persona y más si son personas que viven en situaciones vulnerables</p>

NECESIDADES Y DESESOS

- **MÁS TIEMPO PARA SUS PROYECTOS**
- **DEDICARSE POR COMPLETO AL EMPRENDIMIENTO SOCIAL**
- **COLMENA COMO UNA ORGANIZACIÓN RENTABLE**

Hay muchas cosas que se quieren realizar y no hay tiempo para desarrollarlo.

Considera que actualmente las empresas sociables no generan la misma utilidad a una empresa común, y si se requiere sustentabilidad para vivir.

Encontrar un equilibrio donde siga apoyando la parte social, pero al mismo tiempo formar parte de lo empresarial.

MARIA ELENA VALENCIA GONZÁLEZ

18 de Marzo de 1980

Socia, fundadora



DATOS SOBRE ADRIANA

ESTUDIOS CERTIFICACIONES

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Maestría de Gestión Estratégica de Proyectos Union Europea

Maestría en Desarrollo Social en la Universidad Panamericana

Diplomados y cursos orientados a la asistencia social

DATOS LABORALES

Comisión Nacional Forestal

BANCOMEX ahora conocido como PROMEXICO

AMBA (Asociación Mexicana de Banco de Alimentos)

Representante legal en México de la Marca Tequilera

Tráfico internacional de exportaciones e importaciones de tequila

Ayuntamiento de Zapopan

Directora de General de Desarrollos Social del Ayuntamiento

Hambre Cero

Comunidad Colmena Consultoria

INTERESES

Servicio Social

Viajar

Acompañamiento

Adquirir conocimientos o aprender.

Negocios



NECESIDADES Y DESEOS

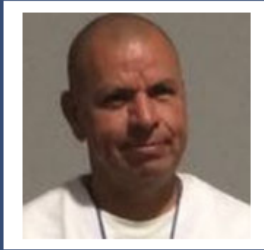
- **MÁS TIEMPO PARA SUS PROYECTOS**
- **CONCILIAR LOS PRECIOS DEL MERCADO**
- **COLMENA COMO UN VEHÍCULO**

No le puede dedicar el tiempo que quisiera, porque tiene necesidades económicas que satisfacer.

Ser competitivos a nivel de costo, ya que es uno de los factores con mayor peso par la decisión de compra.

Colmena sea un referente del desarrollo de las personas con mayor vulnerabilidad, para que las personas puedan utilizar su capacidades y sueños se conviertan en proyectos.

EMPRENDEDOR



JOEL TOPETE TORRES

21 de Junio de 1973

Discapacidad: Perdió la vista hace cinco años debido a Glaucoma.



DATOS SOBRE ADRIANA

ESTUDIOS CERTIFICACIONES

Estudió en CRI Zapopan

Estudió en cecati 54

Tiene varias certificaciones, una de ellas fue otorgada por ABORA (Organización Española)

DATOS LABORALES

Vivió en EEUU donde era Coordinador de eventos.

Ofrece servicios sus servicios desde el 2011

Colabora con Colmena

Actualmente trabaja en el DIF dando masajes.

Se especializa en aromaterapia, reflexoterapia, masoterapia y técnica de velo de ángel.

INTERESES

Su interés por los masajes comenzó siendo lirico; es decir, aprendía en base a practicas y observaciones

Viajar (playa)

Baile, es la forma en la que se desestresa.

Café

DATOS PERSONALES

Estado Civil: Soltero



NECESIDADES Y DESEOS

● CLIENTES

Quiere dar a conocer sus servicios, ya que da servicios a domicilio pero le faltan clientes. Que los masajes ofertados no se dirijan únicamente a empresas.

● ESTABILIDAD A FUTURO

Satisfecho con el número de masajes que realiza, pero le gustaría poder tener más estabilidad económica para un futuro, ya que no tiene manera de ahorrar.

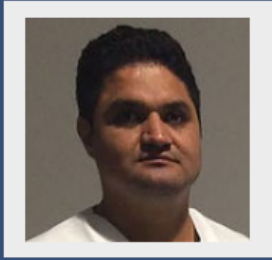
● PRECIO Y TIPO DE SERVICIO

Le gustaría que el costo de sus servicios no fueran tan bajos, ya que prefiere dar un servicio bajo pero más trabajo que un costo competitivo. o que el único masaje ofertado sea el shiatsu.

● ESTABILIDAD EN LOS SERVICIOS

Falta mucho crecimiento, le gustaría que los trabajos fueran más constantes.

EMPRENDEDOR



FERNANDO MAGAÑANES FRANCO

Nació el 24 de Febrero de 1984

Discapacidad : Retinosis pigmentaria desde nacimiento.



DATOS SOBRE FERNANDO

ESTUDIOS CERTIFICACIONES

Estudios hasta Preparatoria
Estudió y aprendió a realizar los masajes en el consultorio de su hermano.
Masoterapeuta. estudio en Academia 36
Actualmente esta estudiando en CECATI 190 computación y ofimática

DATOS LABORALES

Vivió y trabajó dando masajes por un periodo en USA.
Cuenta con una cabina para realizar masajes.
Colabora con COLMENA
Da clases de computación, repara computadoras, instala programas y antivirus.
Especialidades: masajes relajantes, reductivo, terapeuta deportivo, shiatsu, tuina, lomilomi, drenaje linfático, holístico, velo corporal, exfoliante, velos hidratantes.

INTERESES

Educación Especial.
Ayudar a las personas.
Ajedrez
Le apasiona la musica. Forma parte de un grupo musical.

DATOS PERSONALES

Estado Civil: Casado
Padre de un pequeña.



NECESIDADES Y DESEOS

- **CLIENTES**
- **INGRESOS MÁS ESTABLES**
- **MÁS MASAJES POR PARTE DE COLMENA**

Fernando tiene pocos años en Guadalajara, por lo cual no tienen suficientes clientes. Lo que Colmena hace por él es brindarle la oportunidad de conectarlo con posibles cliente.

Al tener pocos clientes, los servicios son pocos y muy variables, lo cual afecta la tranquilidad de Fernando, ya que no cuentan con una estabilidad económica.

Un deseo de Fernando es que Colmena le ofrezca como mínimo un servicio semanal. Ya que esto le ayudaría a tener un ingreso más estable.

EMPRENDEDORA



MARÍA DEL ROSARIO SÁNCHEZ RAMÍREZ

Nació 23 de octubre de 1974

Discapacidad : Le detectaron un tumor en el cerebro, fue entonces cuando la trasladaron a Guadalajara y perdió la vista.



DATOS SOBRE ROSY

ESTUDIOS CERTIFICACIONES

Actualmente esta cursando la Preparatoria Abierta.

Masoterapeuta. estudio en Academia 36

Estudio la especialidad en cultura de belleza.

DATOS LABORALES

Contaba con su estética.

Cuenta con una cabina para realizar masajes.

Colabora con COLMENA

Especialidad: masaje relajante, ejecutivo, reductivo, lomilomi, velo corporal y exfoliaciones.

INTERESES

Vivir la experiencia de ser madre.

Le gusta la belleza

Le apasiona hacer masajes y que las personas queden satisfechas.

Pasar tiempo con su familia.

DATOS PERSONALES

Estado Civil: Casada

Madre de un pequeña.



NECESIDADES Y DESEOS

● CLIENTES

Rosy tiene pocos años en Guadalajara, por lo cual no tienen suficientes clientes. Lo que Colmena hace por ella es brindarle la oportunidad de conectarlo con posibles cliente.

● INGRESOS MÁS ESTABLES

Al tener pocos clientes, los servicios son pocos y muy variables, lo cual afecta la tranquilidad de Rosy, ya que no cuentan con una estabilidad económica.

● MÁS MASAJES POR PARTE DE COLMENA

Un deseo de Rosy es que Colmena los conecte con más clientes por medio de los servicios que Colmena les solicita, por lo cual Rosy espera que se le soliciten más servicios.

Conclusiones Historias de Vidas

Socias Colmena:

Analizando las historias de vida de Adriana y Elena pudimos identificar que hay un deseo en común, las dos desearían poder tener más tiempo para Comunidad Colmena, pero como no bien lo menciona Elena, tienen necesidades económicas que satisfacer.

También pudimos identificar algunas discrepancias en la información que nos brindaban ambas socias, ya que Elena menciona que considera necesario conciliar los precios con el mercado, es decir, hacerlos más competitivos. Al contrario, Adriana nos comenta que ella considera que los precios y costos que tienen son los adecuados.

Por último, ambas socias buscan alcanzar la sostenibilidad para Colmena, para así poder brindarles oportunidades viables de crecimiento y desarrollo a los emprendedores.

Emprendedores:

Analizando las historias de vida de Fernando y Rosy identificamos que Colmena Relax les ofrece una oportunidad significativa de desarrollo laboral y seguridad económica. Ya que valoran las conexiones que Colmena les proporciona cuando se le solicitan servicios. De igual forma valoran la seguridad que les provee Colmena, ya que cuando se les solicitan los servicios saben de antemano que tendrán trabajo, y por consiguiente comida segura. Por último, los emprendedores desearían y esperan que Colmena les pueda solicitar más servicios.

3.1.2. Entregables: Entrevistas a Profundidad

Se realizaron entrevistas a profundidad con los emprendedores, para que esto fuera posible fue necesario hacer la entrevista de manera personal durante el transcurso de dos semanas nos reunimos con Fernando y María del Rosario en su casa. Con Oscar y Joel se hicieron por medio de una llamada telefónica con la intención de recaudar información clave del papel de los emprendedores dentro de Colmena Relax, la intención era conocer la propuesta de valor que les ofrece Colmena a ellos y, por otra parte, se realizaron entrevistas profundas a los usuarios, para conocer el valor que ofrece Colmena Relax a los usuarios.

A continuación, se presenta imágenes de las guías de entrevista. Las guías de entrevista y encuestas redactadas, se encuentran en anexos. Se realizaron 4 entrevistas a profundidad de los 4 emprendedores que participan con Colmena y 25 entrevistas profundas a consumidores finales que se realizaban el servicio por primera vez, en la Feria de la Salud que organizó la empresa Zoltek.

Los emprendedores entrevistados son:

- Fernando Magallanes Franco
- María del Rosario Sánchez Ramírez
- Oscar Alberto Aguirre Covarrubias
- Joel Topete Torres

En resumen, estos fueron los resultados que obtuvimos por parte de las entrevistas profundas para conocer la propuesta de valor hacia los emprendedores y usuarios:

Emprendedores:

Los emprendedores se enfrentan a un gran reto cuando trabajan independientemente o por su cuenta, ya que se enfrentan a barreras que le impiden su desarrollo y crecimiento laboral. Las barreras que nos mencionan los emprendedores son las siguientes: falta de clientes, pocos servicios e ingresos variables.

Por otro lado, cuando los emprendedores colaboran con Colmena Relax ellos perciben que les ofrece una gran oportunidad, ya que les evita la necesidad de buscar clientes, les ofrece una gran cantidad de servicios, pero sobre todos les ofrece seguridad económica.

Los emprendedores se sienten satisfechos de colaborar con Colmena, pero les gustaría que Colmena les solicitara más servicios y que contará con un centro o lugar acondicionado para que ellos puedan realizar sus servicios.

EMPRENDEDORES

Dificultades del trabajo individual

- FALTA DE CLIENTES
- INGRESOS VARIABLES
- POCO TRABAJO O SERVICIOS

¿Qué representa COLMENA para los emprendedores?

- CONEXIÓN CON CLIENTES
- DESARROLLO LABORAL
- INGRESO MÁS ESTABLE

¿Qué esperan recibir?

- Más solicitud de servicios.
- Un centro acondicionado para realizar los servicios. Para poder ofrecer todos los servicios con los que cuenta.

Usuarios:

Para crear un perfil de los usuarios que han recibido los masajes para captar las características que se busca desea tener al acudir a Colmena Relax teniendo en cuenta el análisis de las variables y de las necesidades. Las entrevistas se realizaron a los usuarios nuevos adquiridos en la Feria de la Salud de Zoltek donde fue contratado el servicio de Colmena Relax. En la terminación de cada masaje se le pedía a cada persona el contestar de algunas preguntas rápidas, arrojándonos la siguiente información.

Los usuarios disfrutaron mucho del servicio que ofreció Colmena Relax. La mayoría de los usuarios mencionaron que al final del día se sienten muy cansados y estresados y que las actividades que realizan para relajarse es ir a la playa, pero no es algo que puedan hacer muy común. Más del 60% de los usuarios no habían recibido masajes o no conocían el beneficio de ellos.

Los usuarios mencionaron que los masajes más conocidos o los que alguna vez habían contratado el servicio eran para masajes relajantes o reductivos. El 25% de los usuarios fueron mujeres y todas ellas, conocían y habían recibido el servicio; por otro lado, muy pocos de los usuarios de género masculino habían contratado este tipo de servicios.

Los lugares más mencionados para realizar masajes fueron hoteles spa, pero mencionaron que los servicios suelen ser muy caros. El rango de precio pagado, que el usuario que ha recibido fue entre \$700 a \$1500 pesos.

El usuario mencionó que el servicio es normalmente contratado por el género femenino, pero que la publicidad o difusión de los beneficios harían que los hombres contraten y busquen más el servicio. El 100% de los usuarios mencionó que definitivamente sería un servicio que contratarían para relajarse y desestresarse de vez en cuando, ya que es un servicio más accesible y no requiere de tanto tiempo (días libres o vacaciones), pero que es necesario que haya más publicidad para que se considere como una opción, ya que muchos no lo consideran porque no se les ocurre o desconocen.



3.1.3. Tabla Comparativa Entrevistas (Colmena y Emprendedores)

Tras terminar las entrevistas a Colmena y a los emprendedores, surgió una desigualdad acerca algunos puntos de vista. Para lograr plasmar los puntos de vista de ambos lados, se presenta la siguiente tabla comparativa donde se señala las diferencias que existen entre los dos elementos a comparar.

	Colmena	Emprendedores	Observaciones
Captación de clientes	<p>La publicidad que tiene Colmena Relax es de Boca en Boca, comienza el servicio por contactos y ahora es más por recomendaciones. No hay difusión de otra manera.</p> <p>La contratación de sus servicios es muy irregular, las ventas dependen mucho de las socias para darle seguimiento y realizar llamadas. “</p>	<p>Les gustaría que Colmena les solicitara más servicio, ya que existe poca difusión del proyecto, muchos usuarios no saben lo que es un masaje, sus beneficios por lo tanto, su captación de clientes se ve reducida y sus ingresos bajos.</p>	<p>La poca publicidad baja las posibilidades de captación de nuevos clientes por lo que se debe buscar alternativas de difusión. Al ya contar con página web, se podrían usar otras redes sociales y éstas sean actualizadas constantemente para iniciar con una captación de clientes variada.</p> <p>Si se llega a contar con un centro o lugar acondicionado para que los servicios sean de mejor calidad, un poco más rápido, tener un mejor flujo de clientes, los precios de los masajes crezcan, se puedan ofertar otro tipo de masajes, tener una cartera de clientes más amplia.</p>
Costos	<p>Existe discrepancia entre lo que piensan las socias de Colmena, ya que Elena comentó: “El precio de los masajes no es competitivamente adecuado para el mercado. Podría ser mayor”.</p> <p>En cambio, Adriana opina que “El costo del servicio para la empresa es de \$95 pesos por persona y es el adecuado”. Cabe mencionar que ella es la encargada de realizar las cotizaciones y sacar los costos de cada servicio.</p>	<p>Los cuatro emprendedores comentaron que los precios del servicio Shiatsu es muy bajo.</p> <p>El masaje que se desea hacer con mayor frecuencia es el relajante, ya que el precio es mayor y el tiempo es de 1 hora.</p>	<p>Se debe de realizar una investigación del mercado en el cual se pueda identificar el precio ideal de estos servicios.</p>
Pagos	<p>El 100% de las ganancias van para los emprendedores. Esto representa el mínimo que se requiere para que los emprendedores se superen.</p> <p>Los pagos se realizan en las fechas acordadas.</p> <p>Las finanzas siempre está al corriente y en perfectas condiciones.</p>	<p>No sabe si reciben el 100% de las ganancias y los pagos se hacen con retardo a veces de más de 1 mes.</p>	<p>A los emprendedores les hace falta conocer bien las ganancias contempladas antes y después del servicio.</p> <p>Es importante que se les esté informando acerca del pago, por si existen retardos los emprendedores tengan conocimiento y puedan contemplarlo.</p> <p>Esto se puede llevar a cabo con reuniones mensuales.</p>
Operativas	<p>Existe una gran organización, en cuestión de procesos y toma de decisiones.</p> <p>A los emprendedores se les paga el servicio de transporte, pago que se realiza por parte de Colmena o la empresa.</p> <p>“Los emprendedores tienen un descanso de 15 minutos por cada 4 masajes, lo hacemos para que no se sientan muy agotados”.</p>	<p>La repartición y división del trabajo no es del todo justa, ya que en ciertas ocasiones no se aclara la cantidad de trabajos por emprendedor y esto ha llegado a ocasionar problemáticas entre ellos.</p> <p>La empresa no les paga el servicio de transporte. “El transporte de la feria de la salud, lo pagamos entre nosotros y no hemos recibido ni el pago del servicio ni del transporte”.</p>	<p>Colmena podría implementar un formato de organización tal como una matriz de asignación de responsabilidades. Haciendo reuniones con todos los emprendedores y dividir los masajes de manera igualitaria para que todos estén de acuerdo con sus roles.</p> <p>Los emprendedores y Colmena deben de definir los tiempos de descanso de acuerdo a la comodidad de los emprendedores, ya que en base a la experiencia vivida en la feria de la salud, los emprendedores no se querían tomar</p>

		“Es bueno que se definan tiempos de descanso, pero preferimos que fueran a la mitad y no cada 15 minutos, ya que nosotros calentamos y si nos tomamos 15 minutos de descanso nos enfriamos y eso hace que a la larga nos duela más a nosotros”.	el tiempo de descanso y si se forzaban cada 15 minutos, el servicio no se cumplía.
Comunicación	Hay constante comunicación todo el tiempo y también con los emprendedores, siempre se les pregunta cómo están y se les da retroalimentación.	No se reúnen todos juntos con constancia para poder poner sobre la mesa todas las indiferencias. No se establecen, ni se platican los acuerdos de pago, ni los materiales que se requieren para	La comunicación pasó a ser algo con menor importancia pero es elemental que se haga retroalimentación y se informe de posibles clientes, así como pagos, condiciones y beneficios.
Emprendimiento	Colmena proporciona una oportunidad de crecimiento y desarrollo laboral. Es un acompañamiento en el cual impulsamos la motivación e independencia del emprendedor. “Colmena es una organización que conecta a empresas con pequeños productores mediante oportunidades de comercio justo y sustentable basados en los principios de la economía solidaria”	Trabajamos con Colmena, ya que nos proporciona contacto con clientes y servicios de vez en cuando. Pero no podemos depender de Colmena como fuente de ingreso.	Se debe de recuperar la idea de que es el emprendimiento social por parte de ambos. Aclarando roles.

3.1.4. Desarrollo de Experiencia de la Feria de la Salud Zoltek

Nuestra experiencia empieza con una invitación por parte de Colmena Relax. Nos invitó el 28 y 29 de septiembre del 2017 a formar parte de la feria de la salud que organizó la empresa Zoltek.

En ella pudimos conocer todo lo que implica participar o trabajar con una empresa desde la perspectiva de Colmena y de los emprendedores. Conocimos la importancia de los contactos, la atención al cliente, cómo benefician y se deben de aplicar los masajes, la organización que se requiere para poder mantener la planeación debida, los requisitos y materiales que se necesitan para realizar un servicio de calidad, entre otras cosas.

Mediante la observación y la vivencia pudimos detectar ciertos puntos que mejora, los cuales se presentan en el infográfico de la parte superior. En él se muestran dos preguntas, con las cuales pudimos identificar puntos de mejoras para Colmena y Futuros clientes.

Por parte de Colmena identificamos cinco puntos de mejoras, los cuales son:

1. La distribución y organización de los trabajadores no fue la ideal.
2. Los tiempos de descansos pueden ser descartados o reducidos.
3. Faltaron materiales fundamentales para la higiene y calidad del servicio.
4. Los usuarios desconocen la discapacidad visual, afectando la diferenciación del servicio que ofrece Colmena.
5. Falto material informativo con los cuales Colmena Relax se puede dar a conocer (trípticos, flyers, logotipo, etc.).

Por parte de Zoltek identificamos cuatro puntos de mejora, los cuales son:

1. La asignación de los servicios no fue la ideal
2. Los usuarios tardaban mucho tiempo en llegar, por lo cual se perdía mucho tiempo.
3. El espacio asignado no fue el ideal, ya que no proporcionaba el ambiente óptimo, para lograr la relajación esperada del cliente.
4. Los clientes desconocen que los masajes ya estaban previamente asignados.

Conclusiones y sugerencias:

De esta experiencia concluimos que, para poder mejorar la calidad del servicio, es fundamental cuidar la organización y planeación de los servicios, así como la comunicación entre todos los actores.

Por lo ya antes dicho, desarrollamos algunas sugerencias de mejora para Colmena Relax:

1. Contemplar un masajista extra para que realice los trabajos que van saliendo en caso de que exista un atraso.
2. Solicitar un espacio apto para realizar el servicio.
3. Exista protocolo al recibir usuario, por lo tanto, los tiempos si deben de estar muy claros.
4. Fomentar la comunicación entre organizadores y Colmena, para así poder cumplir con los horarios asignados.
5. Para dar a conocer a Colmena y a sus emprendedores, es necesario que el cliente conozca más sobre ellos. Por lo cual es necesario utilizar trípticos informativos, flyer u otros medios informativos.
6. Hablar previamente con los organizadores de todos los materiales que se requieren para hacer el servicio (condiciones del espacio, conexión eléctrica).

- Colmena podría llevar su propio anuncio y no depender del todo de la empresa.

A continuación, se presenta un icnográfico que resumen de la misma manera la experiencia de la salud en Zoltek y sus observables.

EXPERIENCIA EN LA FERIA DE LA SALUD -Retroalimentación-

¿Qué sucedió por parte de Colmena?

-  La distribución y organización de los trabajos no fue la ideal.
-  Según la percepción de los emprendedores, los descansos duraban mucho tiempo.
-  Falta de productos higiénicos para realizar el servicio (papel sanitario para silla, desinfectante).
-  El usuario desconoce cliente desconocía la discapacidad visual de los masajistas (no se fomenta la diferenciación del producto).
-  Falto materiales informativos (trípticos, tarjetas de presentación, logo).

¿Qué sucedió por parte de Zoltek?

-  La asignación de los servicios no fue la ideal.
-  Los usuarios tardaban mucho tiempo en llegar. Se perdía mucho tiempo en buscar un sustituto.
-  El espacio asignado no fue el ideal, ya que no proporcionaba las condiciones óptimas para lograr la relajación del cliente.
-  Los usuarios desconocían que el servicios estaba previamente asignados por su coordinadora.

SUGERENCIAS PARA MEJORAR

-  Contemplar un masajista extra que realice los trabajos que van saliendo en caso de que exista un retraso.
-  Solicitar un espacio apto para realizar los servicios.
-  Colmena podría llevar su propio anuncio y no depender del todo del cumplimiento de los emprendedores.
-  Exista protocolo al recibir usuario.

-  Fomentar la comunicación entre organizadores y Colmena, para así poder cumplir con los horarios asignados.
-  Para dar a conocer a Colmena y a sus emprendedores, es necesario que el cliente conozca más sobre ellos. Por lo cual es necesario utilizar algún medio informativo (trípticos, foyer, tarjeta de presentación)
-  Hablar previamente con los organizadores de todos los materiales que se requieren para hacer el servicio (condiciones del espacio).

3.1.5. Entregables: Empathy Maps

Como ya se había mencionado previamente en el documento, el mapa de la empatía es una herramienta que nos ayudará a confirmar quien es el cliente, su problemática y la propuesta de valor que se le va a ofrecer; este, permite personalizar, caracterizar y conocer el segmento de mercado, generando un perfil de clientes que cuentan con las mismas características. Se creó un avatar que representa a cada actor involucrado y cada se desarrolló cada una de las características que la herramienta presenta.

Las características analizadas en la herramienta por perfil son las siguientes: Qué ve, qué dice y hace, qué oye, qué piensa y siente, los esfuerzos que realiza y los resultados. A través de las entrevistas profundas realizadas a los emprendedores y usuarios, se generaron dos empathy map por cada actor involucrado.

Empathy Map Emprendedores:

El empathy map de los emprendedores se desarrolló de la siguiente manera:

Ella es Carlota, tiene 29 años, es soltera y tiene discapacidad visual. Ella nació en El Grullo y decidió mudarse a Guadalajara. Carlota actualmente se dedica a dar masajes, ya que tiene certificación en masoterapia. Acaba de llegar a la ciudad; por lo tanto, no tiene clientes y decidió unirse a Colmena para mejorar su situación económica. Le gusta escuchar música pop, las mascotas y viajar.

- **Qué ve: Cuál es su entorno y cómo es; qué amistades posee; qué propuestas le ofrece ya el mercado. (A qué está expuesto)**

Entorno con necesidad económica, se desarrolla en un país inseguro, el cual no incluye o habilita los servicios para personas con discapacidades. La oferta laboral no es muy extensa, se desarrolla en una comunidad excluyente.

Ella ve que los masajes se consideran como un servicio de lujo y solo cierto segmento lo pagaría.

- **Qué dice y hace: Cuál es su actitud en público, qué aspecto tiene; cómo se comporta, qué contradicciones tiene.**

Se comporta de manera natural, digna, respetuosa y profesional. Debido a la inestabilidad que Colmena le ofrece a Carlota, ella se ve en la necesidad de vender dulces para poder pagar la renta. A Carlota le gusta demostrar que es una persona independiente y capaz de realizar actividades por su cuenta.

- **Qué oye: Qué dicen (o le dicen) sus amistades, su familia, su personal, sus jefes o jefas, las personas influyentes de su entorno; a través de qué canales multimedia le llega la información.**

La sociedad y cultura mexicana no conoce qué es un masaje y los beneficios; por lo cual, no ven a los masajes como un medio para desesterarse.

Por otra parte, su familia le aconsejó que se mudara a la Cd. de Guadalajara, ya que así podrá tener más trabajo y posibilidades de crecimiento. Cuando Carlota recibe una retroalimentación por parte del cliente, ella se siente muy satisfecha, motivada y con ganas de mejorar.

- **Qué piensa y siente: Qué es lo que realmente le importa; cuáles son sus principales preocupaciones, inquietudes, sueños y aspiraciones. (EXPECTATIVAS)**

Le gusta recibir la ayuda de Colmena para obtener más trabajo y publicidad, pero al mismo tiempo si pudiera realizar la labor de ventas por sí sola, prefieren hacerlo por su cuenta para incrementar su ganancia.

Carlota le gustaría formar parte de Colmena, pero no depender de ella por la situación actual de Colmena Relax; si Colmena llegará a ofrecerle estabilidad económica fija, lugar adecuado para los servicios o más clientes, ella se comprometería al 100% con ellos.

Generar una estabilidad económica es uno de sus principales objetivos, ya que le preocupa que, si no realiza cierta cantidad de masajes, no podrá generar un ahorro para su vejez.

Carlota sueña con tener su propio Spa y tener varias sucursales, no solo en la ciudad; sino, ofrecer su servicio a hoteles spa de lujo y generar prestigio donde su nombre sea conocido. Le gustaría tener una cabina donde pueda brindar servicios de calidad y explotar todo su conocimiento; además, le gustaría brindar más servicios y no solo el de masaje relajante.

Por otra parte, a Carlota le gustaría casarse y formar una familia, pero su principal objetivo es darse a conocer, y tener un ahorro para abrir su cabina y así, despreocuparse por el futuro.

- **Esfuerzos que realiza: A qué le tiene miedo; cuáles son las barreras y obstáculos que se encuentra para obtener lo que desea; con qué riesgos se tropieza en su camino y debe asumir; qué esfuerzos o riesgos no asumirá. (Qué le frustra)**

Carlota le teme a no tener el dinero para cubrir los gastos de la casa, no tener clientes y no poder cumplir su sueño. Tiene miedo de depender de Colmena, ya que si no le ofrece servicios y ella no encuentra clientes que requieran o soliciten sus masajes, ella tendrá que regresar a su pueblo. Ella desea que Colmena funcione como proyecto, y que el beneficio sea para todos.

Le frustra que el país perciba el masaje como algo poco profesional o morboso y que no se tome con seriedad el trabajo.

- **Resultados: Los beneficios que espera obtener: cuáles son sus necesidades o deseos reales; cómo mide el éxito, en función de qué; cómo podría alcanzar sus objetivos. (Qué le motiva)**

Carlota espera recibir estabilidad económica y emocional. Esto se puede lograr con clientes y un lugar donde ella pueda ofrecer sus servicios. Ella espera lograr todo esto por medio de sus habilidades profesionales de masoterapia y técnicas complementarias. Lo que más le motiva es su desarrollo personal, laboral y también, hacer que se sientan orgullosos sus padres.

Empathy Map Usuarios:

El empathy map de los usuarios se desarrolló de la siguiente manera:

Ella es Estefanía, tiene 38 años, es casada y tiene una hija. Estefanía vive en Guadalajara y es diseñadora. Actualmente trabaja por su cuenta y es ama de casa. Su trabajo suele ser muy activo y suele abarcar mucho tiempo de su día, sobre todo porque trabaja por las mañanas y es ama de casa el resto del día; por lo tanto, se suele sentir un poco cansada y estresada. A Estefanía le apasiona ir a la playa, con su familia 2 veces al año, pero le gustaría optar por actividades o servicios que le ayuden a relajarse y desestresarse cuando no tiene la oportunidad de viajar.

- **Qué ve:** Cuál es su entorno y cómo es; qué amistades posee; qué propuestas le ofrece ya el mercado. Ella ve una ciudad saturada y agresiva, llena de tráfico. Estefanía ve en el noticiero y las redes sociales que hay mucha inseguridad; por lo tanto, le preocupa el futuro de su hija. Ella ve que el precio del dólar sigue siendo inestable y debido a esto, los precios de bienes en México siguen incrementado y a vida es un poco más cara, ella busca que su hija tenga una buena educación. Su entorno laboral involucra la construcción y mucha planeación. Ella ve ciertas recomendaciones para reducir el estrés, consejos de alimentación y nutrición para así, llevar una vida más saludable.

- **Qué dice y hace:**Cuál es su actitud en público, qué aspecto tiene; cómo se comporta, qué contradicciones tiene.

Estefanía es una persona muy positiva. Siempre se está esforzando para poder pasar tiempo con su familia, ya que es lo más importantes que el tiene. De Lunes a Sábado, por las mañanas, desayunan todos en familia, es el único momento que tienen para estar juntos, ya que su esposo se va a trabajar todo el día.

Actualmente Estefanía se siente preocupado por su hija, ya que está por terminar la preparatoria y le gustaría que tuviera la oportunidad de estudiar en una excelente Universidad; su esposo, comenzó trabajar horas extras y ella a realizar trabajos extras; además de dar pie a la casa y ser mamá. Casi siempre ambos, se sienten exhaustos, y eso la hace sentir preocupada, ya que sabe que tiene consecuencias en su salud.

- **Qué oye:** Qué dicen (o le dicen) sus amistades, su familia, su personal, sus jefes o jefas, las personas influyentes de su entorno; a través de qué canales multimedia le llega la información.

Estefanía suele escuchar muchos programas en la radio y en la tele, escucha que hay muchas enfermedades a causa de la alimentación y estrés. Ella oye que su esposo se queja porque se siente muy cansado y que no invierte mucho tiempo con su hija; además su esposo le dice que le gustaría tener una actividad para ellos dos y escuchó que una actividad beneficiosa para desestresarse y relajarse son masajes. Ella oye que los masajes es un servicio que está más enfocado a las mujeres y no a los hombres, pero que esto debe de cambiar ya que el beneficio y el servicio es para ambos géneros; además, que si requieres de un servicio de calidad debes de ir a un spa o lugar prestigioso y normalmente los servicios son caros.

- **Qué piensa y siente:** Qué es lo que realmente le importa; cuáles son sus principales preocupaciones, inquietudes, sueños y aspiraciones.

Ella se siente triste y agobiada porque le gustaría pasar más tiempo con su familia. Ella considera la opción sobre los masajes, como un momento para consentirse y en algún momento a su esposo, además siente que es una buena opción para todos.

Ella siente que merece y necesita contratar un servicio por el estilo, ya sea un día en el spa que incluya masaje y otros servicios, de esta manera ella se sentiría más feliz. Estefanía no tiene mucho conocimiento sobre los beneficios, únicamente que puede ayudarla a relajarse, a pesar de que ya ha recibido el servicio.

Aunque Estefanía ya está decidida que es una buena opción para ella y en un futuro para su familia, está un poco preocupada porque no sabe dónde podría obtener el servicio que sea profesional y seguro (ya que en los lugares donde ha recibido el servicio son en hoteles spa). Estefanía quisiera saber que otros masajes existen y cuál es el beneficio de cada uno.

- **Esfuerzos que realiza:** A qué le tiene miedo; cuáles son las barreras y obstáculos que se encuentra para obtener lo que desea; con qué riesgos se tropieza en su camino y debe asumir; qué esfuerzos o riesgos no asumirá. *(Qué le frustra)*

Estefanía tiene miedo a que, si continúa con un estilo de vida lleno de estrés, se pueda enfermar en un futuro. Ella se esfuerza para que su matrimonio funcione, realizar lo que le gusta (diseño), estar presente para su hija y ser pie de casa, aunque tanta actividad la mantiene ocupada todo el tiempo y quiere encontrar un balance, o por lo menos un tiempo libre para ella y si le gusta el servicio para su esposo e hija.

Estefanía teme que no encuentre un lugar lo suficientemente bueno, quiere que sea un lugar seguro, con certificación, limpio, profesional y que le ofrezcan una buena experiencia, se puedan relajar. Estefanía teme que el precio, de los lugares recomendados o los que encuentren, sean demasiado elevados para el servicio que puedan recibir.

- **Resultados:** Los beneficios que espera obtener: cuáles son sus necesidades o deseos reales; cómo mide el éxito, en función de qué; cómo podría alcanzar sus objetivos. *(Qué le motiva)*

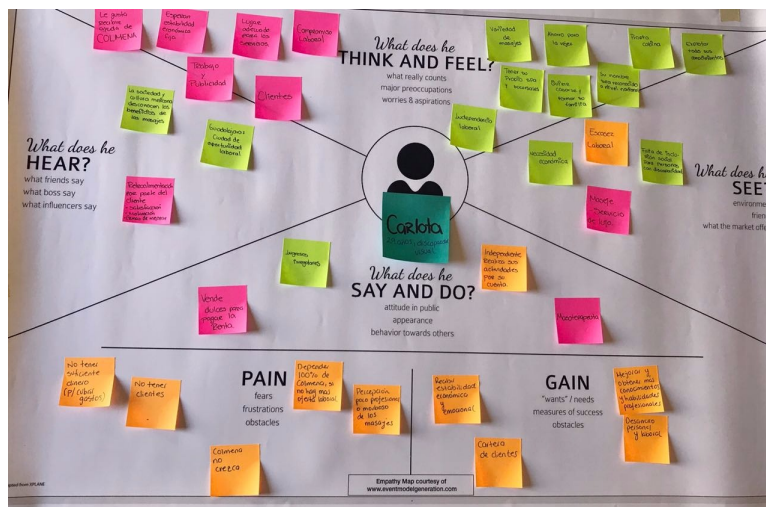
Estefanía busca encontrar actividades que la beneficien a ella y a su entorno. A ella le gustaría escuchar recomendaciones a través de sus amistades o la radio sobre dónde ir, los beneficios, tipos de masaje, etc. A Estefanía le encantaría encontrar un centro especializado, con personas profesionales que brinden una amplia

categoría de masajes y le especificuen el beneficio de cada uno, le gustaría que los masajes no pasarán del rango de 500 a 850 pesos por masaje o que le ofrecieran un paquete, de esa manera ella estaría dispuesto a pagar un poco más.

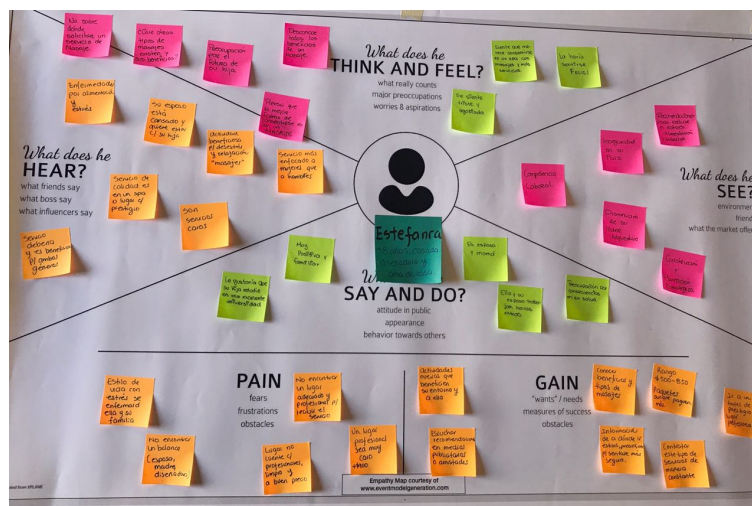
Si Estefanía supiera a través de recomendaciones, o medios publicitarios más información sobre a dónde ir, los estilos, precios, beneficios, el lugar que le brinde más información, le dará más seguridad y optará por esa opción; incluso, Estefanía, está dispuesto asistir a un hotel de prestigio, si ofrecen únicamente el servicio de masajes con tal y que pueda obtener una actividad extra que la beneficie a ella y contratar ese servicio de manera constante.

Los empathy map se presentaron de manera física, con la intención de ubicar cada rubro en base a palabras claves y estos fueron los resultados:

Emprendedores:



Usuarios:



A continuación, se presenta una tabla comparativa, para conocer de manera más concreta los resultados que presentó cada empathy de acuerdo a los avatares creados.

Características	Emprendedores (Carlota)	Usuarios (Estefanía)
¿Qué piensa y siente?	<ul style="list-style-type: none"> -Le gusta recibir ayuda de Colmena. -Espera estabilidad económica y financiera. -Lugar adecuado para los servicios. -Compromiso laboral. -Trabajo y publicidad. -Más clientes. -Variedad de masajes. -Tener independencia laboral. -Trabajo reconocido a nivel nacional. -Propia cabina. -Ahorro para la vejez. 	<ul style="list-style-type: none"> -Se siente triste, agobiada y estresada. -Siente que una buena opción para consentir es a través de un masaje. -No sabe dónde solicitar un masaje bueno y profesional. -No sabe cuáles son los tipos de masaje y sus beneficios.
¿Qué ve?	<ul style="list-style-type: none"> -Escasez laboral. -Necesidad económica. -Masaje un servicio de lujo. -Falta de inclusión social para personas con discapacidad. 	<ul style="list-style-type: none"> -Competencia laboral. -Inseguridad en su país. -Recomendaciones para tener una vida más sana. -Disminución de su poder adquisitivo.
¿Qué oye?	<ul style="list-style-type: none"> -La sociedad y cultura mexicana desconoce los beneficios de los masajes. -Guadalajara, una ciudad con oportunidad laboral. -Retroalimentación por parte del cliente como: satisfacción, motivación, ganas de mejorar. 	<ul style="list-style-type: none"> -Enfermedades por alimentación y estrés. -Actividades beneficiosas para reducir estrés: "masajes". -Los masajes es un servicio más enfocado para las mujeres que para los hombres. -Son servicios caros. -Servicio de calidad únicamente en un spa o lugar de prestigio. -Servicio es beneficioso para ambos géneros.
¿Qué dice y hace?	<ul style="list-style-type: none"> -Masoterapeuta. -Vende dulces para cubrir sus gastos y pagar la renta. -Ingresos irregulares. -Es independiente, ya que realiza actividades por su cuenta. 	<ul style="list-style-type: none"> -Persona positiva y familiar. -Esposa y mamá. -Ella y su esposo trabajan horas extras. -Le gustaría que su hija reciba educación de calidad.
Esfuerzos	<ul style="list-style-type: none"> -No tener suficiente dinero para cubrir sus gastos. -No tener clientes. -Colmena no crezca. -Depender 100% de Colmena, si no hay oferta laboral. -Percepción poco profesional o morboso sobre los masajes. 	<ul style="list-style-type: none"> -Estilo de vida con estrés enfermará a ella y su familia. -No encontrar un balance (mamá, esposa, diseñadora). -Lugar de masajes que no sea profesional, limpio y a buen precio. -No encontrar un lugar adecuado para recibir el masaje. -Que el servicio de masaje sea muy caro (arriba de los \$900 pesos)
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> -Recibir estabilidad económica y emocional. -Cartera de clientes. -Mejorar y obtener más conocimientos y habilidades profesionales. -Desarrollo personal y laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> -Actividades nuevas que beneficien a ella y su entorno. -Escuchar recomendaciones en medios publicitarios o amistades. -Conocer los beneficios y tipos de masajes. -Información sobre a dónde ir (estilos, precios, beneficios) para sentirse más segura. -Que el rango de los masajes sea entre \$500 - \$850. -Paquetes de servicios, aunque pague un poco más. -Contratar este tipo de servicios de manera constante.

3.1.6. Entregables: The Value Proposition Canvas

Como ya se había mencionado previamente en el documento, el Value Proposition Canvas es una herramienta que nos permite validar la necesidad a resolver de nuestro cliente y cómo por medio de nuestros servicios o producto lo solucionamos o satisfacemos.

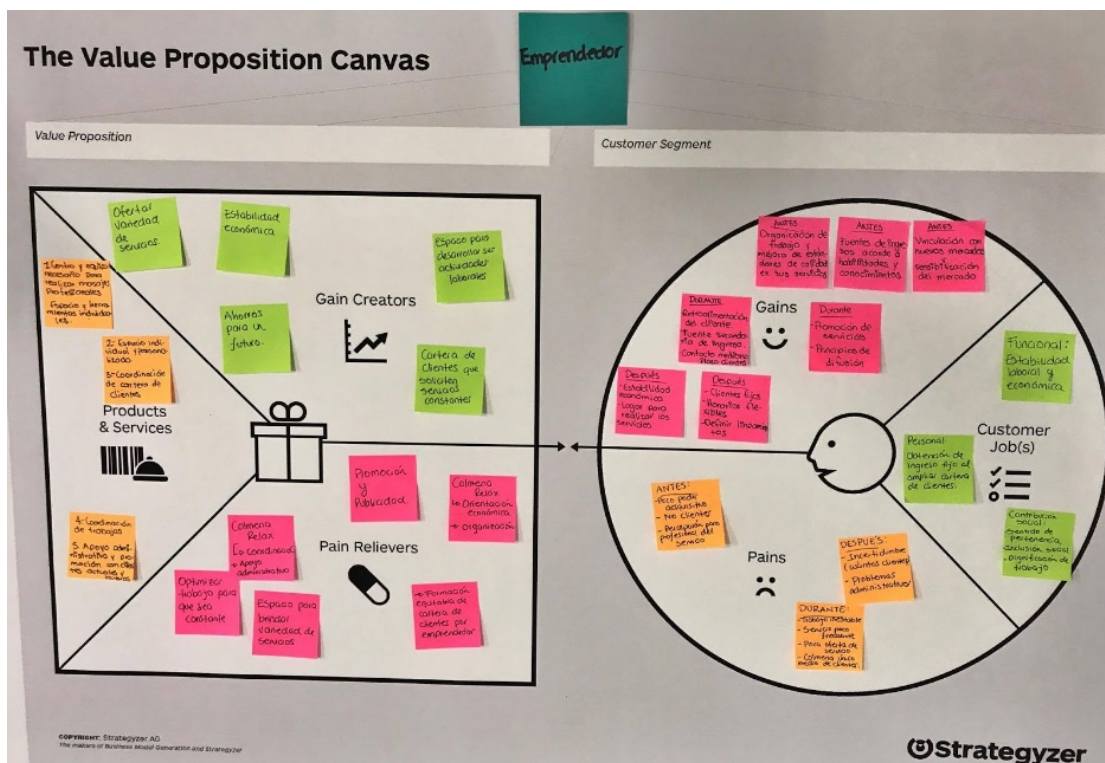
Las características analizadas en la herramienta por perfil son las siguientes: Customer jobs: Tareas del emprendedor o cliente, (funcional, social y personal), Gains: Ganancias, Pains: dolencias, Gain Creators: crear alegrías para el emprendedor, Pain Relievers: ¿Cómo minimizar la frustración? y Products and services: ¿Qué vamos a ofrecer?

A través de las entrevistas profundas realizadas a los emprendedores y usuarios, se generaron dos empathy map por cada actor involucrado. Se tomaron los resultados de los dos empathy maps para poder crear la propuesta de valor para emprendedores y usuarios.

Emprendedores:

El empathy map de los emprendedores se desarrolló de la siguiente manera:

Value Proposition Canvas de emprendedores:



Customer Jobs: (Tarea del Emprendedor)

- FUNCIONAL (¿Para qué sirve el producto?): Estabilidad laboral y económica.
- CONTRIBUCIÓN SOCIAL (Lo que te integra a la sociedad, pertenencia): Inclusión social, profesionalización y la dignificación del trabajo.
- PERSONAL (Logro personal): Obtención de ingreso fijo a través de ampliar cartera de clientes.

Gains (Ganancias) ¿Qué es lo que gana el emprendedor al colaborar con Colmena?

- Antes: Saber que va a tener una fuente de ingresos acorde a sus habilidades y conocimientos, que se les va a vincular con nuevos mercados y que se les va a contactar/coordinar para trabajar con personas con su discapacidad. Sensibilización del mercado sobre los servicios que se ofrecen. Organización de trabajo y mejora de estándares de su producto o servicio para acceder al mercado
- Durante: Retroalimentación por parte del cliente. Fuente secundaria de ingresos, contacto mediano plazo con clientes, promoción de servicios, principios de difusión.
- Después: Estabilidad económica, lugar para realizar los servicios que obtuvieron a través de los clientes atendidos, clientes fijos y horarios flexibles. Definir lineamientos administrativos generales (acompañamiento).

Pains (Dolencias):

- Antes: Poco poder adquisitivo, no cuenta con clientes, percepción poco profesional del servicio
- Durante: Trabajo inestables, servicios pocos frecuentes, Colmena es su único medio de conseguir clientes, poca oferta de servicios.
- Después: Incertidumbre (no sé cuántos clientes tendré o de donde vendrán). Problemas administrativos que interfieran con el desarrollo del centro Colmena Relax.

Gain Creators: Crear alegrías para el emprendedor:

Se espera brindarle alegrías al emprendedor al ofrecerle un espacio en el cual puedan desarrollar sus actividades laborales y ofertar variedad de servicios y productos que les permitan obtener una cartera de clientes que soliciten servicios constantes y, por lo tanto, obtener una estabilidad económica, y la posibilidad de generar ahorros para un futuro.

Pain Relievers: ¿Cómo minimizar la frustración?

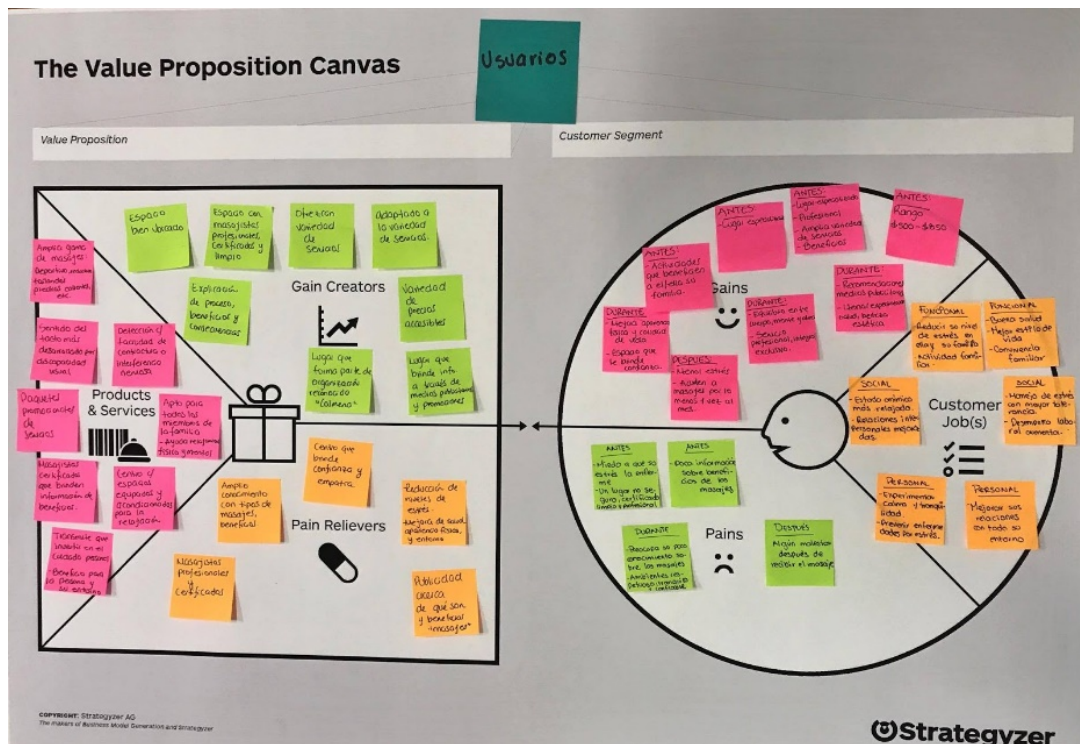
Colmena minimiza la frustración de los emprendedores brindándoles coordinación, apoyo administrativo, orientación económica, organización, formación de una cartera de clientes por emprendedor, un lugar donde ofrecer variedad de servicios, publicidad y optimizar el trabajo para que sea constante y seguro.

Products and services: ¿Qué vamos a ofrecer? Descripción de los productos y servicios

1. Centro y equipo necesario para realizar masajes profesionales: además del equipo con el que ya cuenta el emprendedor, se le brindará el espacio y herramientas necesarias para brindar los servicios.
2. Espacio Individual y personalizado: De acuerdo al ambiente que le gustará brindar al emprendedor, se le permitirá personalizar su espacio, la decoración y distribución de espacios.
3. Coordinación de cartera de clientes: Se les brindará una cartera de clientes y alguna herramienta para que los emprendedores vayan formando su propia de acuerdo a recomendaciones o nuevos clientes que se les asignen.

4. Coordinación de trabajos: Habrá clientes que lleguen por recomendación en general o clientes que ya conocen el servicio de las empresas. Para evitar que existan malos entendidos o preferencias se apoyará con la coordinación y selección de clientes para cada uno de los emprendedores y que el trabajo sea equitativo.
5. Apoyo administrativo y promoción con clientes actuales y nuevos: Se les brindará acompañamiento de apoyo administrativo y orientación económica en caso de que requieran aperturar una cuenta en el banco, o transacciones del estilo.

Value Proposition Canvas de usuarios:



Customer Jobs: Tarea del Usuario

- **FUNCIONAL (¿Para qué sirve el producto?):** Está buscando la manera de reducir el nivel de estrés en ella y en su familia por medio de alguna actividad para tener una buena salud, mejorar su estilo de vida y tener más convivencia familiar.
- **SOCIAL (Lo que te integra a la sociedad, pertenencia):** Al estar en un estado anímico más relajado. Sus relaciones interpersonales se ven mejoradas, maneja momentos de estrés con mayor tolerancia y su desempeño laboral aumenta.
- **PERSONAL (Logro personal):** Experimentar calma y tranquilidad, previniendo enfermedades causadas por estrés y mejorado su relación con las personas de su entorno.

Gains (Ganancias) ¿Qué es lo que gana el Usuario?

- Antes: Busca actividades que la beneficien a ella y a su familia. Espera encontrar un lugar especializado, con personas profesionales que brinden una amplia categoría de masajes y le especifiquen el beneficio de cada uno. Masajes en un rango de \$500.00 a \$850.00 pesos por masaje.
- Durante: Por medio de recomendaciones y medios publicitarios logró encontrar con el grupo de Colmena Relax el cual llena sus expectativas a nivel de salud, estética y belleza, creando un equilibrio entre cuerpo, mente y alma. Colmena le brinda un servicio profesional, integral y exclusivo mejorando su apariencia física, autoestima personal y la calidad de vida. Le brinda la confianza que ella estaba esperando tener y dentro del rango de precios que está dispuesta a pagar por el servicio.
- Después: Estefanía y su esposo tienen una vida con menos estrés ya que cuando se sienten agobiados por el trabajo y las responsabilidades del hogar acuden a los extensos masajes que Colmena Relax les ofrece, los cuales cubren las diferentes necesidades que se les van presentando. Una mejor relación con su familia.

Pains (Dolencias):

- Antes: Tiene miedo a que su nivel de estrés le provoque enfermedades en un futuro. Teme no encontrar un lugar lo suficientemente bueno, quiere que sea un lugar seguro, con certificación, limpio y profesional. Poca información sobre los masajes.
- Durante: Le preocupa no tener conocimiento sobre los beneficios de los masajes o de sus precauciones sobre los mismos. Los masajistas sean profesionales certificados y entiendan sus necesidades a cubrir. El ambiente sea respetuoso, tranquilo y confiable.
- Después: Se les presente algún malestar posterior a los masajes.

Gain creators: Productos y servicios crean alegrías para el Usuario

Se espera brindarle alegrías al usuario al brindarles un espacio bien ubicado, limpio, con masajistas certificados, adaptado para los servicios que ofrecen, variedad de servicios, beneficios, consecuencias, y precios. Un lugar que forma parte de una organización (Colmena Relax), un lugar que brinde información a través de medios publicitarios y promociones.

Pain Relievers: ¿Cómo minimizar la frustración o problema del Usuario?

Coleman Relax al contar con masajistas profesionales y certificados quienes cuentan con un amplio conocimiento en diferentes tipos de masajes, ofrece por diferentes medios información sobre los tipos de masajes, beneficios y consecuencias de esta manera Estefanía podrá bajar sus niveles de estrés mejorando su salud, su apariencia física, relaciones y poder vivir más tranquila. En un centro que le brinda confianza y empatía.

Products and services: ¿Qué vamos a ofrecer? Descripción de los productos y servicios (beneficios)

1. Colmena Relax ofrece una amplia gama de masajes: masaje sueco relajante, deportivo y tejido profundo, alemán, balinés, shiatsu, tailandés, piedras calientes y frías, prenatal, geriátrico e infantil, cráneo facial, relajante con bambú, aromaterapia y envolturas corporales.
2. Los masajistas tienen discapacidad visual, al ser sus manos su herramienta de trabajo su sentido del tacto se ha desarrollado más. Detectan con facilidad donde hay una contractura, alguna interferencia nerviosa que esté provocando dolor y se enfocan en esa parte del cuerpo.
3. Masajistas certificados en masoterapia, brindado la información sobre los beneficios que le traerá los masajes y sus consecuencias.
4. Es apta para todos los miembros de la familia ayudando a su relajamiento físico y mental.

5. Centro con espacios equipados y acondicionados para la relajación.
6. Transmite que invertir en el cuidado personal, beneficia no solo a la persona sino también a su familia y a las personas que la rodean por medio de la inclusión.

A continuación, se plasmarán los resultados de manera más específica por medio de una tabla comparativa, de esta manera relacionarlos y diferenciar con facilidad:

	Emprendedores	Usuarios
Customer Jobs	<p>Funcional:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estabilidad laboral. -Estabilidad económica. <p>Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Inclusión social -Profesionalización -Dignificación del trabajo. <p>Personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Obtención de ingreso fijo a través de ampliar cartera de clientes. 	<p>Funcional:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Reducir su nivel de estrés en ella y su familia. -Actividades familiares. -Buena salud -Mejor estilo de vida. -Convivencia familiar <p>Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estado anímico más relajado. -Relaciones interpersonales mejoradas. -Manejo de estrés con una mayor tolerancia. -Desempeño laboral aumentado. <p>Personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Experimentar calma y tranquilidad. -Prevenir enfermedades por estrés. -Mejorar sus relaciones con todo su entorno.
Gains	<p>Antes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fuente de ingresos acorde a sus habilidades y conocimientos -Vinculación con nuevos mercados. -Contactar y coordinación personas con su discapacidad. -Sensibilización del mercado sobre los servicios que se ofrecen. -Organización de trabajo y mejora de estándares de su producto o servicio para acceder al mercado. <p>Durante:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Retroalimentación por parte del cliente. -Fuente secundaria de ingresos. -Contacto mediano plazo con clientes. -Promoción de servicios, principios de difusión. <p>Después:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estabilidad económica. -Lugar para realizar los servicios. -Horarios flexibles. -Definir lineamientos administrativos generales (acompañamiento). 	<p>Antes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Actividades que beneficien a ella y su familia. -Lugar especializado. -Profesional. -Amplia variedad de servicios. -Beneficios -Dispuesta a pagar por un rango de \$500.00 a \$850.00 <p>Durante:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Equilibrio entre cuerpo, mente y alma. -Servicio profesional, integral y exclusivo. -Mejora en apariencia física y calidad de vida. -Espacio que te brinde confianza. -Recomendaciones, medios publicitarios. -Llenar sus expectativas de belleza, salud y estética. <p>Después:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Menor estrés. -Acuden a masajes al menos 1 vez al mes.

<p>Pains</p>	<p>Antes: -Poco poder adquisitivo -No cuenta con clientes. -Percepción poco profesional del servicio.</p> <p>Durante: -Trabajo inestables, servicios pocos frecuentes. -Colmena es su único medio de conseguir clientes. -Poca oferta de servicios.</p> <p>Después: -Incertidumbre (no sé cuántos clientes tendré o de donde vendrán). -Problemas administrativos que interfieran con el desarrollo del centro Colmena Relax.</p>	<p>Antes: -Miedo a que su estrés la enferme. -Le preocupa no encontrar un lugar seguro, certificado y profesional.</p> <p>-Tiene poca información sobre los beneficios de los masajes.</p> <p>Durante: -Le preocupa su poco conocimiento sobre los masajes. -Que el ambiente sea relajado, tranquilo y confiable.</p> <p>Después: -Algún malestar después de recibir el masaje.</p>
<p>Gain Creators</p>	<p>-Ofrecerle un espacio en el cual puedan desarrollar sus actividades laborales y ofertar variedad de servicios y productos. Obtener una cartera de clientes -Servicios constantes y por lo -Estabilidad económica. -Posibilidad de generar ahorros para un futuro.</p>	<p>-Espacio bien ubicado -Espacio con masajistas profesionales, certificados y limpio. -Ofrecen variedad de servicios. -Adaptado a la variedad de servicios. -Explicación de proceso, beneficios y consecuencias. -Lugar que forma parte de una organización reconocida "Colmena". -Variedad de precios accesibles. -Lugar que brinde información a través de medios publicitarios y promociones.</p>
<p>Pain Relievers</p>	<p>-Coordinación, apoyo administrativo, orientación económica y organización. -Cartera de clientes por emprender. -Lugar donde ofrecer variedad de servicios. -Publicidad y optimizar el trabajo para que sea constante y seguro.</p>	<p>-Masajistas profesionales y certificados. -Amplio conocimiento con tipos de masajes y beneficios. -Centro que brinde confianza y empatía. -Reducción de estrés. -Mejora de salud, apariencia física y entorno. -Publicidad acerca de qué son y beneficios.</p>
<p>Products and services</p>	<p>-Centro y equipo necesario para realizar masajes profesionales. -Espacio Individual y personalizado -Coordinación de cartera de clientes. -Coordinación de trabajos -Apoyo administrativo y promoción con clientes actuales y nuevos.</p>	<p>-Amplia gama de masajes deportivo, reductivo, tailandés, piedras calientes, etc. -Sentido del tacto más desarrollado por discapacidad visual. -Detección y facilidad de contractura o interferencia nerviosa. -Paquetes promocionales de servicios. -Apto para todos los miembros de la familia. -Ayuda de relajación físico y mental. -Masajistas certificados que brindan información de masajes. -Centro y espacios equipados para la relajación. -Transmite que invertir en el cuidado personal. -Beneficio para la persona y entorno.</p>

3.1.7. Entregables: Business Model Canvas

Por último, como ya se había mencionado en el documento, la última herramienta a utilizar es el Business Model Canvas, la cual nos ayudó a desarrollar una plantilla de gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocio o documentar los ya existentes. La intención es desarrollar el nuevo modelo de negocio del centro propuesto para el desarrollo y mejora del proyecto Colmena Relax, así como buscar un ganar-ganar, tanto para las socias Colmena y los emprendedores.

Sobre un mismo lienzo, se desarrolló la idea del centro y se enfocó en ambos actores: los usuarios y los emprendedores. Ya que muchos de los recuadros de la parte izquierda del lienzo coincidían, existen variables iguales, pero se trabajó de manera individual, la parte derecha que nos indica el cliente, y debido a que tenemos clientes distintos, se desarrollaron ideas distintas y se proyectaron con post-its de distintos colores.

Es importante mencionar que todas las secciones del lienzo se realizaron a través de las investigaciones y herramientas utilizadas y explicadas previamente. A continuación, se presentan las secciones y su análisis por cada actor.

Modelo de Negocio de Colmena para el Emprendedor:

1. Segmento de clientes: Hombres y mujeres desde los 25 años en adelante con discapacidad visual, certificados ante el DIF en masoterapia.

2. Propuesta de valor: Un espacio en el cual se puedan desarrollar los emprendedores con discapacidad visual por medio de tener un trabajo digno y estable en el cual pueda explotar todos los conocimientos y habilidades de masoterapia con las que cuentan.

3. Relación con clientes: Conectamos a emprendedores con clientes, les ofrecemos un trabajo digno y seguro el cual les brinde seguridad económica y una posibilidad de generar ahorros.

4. Canales: A través de un espacio acondicionado (centro), para que los emprendedores puedan ofertar su variedad de servicios, con buena ubicación.

5. Actividades clave:

- ❖ Difusión a través de medios publicitarios, clientes actuales y recomendaciones.
- ❖ Promover inclusión social.
- ❖ Obtención de clientes.
- ❖ Gestionar redes sociales.
- ❖ Diseño de tarjetas de presentación.
- ❖ Organización administrativa y económica.
- ❖ Coordinación de trabajos y cartera de clientes.

- ❖ Préstamo de dinero para brindar un espacio adecuado con herramientas necesarias para brindar variedad de servicios. (Depende de cómo lo quiera Colmena)
- ❖ Ofrecer un espacio personalizado por emprendedor.

6. Recursos clave:

- ❖ Humanos: Clientes
- ❖ Financieros: Inversionista
- ❖ Físicos: Centro, materiales para realizar los servicios.

7. Socios:

- ❖ Socias Colmena (Adriana, Elena y Magdalena).
- ❖ Emprendedores
- ❖ DIF
- ❖ Unidad de Valoración para personas con discapacidad.

8. Costos:

- ❖ Renta del Centro
- ❖ Decoración y adaptación del Centro
- ❖ Materiales e insumos para realizar los masajes.
- ❖ Servicio de Luz Eléctrica
- ❖ Servicio de Agua
- ❖ Publicidad: gestionar redes sociales, otros medios de información (tarjetas de presentación).
- ❖ Sueldos: Administración, Ventas, Recepcionista, Emprendedores, Limpieza.
- ❖ Permisos o trámites (uso de suelo, aviso de declaración de apertura de funcionamiento, anuncio exterior, la inscripción al Registro federal de Contribuyentes).

9. Ingresos:

- ❖ Variedad de servicios: Distintas técnicas de masajes (relajante, piedras calientes, reductivos, velo de novia)
- ❖ Paquetes de masajes: Pareja, número de sesiones, 2 distintos tipos de masaje, familiar, etc.
- ❖ Venta de producto externo (difusores, aceites esenciales, productos de cuidado personal)
- ❖ Servicio externo con empresas (actuales, hoteles)

Modelo de Negocio del Centro Colmena Relax para el Usuario:

1. **Segmento de clientes:** Hombres y mujeres que buscan un centro de masajes dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco. Desde los 18 años en adelante, con un nivel socioeconómico A/B, C+ y C.

2. **Propuesta de valor:** Un Centro dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara que busca satisfacer a sus usuarios por medio de una variedad de servicios de masajes, brindado por masoterapeutas profesionales con

discapacidad visual, que cuenta con el sentido del tacto más desarrollado y a la par, solidaridad a través de la inclusión social, en instalaciones adecuadas para la relajación, el cuidado personal, brindando confianza y precios accesibles.

3. Relación con clientes: Por medio de publicidad en redes sociales, página web, boca en boca, recomendaciones, asociaciones con apps como lo es Groupon. Se utilizarán redes sociales como Facebook, donde se realizarán publicaciones de promociones y paquetes de masajes, también buscamos que se hagan publicaciones sobre las opiniones vividas y concursos que motiven las publicaciones, de esta manera los otros usuarios generarán más confianza para obtener más clientes.

4. Canales: A través de un espacio acondicionado (centro). El usuario tendrá la opción de acudir a un lugar seguro, adaptado, limpio y profesional para recibir una variedad de servicios.

5. Actividades clave:

- ❖ Brindar información completa y accesible sobre el centro a través de la página web y redes sociales.
- ❖ Informar los beneficios y consecuencias de masajes; además de promover el profesional que brinda el masaje y la diferenciación del servicio. (Al tener discapacidad visual, se genera más capacidad del tacto)
- ❖ Ofrecer catálogo de tipos de masajes y precios.
- ❖ Mostrar certificados profesionales para proyectarle seguridad al cliente.
- ❖ Promover inclusión social al participar en la compra del servicio.
- ❖ Fomentar la contratación del servicio para todos los miembros de la familia.
- ❖ Transmitir una buena opción para el cuidado personal.
- ❖ Premiar a personas que nos recomienden. (Aquella persona que haga que otras personas vayan a contratar el servicio y digan que los recomendó "Juan", se le premiará a Juan con un masaje gratuito o algo.
- ❖ Intentar promover o estar presentes en hoteles o lugares adecuados para la seguridad del usuario.

6. Recursos clave:

- ❖ Información: Página Web, redes sociales, publicidad.
- ❖ Humanos: Masoterapeutas certificados, recepcionista.
- ❖ Financieros: Inversionista
- ❖ Físicos: Centro, materiales para realizar los servicios.

7. Socios:

- ❖ Socias Colmena (Adriana, Elena y Magdalena).
- ❖ Emprendedores masajistas de Colmena (Joel, Fernando, Rosario y Óscar).
- ❖ CEMEFI - ESR.
- ❖ Proveedores.

8. Costos:

- ❖ Renta del Centro
- ❖ Decoración y adaptación del Centro

- ❖ Materiales e insumos para realizar los masajes.
- ❖ Servicio de Luz Eléctrica
- ❖ Servicio de Agua
- ❖ Publicidad: gestionar redes sociales, otros medios de información (tarjetas de presentación).
- ❖ Sueldos: Administración, Ventas, Recepcionista, Emprendedores, Limpieza.
- ❖ Permisos o trámites (uso de suelo, aviso de declaración de apertura de funcionamiento, anuncio exterior, la inscripción al Registro federal de Contribuyentes).

9. Ingresos:

- ❖ Variedad de servicios: Distintas técnicas de masajes (relajante, piedras calientes, reductivos, velo de novia)
- ❖ Paquetes de masajes: Pareja, número de sesiones, 2 distintos tipos de masaje, familiar, etc.
- ❖ Venta de producto externo (difusores, aceites esenciales, productos de cuidado personal)
- ❖ Servicio externo con empresas (actuales, hoteles)

A continuación, una imagen del lienzo terminado:

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto

4.1. Aprendizajes profesionales

Cabe destacar que entre las competencias genéricas que como equipo desarrollamos fue la comunicación y el trabajo de equipo. Estas competencias se fueron reforzando ya que fueron esenciales para que el objetivo se fuera cumpliendo en tiempo y forma tal como se estableció en el plan de trabajo. Si en algún momento del desarrollo del documento o en la asistencia para trabajar en equipo, siempre nos apoyamos entre el equipo para que nada quedara pendiente. Esto nos demuestra que el trabajo en equipo y comunicación, en cada proyecto profesional que se nos vaya presentando lo confrontemos con las herramientas necesarias, la responsabilidad y seriedad necesaria.

Entre los aprendizajes adquiridos fue el uso de métodos para la investigación distintos a los que normalmente se han utilizado como son las entrevistas y Modelo Canvas agregando el Mapa de la Empatía y Lienzo de Proposición de Valor los cuales fueron nuevas herramientas para el equipo, pero muy útiles para el análisis cualitativo permitiendo la validación del Centro de Colmena Relax. En el caso de nuestro equipo al ser dos comerciantes y una mercadóloga los saberes que se compartieron en común fueron muy similares por las similitudes de asignaturas que en ambas se imparten, pero de igual manera aprendimos de una de la otra, empatizando al momento de trabajar en equipo.

Como equipo nos dimos cuenta de lo importantes que son los proyectos como lo son Colmena Relax, es decir que su objetivo es el emprendimiento social por el impacto que reflejan en la sociedad y la inspiración que son para que nuevos emprendedores o los que se están formando tal como nosotras, impulsando este nuevo mercado que deja de hacer ver al mundo del emprendimiento como algo egoísta o tal vez ambicioso.

4.2. Aprendizajes sociales:

Colmena es un proyecto que nos ha apasionado desde un inicio, ya que desde el primer momento que nos informaron sobre el proyecto, vimos mucho potencial en él. El proyecto tiene un enfoque de solidaridad e inclusión social al unir a una serie de emprendedores masoterapeutas con discapacidad visual y con increíbles habilidades. Desde un inicio se buscó que el beneficio fuera para la organización y los emprendedores; básicamente nos enfocamos en brindar una opción que fuera beneficiosa para el usuario, un trabajo digno y justo para el emprendedor y en conjunto, generar inclusión social.

Desde un inicio, se realizó un enfoque de emprendimiento social, el cual como se ha mencionado en el documento, busca tener un enfoque social, pero ser auto sostenible y obtener ganancias. Consideramos que toda iniciativa debe de tener un gran impacto y que todas las áreas involucradas deben de obtener una ganancia. Nuestra intención fue generar un centro para que la organización obtuviera ganancias y a la vez los emprendedores mejoraran su calidad de vida, pero al hecho de que estén involucradas con discapacidad visual, genera un espacio solidario.

Desarrollamos y validamos un centro que pudiera involucrar una necesidad latente en la sociedad que es el estrés laboral y cubrirlo con una opción que no es común o por lo menos, el mercado mexicano no lo ve como una prioridad y que esta se convierta en una opción saludable y accesible. Decidimos incorporar estos servicios, que cubra una necesidad existente y darle un giro social, donde involucramos a los actores con discapacidad visual y que, además, estos al ser ciegos, tienen mucho más desarrollado el sentido del tacto. La intención siempre fue cubrir una necesidad actual, pero cubrirla y tener un impacto social.

Uno de los aprendizajes sociales más importantes que nos llevamos fue el hecho de que iniciamos con la intención de validar la idea de un centro de negocios y al final, terminamos generando conciencia y brindando herramientas para que la organización tuviera más orden, fuera más justa, fueran conscientes que antes de iniciar un negocio más formal, se deben de modular ciertos aspectos internos y mucha más comunicación.

Consideramos que lo más valioso del proyecto, fue el hecho de que antes de iniciar un negocio más formal, hubiera la oportunidad de mejorar la estructura interna y la comunicación entre la organización y los emprendedores; con el fin de que si se busca una sociedad de ambos actores involucrados, se proyecten la menor cantidad de conflictos y cuando haya aspectos involucrados más delicados como el dinero, se evite que el proyecto no funcione y no se enfoque en la intención inicial que es: Emprendimiento Social.

Confiamos en que, si el proyecto continúa, habrá mucha más comunicación y ambas partes puedan crecer y beneficiarse.

Creemos que el PAP, hacia nosotras, cumplió su misión, que fue adentrarnos a un mundo social, más consciente y con muchas posibilidades para crecer. Consideramos que esto debería de ser el futuro, porque se puede generar grandes riquezas y aún más grandes, al tener un impacto social. Esperamos que este proyecto funcione en un futuro, y que haga la aportación social tan grande como la percibimos. En general, hemos adquirido conciencia que comenzar un proyecto social no es sencillo, ya que hay muchas opiniones y formar de pensar y ser distintas, pero si se logra a un acuerdo, con buena comunicación, hay maneras muy positivas para generar un impacto económico y social.

4.3. Aprendizajes éticos

Para poder desarrollar este proyecto fue necesario tomar algunas decisiones, las cuales nos permitieran identificar problemas, entender las demandas sociales y proponer soluciones que beneficien a todos.

Durante este proceso tuvimos experiencias que impactan nuestra conducta individual. Ya que pudimos experimentar y comprobar que aplicando nuestras habilidades, conocimientos y actitudes podemos generar un impacto en lo personal, pero sobre todo en lo social.

Pudimos adquirir la capacidad de ser empáticos con cualquier tipo de persona, pero sobre todo con las personas más vulnerables. Comprendimos, que hay personas que no tuvieron las mismas oportunidades de desarrollo personal, por lo cual consideramos que es nuestra responsabilidad como estudiantes universitarios y futuros profesionistas desarrollar y aplicar nuestras habilidades, experiencia y conocimientos para poder generar un impacto que cambie positivamente nuestra sociedad.

4.4. Aprendizajes en lo personal

Florencia:

El PAP me brindó la oportunidad de conocer mis habilidades para realizar cambios poco a poco, de generar comunicación y a que a pesar de que desde un inicio no se obtuvieron los resultados esperados, generé más consciencia, y estoy segura, que si este proyecto continuo, va a brindarle mucho crecimiento social, económico y justo a nuestra sociedad.

El PAP me brindó la oportunidad de ver que tenemos una sociedad que debe de evolucionar, que tiene que generar más consciencia y que el enfoque no es únicamente económico. Reconozco que emprender un proyecto que tiene aportación social no es sencillo, ya que hay que remover y luchar en contra de las creencias establecidas y además comprender que cada quien tiene una historia de vida que va formando sus ideales, pero que la intención es abrir los ojos que la experiencia que se han vividos, no tiene que ser la que adoptes para toda tu vida.

Aprendí que el movimiento comienza con un pequeño grupo y que ese pequeño grupo puede generar una consciencia inmensa en nuestra sociedad, por supuesto con trabajo, pero grandes cambios y beneficios a personas que lo necesitan se pueden lograr.

Saraí:

Participar en este proyecto fue una experiencia enriquecedora, ya que me permitió poner en práctica mis habilidades y conocimientos. Para mí fue un canal que me permitió conocer y desarrollarme en el área profesional.

Este PAP fue muy interesante para mí, ya que me permitió conocer más a fondo lo que es el emprendimiento social. Lo cual me motiva a desarrollar mi capacidad de adaptación, de empatía y de solidaridad, así como de querer generar un cambio en mi sociedad.

Mercedes:

Para mí, el PAP ha impactado de manera positiva ya que me ha dado los conocimientos que necesitaba para poder seguir haciendo cambios en la sociedad y de una manera en la que pueda desarrollarme como una profesional y como persona que soy parte de una sociedad que es la mexicana la cual tiene muchas ganas de salir adelante más no se les dan las herramientas necesarias.

Proyectos como lo es PAP hace esa fusión entre los que tenemos esas herramientas y los que tienen muchas ganas de salir adelante aprendiendo de nosotros ofreciendo esa oportunidad con los resultados del proyecto. En lo personal me ha quedado una sed grande de seguir en proyectos como estos, que un elemento básico para que se lleven a cabo es la comunicación sin que haga falta el compromiso y las ganas de apoyar al que lo necesite.

5. Conclusión

En este PAP como equipo logramos desarrollar habilidades que nos permitieron tener un enfoque más social y humano que nos facilitaron la integración con las socias de Colmena y los emprendedores de Colmen Relax, comprometiéndonos aún más con la solución de la problemática y el cumplimiento de los objetivos.

Los entregables fueron enfocados en la validación de un Centro donde Colmena Relax puedan concentrar a los emprendedores masajistas, implementando sus habilidades y conocimientos en masoterapia. Tales entregables se fueron realizando y entregando a tiempo a la profesora PAP de igual manera a las socias de Colmena para nuestra retroalimentación y propuestas de mejora. Por lo que el compromiso del equipo PAP fue claro y constante, tal compromiso el cual nos hubiera gustado recibir de esa misma manera por parte de Colmena ya que para el desarrollo del perfil del cliente se esperaba que nos dieran el contacto con una de las empresas con la cual Colmena Relax ya había estado presentando y poder evaluar las experiencias de los clientes relacionado con el servicio de Coleman Relax, al no recibirlo tuvimos que enfocarnos en los clientes nuevos en la Feria de la Salud en Zoltek.

Nuestras sugerencias como equipo, es que se enfoquen en la comunicación constante entre las socias Colmena y los masajistas para que se puedan resolver las problemáticas que se van desarrollando, al ser un equipo es importante que el ambiente de trabajo sea saludable y empático para que este se vea reflejado en los múltiples servicios que Colmena Relax tiene para ofrecer. Si la comunicación es constante, se ve beneficiado el compromiso y la confianza en el proyecto dándole oportunidad de éxito a un Centro para Colmena Relax.

6. Bibliografía

(2016). ¿Qué es una encuesta? 20 septiembre, 2017, de Question Pro Sitio web: <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>

Enciclopedia de Características (2017). "10 Características de una Entrevista". Recuperado de: <https://www.caracteristicas.co/entrevista/>

El mapa de empatía, una poderosa herramienta para realizar una adecuada segmentación de la clientela. 20 Septiembre 2017, de C de E Centro de Excelencia Sitio web: <http://www.eoi.es/fdi/oviedo/el-mapa-de-empat%C3%ADa-una-poderosa-herramienta-para-realizar-una-adecuada-segmentaci%C3%B3n-de-la>

Leticia del Corral. (2015). La propuesta de valor del negocio: Cómo construirla. 20 Septiembre, 2017, de El Economista Sitio web: <http://infoautonomos.eleconomista.es/plan-de-negocio/lienzo-propuesta-de-valor/>

Alfonso Prim. (2014). Modelo canvas explicado Paso a Paso . 20 Septiembre 2017, de Innokabi Sitio web: <http://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>

R. (n.d.). Definición Filantropía. Retrieved September 26, 2017, from <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=fil%C3%A1ntropo>

7.- Anexos

1. Guía de entrevista a emprendedores

Objetivo: Identificar la propuesta de valor que ofrece Colmena Relax a sus Emprendedores.

1. ¿Qué representa Colmena Relax para ti?
2. En general, ¿Qué ha hecho Colmena Relax por ti?
3. ¿Cómo los servicios que ofrece Colmen Relax a resuelven tus necesidades o problemas?
4. ¿Qué beneficios recibes por parte de Colmena Relax?
5. ¿Qué consideras que diferencia a Colmena Relax de trabajar por tu cuenta?
6. ¿Cuál es tu experiencia trabajando en Colmena Relax?
7. ¿Por qué escoges trabajar con Colmena Relax?
8. ¿Cómo visualizas a Colmena Relax en un futuro?
9. ¿Te visualizas siendo parte del equipo de Colmena Relax a largo plazo?
10. Si tú estuvieras a cargo del proyecto Colmena Relax ¿qué cambiarías o agregarías?
11. ¿Qué esperas recibir por parte de Colmena Relax?
12. ¿Cuáles son los retos más importantes a los que te enfrentas al dar un servicio con Colmena Relax?

2. Guía de entrevista a usuarios

Objetivo: Identificar la propuesta de valor que ofrece Colmena Relax para el usuario final.

ZOLTEK - FERIA DE LA SALUD

1. ¿Cuál es tu edad?
2. ¿Cuándo te encuentras muy estresado/a o tienes mucha carga de trabajo qué actividades o servicios buscas para des estresarte?
3. ¿Alguna vez te han realizado algún masaje? (No, pasar a la pregunta 9)
4. ¿Qué tan frecuente sueles realizarte un masaje?
5. ¿Qué tipo de masaje sueles hacerte? Relajante, reductivo, fisioterapéutico, masoterapeutico, etc.
6. ¿Cuánto has pagado por recibir el servicio?
7. ¿En qué lugares sueles realizarte el masaje?

8. ¿Qué diferencia notaste entre este masaje a los otros que has recibido? *
9. ¿Qué beneficios consideras que te ofrece este tipo de servicio que acabas de recibir?
10. ¿Qué fue lo que más te gustó de este servicio que acabas de recibir?
11. ¿Si tuvieras la oportunidad de cambiar o añadir algo que sería?