



REVE

Trabajo de grado en Emprendimiento

Presentado por:

Silvia Fernanda González Portilla

Bogotá, D.C.

2024



REVE

Trabajo de grado en Emprendimiento

Presentado por:

Silvia Fernanda González Portilla

Administración en logística y producción

Tutor: Julián Esteban Gutiérrez

Bogotá, D.C.

2024

Agradecimientos

Este proyecto lo quiero dedicar a todas las personas que me apoyaron a finalizar este proyecto, a mis padres por su apoyo incondicional en toda la carrera, a mi hermana y sobrino por su acompañamiento y a mi pareja por siempre apoyarme a pesar de las dificultades. Especial agradecimiento a todos los profesores que me guiaron en el camino en este año y medio de construcción del proyecto, gracias por tanto apoyo y por los conocimientos brindados.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Silvia', with a large, sweeping initial stroke on the left.

Silvia Fernanda González Portilla

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título “REVE”, en la opción de grado en emprendimiento y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Silvia', with a long, sweeping underline that extends to the left.

Silvia Fernanda González Portilla

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Silvia', written in a cursive style.

Silvia Fernanda González Portilla

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	9
Abstract.....	11
1. Introducción.....	13
1.1 Justificación	13
1.2 Objetivos de la investigación.....	14
1.3 Objetivo general	14
1.4 Objetivos específicos	14
2. Antecedentes.....	15
2.1 Perfil de la empresa	15
2.2 Portafolio de productos y/o servicios	16
2.3 Mercado actual	18
2.4 Mercado	20
2.5 Modelo de negocio	21
3. Deck de inversión del emprendimiento	22
3.1 Logo, slogan y elementos marcarios de la empresa	22
3.2 Cuantificación del problema del emprendimiento.....	24
3.3 Hoja de ruta del emprendimiento. Principales Hitos	26
3.4 Análisis económico.....	27
3.5 Descripción del equipo	28

3.6 Cantidad de capital requerida para crecer.....	29
4. Descripción del plan de crecimiento a largo plazo.....	30
4.1. Escenarios de crecimiento para el emprendimiento	32
4.2. Riesgos y alternativas para el crecimiento.	34
5. Aprendizajes	35
6. Conclusiones.....	36
Referencias	37

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Prototipo de agenda.....	17
Figura 2 TAM, SAM, SOM.....	19
Figura 3 Bussiness model canvas B2C.....	22
Figura 4 Nuevo logo REVE.....	22
Figura 5 Inversión inicial.....	29

Resumen

El proyecto “REVE” se funda en dos ideas principales que son el cuidado personal relacionado con la salud mental y la organización de tu vida diaria. Surge como una respuesta a lo que las personas necesitan para estar concentrados en su día a día mientras están realizando introspecciones sobre lo que viven en el presente.

Las personas necesitan de la organización diaria, en un mundo donde todo pasa muy rápido, donde no hay tiempo para muchas cosas y la mayoría del día se va en estudio o en trabajo, se necesita de saber hacia dónde va tu vida y poder organizar en qué manera gestionarás en el tiempo, priorizando tareas dependiendo de tu día o de tus necesidades.

Se necesita además de organización, un momento para reflexionar sobre lo que ocurre, no todo tu día puede estar basado en las tareas pendientes que se tienen por hacer, se debe también preocupar por cómo se encuentra nuestra mente, que está pasando alrededor de esta y como nos sentimos sintiendo con las experiencias que han ocurrido a lo largo del día, por lo que se necesita un espacio para reflexionar sobre estos pensamientos que a lo mejor no los queremos dejar divagando en la mente, si no que queden plasmados activamente en nuestra vida.

La unión de ambas facetas claves en nuestra vida, nos va a permitir desarrollar la idea que quiere transmitir REVE a través de unas agendas en donde vas a poder llevar y transmitir todos tus pensamientos diarios, organizando tu mente y tu vida al mismo tiempo de una manera creativa, ágil y rápida, que se ajuste a esos momentos en los que necesitas relajación y concentración.

REVE quiere transmitir a través de sus agendas un espacio seguro y dinámico para sus usuarios, en diferentes presentaciones para que cada usuario inicie con una prueba en el servicio y logre identificarse con nuestros productos, permitiendo que el producto haga parte de su día a día de la manera en que el usuario lo prefiera, para de esa manera poder lograr ese equilibrio entre mente y organización que es necesario para todas las personas.

Con REVE se quiere lograr una expansión de manera en que este servicio se pueda complementar con otros productos afines al bienestar emocional, no queremos quedarnos solamente con ofrecer un producto, si no ofrecer un kit completo en donde el usuario se pueda sentir a gusto mientras escribe y pueda rodearse de otros productos que ayuden a su bienestar individual y crear un ambiente de seguridad. Se quiere lograr un mayor alcance a los jóvenes, que cada día son más conscientes de la importancia de la organización y salud mental, pero también podernos acercar con los adultos jóvenes, ya que aún están a tiempo para organizar su vida de una manera distinta, priorizando sus metas y pensamientos.

Palabras Clave

Jóvenes, Salud mental, Organización, Bienestar emocional, Reflexión, Introspección

Abstract

The “REVE” project is based on two main ideas which are self-care related to mental health and the organization of your daily life. It came up as an answer to what people need to be focused on, in their day-to-day life while they are introspective about what they are living in the present.

People need daily organization, in a world where everything happens very fast, where there is no time for many things and most of the day is spent on studying or working, it is necessary to know where your life is going and to be able to organize how you will manage your time, prioritizing tasks depending on your day or your needs.

You also need organization, a moment to reflect on what is happening, not all your day can be based on the pending tasks that has to be done, you should also worry about how your mind is, what is happening around it and how we feel about the experiences that have occurred throughout the day, so you need a space to reflect on these thoughts that maybe we do not want to leave them wandering in the mind, and instead of that we could keep them actively reflected in our life.

The union of both key facets in our life, will allow us to develop the idea that REVE wants to transmit through agendas where you will be able to carry and transmit all your daily thoughts, organizing your mind and your life at the same time in a creative, agile and fast way, that fit those moments when you need relaxation and concentration.

REVE wants to transmit through the agendas a safe and dynamic space for its users, in different presentations so that each user starts with a test in the service and manages to identify with our products, allowing the product to be part of their daily life in the way the

user prefers, to achieve that balance between mind and organization that is necessary for all people.

With REVE we want to achieve an expansion in a way that this service can be complemented with other products related to emotional well-being, we do not want to stay only with offering a single product, but we want to offer a complete kit where the user can feel relax while writing and can be surrounded by other products that help their individual well-being and create an environment of security. We want to reach young people, who every day are more aware of the importance of organization and mental health, but we can also get closer to young adults, since they still are on time to organize their lives in a different way, prioritizing their goals and thoughts.

Key words

Young adults, Mental health, Organization, Emotional well-being, Reflection, Introspection

1. Introducción

1.1 Justificación

La tecnología ha sido de gran ventaja para todas las personas en la actualidad, en esta época hemos entrado en una era digital muy beneficiosa para todos en donde podemos encontrar muchas respuestas a un clic de distancia. Este avance tecnológico ha permitido que las personas se desarrollen en un ambiente digitalizado, compartiendo con todos los demás usuarios de redes sociales sus vivencias y experiencias diarias.

Esto ha generado un efecto tanto positivo como negativo en los jóvenes, por un lado, permite conectarse con sus seres queridos de una manera más fácil, pero por otro el estar en redes sociales mostrando su vida les puede estar costando su bienestar emocional. En el escrito “Una mirada a la salud mental de los adolescentes” se presenta una perspectiva de cómo los adolescentes enfrentan la digitalización en donde se hace una advertencia a la utilización de dispositivos móviles y como de esta manera se puede estar disminuyendo el tiempo de calidad para realizar otras actividades generando así una disminución en su calidad de vida y relaciones interpersonales que son necesarias en la adolescencia (Faros Sant Joan de Déu, 2021).

Se necesitan otros espacios para poder permitir un buen desarrollo de la personalidad, de manera que los jóvenes se preocupen hacia dónde va su vida y su salud mental, en donde puedan organizar su mente y su día a día para no permitir una esclavización a la tecnología que genere aún más caos en la mente de cada persona y se genere una consciencia de organización y a su vez descanso de la presión diaria.

1.2 Objetivos de la investigación

Evaluar la diversificación de productos que se puedan ajustar a nuestro producto inicial para dar un complemento perfecto a la hora de buscar organización y bienestar en nuestro día a día.

1.3 Objetivo general

Desarrollar una nueva línea comercial que complemente nuestro servicio inicial brindando un complemento perfecto al bienestar.

1.4 Objetivos específicos

- Identificar productos que se puedan complementar adecuadamente a nuestros productos que permitan que este aumente su valor.
- Establecer un nuevo segmento de mercado más amplio para ofrecer un producto más complementario.
- Definir el producto final que va a permitir ese complemento que se está buscando para mejorar la organización y el bienestar

2. Antecedentes

2.1 Perfil de la empresa

Reve es una empresa colombiana enfocada inicialmente en la creación de productos que ayuden a tu bienestar y organización diaria, nuestro primer producto prototipo fueron unas agendas que contribuían con la organización de tu día a día y a su vez cumplían la función de reflexión y apoyo mental durante el día. Buscando así que las personas se interesaran más por su bienestar emocional a su vez que organizaban los pendientes en sus trabajo o estudio.

Actualmente REVE trabaja con la alianza de una empresa litográfica en donde realizan este tipo de impresiones, que es la que permite la creación y producción de los distintos tipos y diseños de agendas que hay disponibles. Esta alianza ha sido muy beneficiosa para la empresa ya que los costos de adquisición de maquinaria litográfica son grandes, por lo tanto, con esta alianza se nos ha permitido conocer un poco más el proceso de producción de cerca y realizar una disminución de costos al tercerizar.

La producción de los productos está sujeta a los pedidos realizados por los clientes, ya que brindamos un servicio de personalización, también está sujeta a disposición de la empresa aliada, ya que ellos disponen de los equipos de impresión y encuadernación.

Adicionalmente la empresa está en búsqueda de alianzas que puedan complementar a la perfección nuestro producto para así poder lograr un kit completo de bienestar, con el cual los usuarios se puedan sentir identificados y desean adquirir el kit completo para una experiencia completa de organización e introspección.

2.2 Portafolio de productos y/o servicios

Nuestro portafolio de productos está compuesto por una única línea que serían las agendas, estas vienen en distintas presentaciones que se ajustan a tus necesidades, en esta encontramos una presentación de 1 mes, 3 meses y 6 meses, se puede seleccionar de acuerdo a si quieres realizar una pequeña prueba de la agenda, si deseas una agenda con más compilación que contenga tu información de pequeños periodos de tiempo o si quieres adquirir el producto y usarlo por un largo tiempo, todo esto de acuerdo a tu estilo de vida y compatibilidad con la escritura. **Figura 1**

Además, ofrecemos el servicio de personalización de la agenda, en donde puedes escoger las secciones que quieren que estén en la agenda, ya que no todas las personas usan el mismo tipo de contenido, esto permite un poco más de especialización en los gustos del usuario, sobre su uso y sobre que quiere plasmar en su agenda de uso diario. Esto permite además que el usuario se sienta acompañado por parte de la empresa, y se pueda construir una relación más personal para general fidelización.

Actualmente nos encontramos en un proceso de búsqueda de más productos que puedan complementar el proceso de escritura y organización diaria. Queremos buscar un elemento que sea compatible especialmente con la faceta de la organización diaria, de manera que por ese lado el usuario vea una conexión y una manera distinta para sentarse a escribir acerca de los pendientes diarios. Por otro lado, se está buscando un elemento que logre complementar el bienestar, que permita generar un espacio de relajación para poder así escribir acerca de asuntos más delicados o de reflexión.

Con ambos productos se va a poder lograr una conexión completa con la agenda, se va a lograr una aproximación con el usuario, ya que va a poder ligar ambos elementos a esa

meta de completar su agenda todos los días. Creando así un hábito en sus vidas, que es realmente importante para su desarrollo, en el “Análisis de los hábitos de estudio en una muestra de alumnos universitarios” encontramos que los hábitos de estudio se ven influenciados por las necesidades y valores en los alumnos, por lo que las personas mismas son las que construyen estos hábitos con ayuda de sus conocimientos y con su propia orientación hacia lo que desean alcanzar (Martínez-Otero Pérez & Torres Barberis, 2005).

Figura 1

Prototipo de agenda



Elaboración: fuente propia

2.3 Mercado actual

En el mercado actual encontramos una alta competencia en el área de producción de las agendas, podemos acercarnos a cualquier papelería o supermercado y vamos a encontrar muchas agendas con distintos diseños y con distintas presentaciones, que pueden ajustarse a cualquier necesidad de las personas. Por lo tanto, como empresa deseamos tener un contacto más directo con nuestros usuarios, para que puedan realizar una personalización de acuerdo a como ellos la prefieran y por esa razón ellos nos escojan como su vendedor número 1 de las agendas que usan diariamente.

Actualmente la empresa no tiene una proyección de ventas fija, ya que se encuentra en desarrollo la línea completa del kit de bienestar, por lo que se están haciendo las estimaciones para incluir estos nuevos productos y brindar la opción a nuestros usuarios de comprar una experiencia completa del servicio. Buscamos lograr una diferenciación aún más grande para que los usuarios prefieran escogernos a nosotros y a nuestros productos, por lo tanto, el desarrollo de nuevos productos es nuestro proyecto principal en este momento.

Entre los competidores que logramos identificar encontramos principalmente a la empresa llamada Hojas S.A.S, que es un competidor directo ya que ofrecen agendas, pero además ofrecen otros productos que complementan el servicio, tal como planners, bullet journals, lapiceros, entre otros. Su presencia en el mercado colombiano es bastante grande con alrededor de 100.000 seguidores en sus redes sociales, cuentan con diseños llamativos y locales alrededor de Bogotá, lo que los hace un gran competidor frente a la creación de nuestros productos.

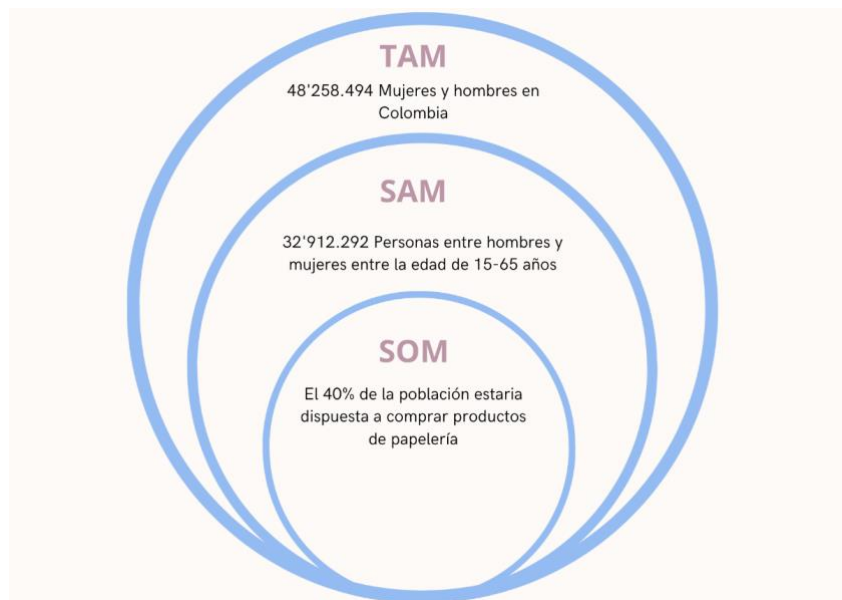
Encontramos otro competidor que es la empresa Norma con su línea de productos KIUT, esta empresa tiene un poco más de experiencia en el área de impresión ya que su

principal producto son los cuadernos. Pero con esta línea KIUT buscaron un público más específico dirigido especialmente al diseño de agendas, planners y calendarios, con diseños llamativos a su vez, pero producidos en mayor masa, que podrías encontrar en cualquier supermercado grande, donde puede que no haya un cambio de colección tan rápido mes a mes, pero que tienen distintos complementos, los precios son más bajos y los productos son más accesibles en cualquier parte del país.

Para poder lograr nuestra estrategia de expandir nuestros productos ofrecidos y nuestro mercado debemos analizar estos competidores y sus productos para así darnos una idea de con que podríamos hacer un complemento ideal y cual podría ser nuestro punto fuerte.

Figura 2

TAM, SAM, SOM



Elaboración: fuente propia

2.4 Mercado

Los competidores directos a los que nos enfrentamos como empresa pudimos identificarlos anteriormente como empresas previamente constituidas, con varios años de experiencia en el mercado, que tienen una muy buena posición de marca y altos recursos económicos para la operación. Podemos identificar en ellos diseños llamativos y diferente catálogo de productos, manejando distintas líneas y categorías en los productos que ofrecen, lo cual los hace tener un diferenciador entre ellas debido a sus diseños, material y entre otros productos que ofrecen.

Logramos identificar además competidores indirectos que, aunque pueden no presentar un alto nivel de competencia al modelo de negocio, podemos lograr atraer a algunos de sus usuarios hacia nuestros productos, con ayuda del proceso de servicio de personalización ya que ellos van a poder escoger lo que puedan necesitar en sus agendas.

Estos competidores indirectos serían las empresas que realizan agendas sin ningún tipo de calendario o adicional, sus páginas están conformadas por líneas y una portada simplificada, podemos encontrarlas en cualquier papelería, en internet y de hecho nos las pueden regalar en algunos eventos, ya que se usan como regalos corporativos por su versatilidad. Sus usuarios podrían ser una buena adición ya que podríamos guiarlos a tener una agenda con las secciones de su interés, con más amplios diseños y con más funciones que a lo mejor no habrían descubierto al comprar estas agendas más básicas.

Con ambos competidores podemos encontrar distintas discrepancias que pueden enfrentarse a nuestro modelo de negocio, tal como lo es el diseño, precio y accesibilidad. Pero queremos trabajar de manera en que nuestros productos puedan competir y ser adecuados para el mercado existente.

Por tal razón nuestra estrategia de negocio centrada en captar estos nuevos clientes va a funcionar de manera en que los clientes tengan una visualización clara de nuestros productos y servicios, por lo tanto, va a estar centrada en el marketing de redes sociales y pagina web, por lo que nuestros nuevos usuarios van a poder conocer todas las características de los productos existentes y de los nuevos productos que buscamos agregar a nuestro catálogo. Se busca centrarse en la promoción y el desarrollo de la marca para que se identifique como un nuevo competidor en productos creativos y personalizados de papelería.

2.5 Modelo de negocio

REVE actualmente no está registrado ante la cámara de comercio, está en nuestras ideas próximas, pero por el momento queremos centrarnos en la expansión de productos en las diferentes líneas para así complementar totalmente nuestros productos. Actualmente está funcionando a través del modelo B2C con ventas realizadas en línea, pero desea expandirse a un modelo B2B de manera en que se pueda tener un contacto más directo con el comprador, participando en ferias y en un futuro poder tener un local físico para toda la distribución y compra directa.

Figura 3*Bussiness model canvas B2C***BUSINESS MODEL CANVAS**

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITIONS	CUSTOMER RELATIONSHIP	CUSTOMER SEGMENTS
<ul style="list-style-type: none"> • Empresa litografica de producción • Diseñadores de paginas web • Empresas marketing • Empresas aliadas con el bienestar 	<ul style="list-style-type: none"> • Venta de productos y kits de bienestar • Marketing • Participación en ferias de emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Producto que promueve la organización diaria y el bienestar emocional. • Personalización de las secciones que deseas incluir en tu agenda. • Distintas presentaciones según tus necesidades • Complemento con un kit de bienestar 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad online en las redes sociales • Servicio al cliente en redes sociales • Marketing y dinámicas online 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas entre los 15- 40 años de edad • Personas interesadas en la escritura • Personas interesadas en el bienestar emocional diario • Personas que deseen construir nuevos hábitos • Personas con ingresos medio-alto
	KEY RESOURCES		CHANNELS	
	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos financieros • Producción • Alianzas de complementos • Logística 		<ul style="list-style-type: none"> • Digitales a traves de redes sociales • Presenciales a traves de ferias de emprendimientos 	
COST STRUCTURE		REVENUE STREAM		
<ul style="list-style-type: none"> • Costos de impresión • Costos de encuadernación • Costos de empaques • Costo de productos adicionales en alianza • Costo de marketing • Salarios • Costo envíos 		<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos de ventas productos individuales • Ingresos de ventas Kits complementarios 		

Fuente: Elaboración propia**3. Deck de inversión del emprendimiento****3.1 Logo, slogan y elementos marcarios de la empresa****Figura 4***Nuevo logo REVE*



Fuente: Elaboración propia

Con este nuevo logo en REVE buscamos darle una imagen más fresca, en donde se pueda ver reflejado que somos más que solo una empresa que ofrece agendas, si no que está abierta incluir nuevos productos para complementar el inicial. Este logo conecta con las ideas de nuestra empresa inicialmente por el color, el color morado representa creatividad, espiritualismo y sabiduría. Todo esto se representa en lo que queremos reflejar con nuestros productos que es esa mezcla de responsabilidad con creatividad para sobrellevar tu día a día.

También encontramos que la tipografía es sutil pero imponente, lo que nos hace ver como una marca confiable, representada inicialmente por la inicial de nuestro nombre, que servirá como reconocimiento ante las personas.

En cuanto al slogan nos sentimos identificados con la frase “donde las palabras y la luz se encuentran”, ya que esta frase nos puede servir en dos sentidos gracias a que estamos fomentando la escritura y organización guiando a las personas como una luz que guía y orienta sus vidas. Pero además nos conecta con un producto que queremos lanzar en compañía con las agendas, que serían las velas aromáticas, para generar así un ambiente diferente a la hora de escribir.

Entre los elementos marcarios que encontramos podríamos identificarlo como el kit que queremos lanzar con los elementos de bienestar, ya que de esta manera nos van a identificar con un paquete de productos que se complementen uno al otro para hacer la experiencia aún más especial.

3.2 Cuantificación del problema del emprendimiento

La empresa está a punto de entrar al mercado de una manera más fuerte, ya que no solo se va a presentar como una empresa de elementos papeleros, si no que desea implementar nuevos productos que fomenten a la escritura y que fomenten un ambiente más cómodo para este. Encontramos que los jóvenes universitarios, cuando se encuentran en esta etapa es donde adquieren la mayoría de sus hábitos que van a regir por el resto de su vida por lo tanto es clave este desarrollo desde tan temprana edad, para que esto se vea influenciado en sus decisiones y hábitos que van a perdurar (De Luna-Bertos, 2015).

Por esto se necesita influenciar a los jóvenes desde edades tempranas para que empiecen con esta formación en la organización y bienestar emocional, ya que así cada vez más van a estar conscientes de lo que esto puede significar en un futuro en sus vidas, identificando sus sentimientos y sus prioridades que rondan todos los días por sus mentes. Se debe hacer alusión a que actualmente el método preferido de escritura para los jóvenes es a través de las redes sociales convirtiéndose en la primer forma de comunicación e información entre ellos, permitiendo de esta manera un cambio en el léxico, ya que no se expresan de la misma manera, si no de una manera más rápida y ágil restándole importancia a lo que quieren transmitir (Vanegas Ramírez, 2014).

Los jóvenes se encuentran en un conflicto ya que a su vez se tienen muchos pensamientos a esa edad, que necesitan ser plasmados y comunicados de manera personal o grupal, y a pesar de que las redes sociales son una buena forma de comunicación, la escritura libre siempre va a estar presente en sus vidas para una mejor expresión de lo que sienten, para compartir así sus pensamientos más profundos, sin necesidad de estar compartiéndolo con los demás, si no que permanezca en sus vidas como un recuerdo físico y tangible para recurrir a él en cualquier circunstancia.

Hablando más acerca del bienestar emocional podemos encontrar que este es esencial en nuestras vidas, muchas veces nos enfrentamos día a día al estrés en nuestras zonas de trabajo, de estudio o incluso en nuestras casas, pero se debe tener presente que nuestro bienestar debe ser nuestra prioridad y no se puede dejar a un lado por nuestras actividades.

El estrés diario puede influenciar en nuestra salud, por lo que se debe enfocar en el diario en una psicología positiva ya que las emociones negativas permiten que se de paso a esa afectación en la salud de las personas, por tal razón se debe influenciar a los jóvenes en que trabajen en sus emociones positivas porque de esta manera van a tener más confianza en sí mismos y serán felices. Sin permitir que el estrés afecte sus vidas, si no que por el contrario con ayuda del bienestar emocional puedan combatir este (Barco Jumbo & Palomino Maridueña, 2019).

Distintos factores que pudimos identificar a través de este escrito nos dejan entrever que la escritura debería ser algo en lo que los jóvenes trabajen diariamente, a modo de organización o liberación de las tareas mismas de todos los días. Un cambio en los hábitos de escritura no solo va a contribuir a tu léxico, sino que además va a permitir un cambio de vida, un modo diferente para así poder sobrellevar la vida cotidiana pensando en tu bienestar emocional e integral.

Según un estudio realizado en la Universidad de Alcalá se identificó que alrededor del 88,5% de los jóvenes a los que fue realizada la encuesta no cuidan de su lenguaje y ortografía al escribir en las redes sociales comparándolo con otros escritos como los escolares. Con esto podemos evidenciar de qué manera usan el lenguaje los jóvenes en su día a día y como una herramienta que los permita escribir sobre sus acciones diarias de una manera más formal, va a lo mejor permitir mejorar el léxico y la manera en que cada uno expresa sus ideas (20minutos, 2017).

3.3 Hoja de ruta del emprendimiento. Principales Hitos

Inicialmente REVE surge como un emprendimiento B2C en donde el contacto se ha presentado a través de redes sociales y comunicaciones digitales, está próximo a entrar al mercado, por lo que el contacto inicial que hemos tenido con el usuario es a través de unas muestras presenciales y percepciones sobre nuestro producto inicial que son las agendas. Estas muestras se realizaron en la ciudad de Bogotá y Bucaramanga comparando distintos públicos objetivos, para que nos dieran sus percepciones acerca del producto.

Tras este análisis identificamos distintos patrones de gusto entre las agendas y nos dimos cuenta de que queríamos añadirle otro plus a nuestro producto, por tal razón en proyecto que viene en camino es el de crear un kit completo de bienestar conectando con la organización y el bienestar emocional para complementar nuestro producto inicial. Estamos listos para dar el siguiente paso y añadir este nuevo kit a nuestra línea de productos para atraer a aun más público que esté interesado en dar el siguiente paso por su bienestar.

El siguiente paso que queremos dar esperando un crecimiento en ventas, es poder expandirnos a un modelo B2B en donde podamos tener un contacto físico con los usuarios, en donde puedan encontrarnos en una tienda física, en donde ellos puedan estar encargados de la personalización y conocer todo el proceso cercano, creando así una conexión directa con ellos. Nos gustaría además participar en ferias de emprendimiento para que distintas personas nos vayan conociendo y conociendo todo el trabajo que viene detrás de nuestros productos.

3.4 Análisis económico

El sector de escritura, organización y bienestar tuvo un aumento con la pandemia, al encontrarnos en nuestras casas realizando actividades solo de manera online y sin contacto alguno con las demás personas, lo que llevo a que cada persona compartiera mucho tiempo consigo mismo, permitiendo así disfrutar de un tiempo de soledad, relajación o introspección. Muchas personas por tal razón empezaron a tener diarios o agendas sobre lo que les ocurría en el día, sobre los pensamientos que estaban teniendo y todo esto a modo de reflexión.

Esto permitió que el sector de papelería y comercialización enfocado en agendas creciera aún más, empezaron a surgir nuevos términos tales como journaling o manifesting, que se convirtieron en actividades para escribir en agendas físicas y por lo tanto el mercado reacciono y empezó a elaborar productos enfocados en estos términos para la distribución. También el aumento de consciencia por no seguir desperdiciando el tiempo, tras toda la situación ocurrida en la pandemia, permitió que la gente fuera más consciente de lo que quiere hacer con su vida, que no todo es trabajo si no que en primer lugar esta su salud mental.

Cada día se están generando incentivos nuevos en Colombia para los nuevos empresarios con pequeños negocios, podemos encontrar mucha información acerca de convocatorias en páginas como la del ministerio de comercio, industria y comercio dependiendo del tipo de ayuda que necesiten los empresarios, en nuestro caso nos gustaría participar en una iniciativa como lo es Reactivación comercial para micronegocios, de manera que podamos expandirnos para obtener ventas en alianzas con otros negocios más grandes que apoyan negocios en crecimiento (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s. f.).

3.5 Descripción del equipo

REVE está inicialmente compuesto por

- Silvia Fernanda González Portilla, que es una estudiante de último semestre de administración de negocios internacional y administración en logística y producción, además de un minor en marketing de la universidad del rosario, la cual es co-creadora y desarrolladora del proyecto actual que busca la expansión de la línea de productos, además está encargada del marketing promocional de la empresa.

El rol de producción es llevado a cabo por la empresa Diseño empresarial, ubicada en la ciudad de Bucaramanga, Santander, en donde:

- Hilda lucia portilla es la encargada de la realización de cotizaciones de los productos y además es la asesora financiera de la empresa

- Fernando González es el encargado de producción de la empresa, quien realiza un asesoramiento en cuanto a procesos de producción para la línea de las agendas.

3.6 Cantidad de capital requerida para crecer

Figura 5

Inversión inicial

Inversión Inicial	\$ 10.000.000	
Gastos		
Marketing	30%	\$ 3.000.000
Logística y Ferias empresariales	10%	\$ 1.000.000
Producción y empaque	40%	\$ 4.000.000
Desarrollo e investigación	20%	\$ 2.000.000

Elaboración: Fuente propia

Se estima que se necesita alrededor de 10'000.000 de pesos colombianos como inversión inicial para adentrarse en el mercado colombiano, de este valor se añadiría alrededor del 30% en campañas de marketing y publicidad para dar a conocer el negocio, un 10% para permitirse inscripción a ferias de emprendimiento, contando además los muebles y logística que se necesitarían para estas experiencias, el 40% se usaría para la producción inicial de las agendas y mejora de procesos en cuanto a diseños y empaque.

Finalmente, el 20% restante estaría a disposición de la expansión a nuevos productos, como lo es la investigación y desarrollo del kit de bienestar completo que queremos ofrecer,

entre este encontraríamos el costo de adquisición de los nuevos productos y pruebas sobre los nuevos productos. Este 20% es muy importante para nosotros como empresa ya que deseamos expandir nuestro negocio complementando nuestra línea inicial, creemos que, a través de la introducción de nuevos productos, presentados a modo de experiencia, vamos a poder atraer nuevo público.

Adicionalmente queremos analizar la estrategia comercial, para lograr entrar a más ferias de emprendimiento, desarrollando nuevas estrategias en marketing y ventas B2B por lo tanto estos son puntos clave para el futuro de la empresa y su desarrollo económico.

4. Descripción del plan de crecimiento a largo plazo

Inicialmente nuestra meta en un futuro es expandir la línea de producto que ofrecemos, a pesar de que a corto plazo hemos decidido implementar un nuevo producto que complemente nuestro producto inicial que son las agendas, en realidad nos gustaría que en un futuro existieran más productos especialmente desde el área litográfica, que aporten aún más a nuestra línea principal, para si entrar a competir directamente con empresas que ofrecen una línea completa de productos de papelería que se complementan unos con otros.

Además de que, al agrandar nuestra línea de productos, vamos a poder a traer a más personas que deseen adquirir distintos combos o experiencias con lo que queremos ofrecer, teniendo en cuenta que nuestra línea actual de productos es pequeña, con una expansión podremos llegar a un público más grande, podremos generar más diseños para que la gente

tenga más participación en los productos que compra y finalmente se pueda desarrollar una fidelización mejor con los usuarios.

Entre nuestras proyecciones a largo plazo nos gustaría expandir nuestros servicios a otras ciudades tales como lo serian Bucaramanga y Medellín, encontramos dos puntos iniciales en estas ciudades respectivamente, ya que en primer lugar la planta de producción se encuentra en Bucaramanga por lo cual nos gustaría, tener un punto de venta allí, conectando además con el crecimiento que ha tenido Bucaramanga en los últimos años, ya que a pesar de que es una ciudad pequeña, hay una alta presencia comercial de distintos puntos de negocio.

En segundo lugar, identificamos a Medellín como un aliado comercial, ya que esta ciudad también se encuentra en constante expansión en los últimos años, con distintas zonas en la ciudad creciendo en cuanto a comercio y teniendo en cuenta que el turismo cada año está aumentando debido al comercio, marketing sobre la ciudad, entre otras razones.

Creemos que es clave la expansión a otras zonas del país, ya que esto va a permitirnos abrir a más mercado y a que más personas nos conozcan para posicionarnos como una marca colombiana, debemos también tener una mejora en logística de envíos, para poder alcanzar a entregar a cualquier zona del país, sin ningún tipo de limitación. Creando alianzas con empresas de transporte para reducir costos y brindar un excelente servicio a nuestros usuarios.

Finalmente creemos que la expansión online es muy importante ya que esto nos puede a potencializar a llevar este a un mercado internacional, podemos ver como distintas marcas empezaron con un modelo online, luego con tiendas físicas y lograr finalmente una expansión a mercados internacionales con envíos online a través del mundo, esto puede ser con plataformas como etsy o amazon, también podríamos diseñar modelos para crear una agenda online desde la cual puedan acceder de distintos lugares ya sea con envíos de materiales

físicos o acceder a ellos a través de las plataformas anteriormente nombradas, dandonos aun así más plus en nuestro modelo de negocio para poder competir tanto a nivel nacional como a un nivel internacional con distintas empresas y de esa manera empezar a crear nuevos productos para expandir también nuestro catalogo que es también importante para lograr llegar a aun más personas.

4.1. Escenarios de crecimiento para el emprendimiento

Nuestra empresa tiene como objetivo crecer al largo plazo a través del Protocolo de la alianza del pacifico en donde nos expresa una relación comercial con países como México.

Este escenario plantea como modelo que se desarrolle el libre comercio y por tal razón creemos que mexico es el escenario ideal, es un país con un gran desarrollo económico que va a permitir una extensión a su mercado y de esta manera vamos a poder entrar a el de una manera más fácil, los proceso de exportación también son los adecuados ya que encontramos tratados de libre comercio para distintos productos, este tratado tiene como fin promover un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías de ambos países, con el objetivo de alcanzar un mayor bienestar, reducir la desigualdad socioeconómica e impulsar la inclusión social de sus habitantes (Cancillería, 2024).

Encontramos también competidores que nos pueden servir como referencia para entrar a este mercado, de manera que no simplemente vamos a entrar en un mercado

desconocido si no que vamos a entrar con referencias y con gran ayuda de los tratados de libre comercio.

También podemos encontrar relación con otro país como lo es Chile, es un país con el que también existe una buena relación comercial entonces por tal razón podemos lograr una expansión comercial adecuada generando la expansión de más productos no solo a través del comercio online si no posiblemente logrando una expansión de tiendas físicas.

Finalmente como se comentaba anteriormente la expansión online es una clave segura para el emprendimiento, ya que a través de plataformas de comercio electrónico vamos a poder llegar a más lugares del mundo y a que más personas nos conozcan, en Colombia hay leyes que regulan el comercio electrónico pero se pueden realizar las ventas no solo a través de la página web, si no con otras plataformas especializadas que nos van a permitir mostrarnos a modo de publicidad con otros productos como complementos y de esta manera más usuarios conoceran la marca y así extendernos en todas nuestras redes sociales, logrando más seguidores y más interacciones para nuestro negocio.

Creemos que es clave la interacción de las redes sociales con los usuarios ya que de esta manera nos va a permitir crear una fidelización con ellos y así tener un acercamiento directo que permitirá la expansión de nuestros productos y a la larga más ventas.

4.2. Riesgos y alternativas para el crecimiento.

Algunos riesgos que podemos identificar en nuestro emprendimiento son problemas en cuanto a los proveedores y tiempos de entrega inicialmente porque al tercerizar la producción pueden haber conflictos a la hora de entrega ya que hay distintos compromisos de parte de la empresa que realiza la producción con respecto a otros clientes que pueden tener también pedidos con la empresa, por lo tanto es importante tener presentes los lead times que la empresa nos ofrece para poder hacer las distintas ordenes de productos y tener suficiente stock para los distintos pedidos.

Es importante la realización de un forecast inicial para así darnos una idea del primer año como se van a comportar posiblemente nuestros pedidos iniciales para formular bien el stock inicial de productos que necesitamos, también realizar un forecast de los productos que ofreceremos a través de las plataformas de comercio electrónico ya que en este medio vamos a poder realizar distintas ventas en otros medios por lo tanto el pronóstico va a poder ser diferente dependiendo de las estaciones y distintas estrategias de marketing que se manejen en las plataformas.

Otro riesgo que podremos identificar sería a través de las exportaciones ya que puede haber cambios en las tasas de cambio que puedan afectar nuestros precios y modelo de negocio como lo tenemos presentado, por lo tanto, debemos asesorarnos en cuanto a cómo se relacionan las pymes y sus exportaciones, tanto a través del comercio electrónico como si decidimos abrir sucursales físicas en otros países.

La alternativa para el proyecto sería crear nuevas estrategias de marketing mejorando así el modelo de ventas para crear una fuerza de ventas más grande que impacte de manera significativa nuestro modelo de negocio, todo esto a través de la publicidad digital ya que es muy importante impulsar los canales digitales para crear una presencia de marca y tener más reconocimiento en el mercado colombiano.

5. Aprendizajes

Con toda la formación de opción de grado que vimos a través de tres semestres siento que hubo un avance de distintas partes inicialmente desde que empezamos con la formulación del trabajo, donde empezamos por aprender a trabajar en equipo a formular una idea, a conectar con personas con distintos tipos de pensamientos y que en general ayudo a que construyera su opinión sobre el trabajo en equipo y que cada persona pudiera dar su toque al trabajo para formar una idea concreta e innovadora para la clase.

Aprendimos sobre los distintos lineamientos que se deben tener en cuenta a la hora de crear un emprendimiento ya que no solamente se basa en tener una idea, sino que se debe plantear un problema, unos objetivos generales y específicos y unos análisis del mercado al cual quieres entrar, un análisis de competidores y creación de estrategias para entrar al mercado. Todos los conocimientos impartidos por los distintos profesores fueron clave para consolidar la idea del emprendimiento y llevarlo hasta el punto en el que se encuentra, para

poder realizar las muestras físicas, la muestra de productos y generar una conclusión sobre que necesita nuestro emprendimiento para ser aun mejor y mejorar cada día.

Este aprendizaje fue muy grande y nos va a poder servir para desarrollar aun más ideas futuras que surgan en el camino de las vidas, porque algo que me quedo de wnes que nunca es demasiado tarde para aprender y emprender, la idea puede surgir en cualquier momento y con la adecuada formulación se va a poder llegar al siguiente nivel, creando un impacto positivo en las personas a traves de este producto y/o servicio y generando un crecimiento mayor de la idea en el mercado.

6. Conclusiones

A manera de conclusión nuestro emprendimiento se encuentra en una etapa temprana de desarrollo iniciando con la formulación de sus productos y buscando expandirse a nuevos productos que complementen su catalogo de ventas, de esta manera busca asi posicionarse de una manera mejor en el mercado, no solo teniendo un producto clave si no teniendo la oportunidad de tener un kit complementario con productos diferentes que puedan servir para dstinttas personas y complementar el proceso que queremos ofrecer.

Este proyecto esta diseñado para un amplio tipo de mercado que va desde jovenes hasta adultos, para que ellos se logren identificar con nuestro productos y adquirir con el que mejor se identifiquen ya que nunca es tarde para empezar a organizar tu vida diaria y emocional, ya

que esto esta presente en cada momento y es necesario tomar distintas opciones para trabajar en la organizacion y en el crecimiento personal.

Creemos que el emprendimiento va a tener un alto impacto en la vida de distintas personas y en la industria papelera, ya que desde la estrategias de ventas en comercio electronico vamos a poder incursionar en distintas zonas del pais y llegar a distintas partes del mundo tambien, por lo que creemos que la idea no se va a qeudar en su etapa temprana si no que va a lograr avanzar y expandirse a nuevos mercados en donde podamos ofrecer aun más productos que es una de las ideas principales.

Finalmente queremos comunicar que nos vamos a encontrar en constante investigación para innovar en nuevos mecanismos de ayuda a la organización y salud mental, realizaremos capacitaciones para conocer más acerca del tema y poder crear una comunidad cercana con nuestros usuarios, para que sigan comprando nuestros productos y se sientan acompañados por parte de nosotros. Sin sentir que somos una compañía que no se preocupa por los clientes, si no que quiere ir acompañandolos en su proceso integral y mejorar cada vez más sus productos y procesos.

Referencias

20minutos. (2017, octubre 3). *Más del 90% de los jóvenes cometen faltas de ortografía cuando usan dispositivos móviles*. 20minutos.

<https://www.20minutos.es/noticia/3150820/0/faltas-ortografia-jovenes-dispositivos-moviles/>

Barco Jumbo, B. A., & Palomino Maridueña, J. S. (2019). *Afrontamiento De Estrés En El Bienestar Emocional De Los Adolescentes* [Trabajo de grado, Universidad Estatal de Milagro].

<https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4419/1/AFRONTAMIENTO%20DE%20ESTR%C3%89S%20EN%20EL%20BIENESTAR%20EMOCIONAL%20DE%20LOS%20ADOLESCENTES.pdf>

Cancillería. (2024, noviembre 14). *Alianza del Pacífico*. Cancilleria.gov.

<https://www.cancilleria.gov.co/international/consensus/pacific-alliance>

De Luna-Bertos, E. (2015). Hábitos de vida saludable en la población universitaria.

Nutrición Hospitalaria, 5, 1910-1919. <https://doi.org/10.3305/nh.2015.31.5.8608>

Faros Sant Joan de Déu. (2021). *Una mirada a la salud mental de los adolescentes: Claves para comprenderlos y acompañarlos*. Faros.

https://www.observatoriodelainfancia.es/ficherosoia/documentos/7455_d_Mirada-SaludMental-Adolescentes.pdf

Martínez-Otero Pérez, V., & Torres Barberis, L. (2005). Análisis de los hábitos de estudio en una muestra de alumnos universitarios. *Revista Iberoamericana de Educación*, 36(7), 1-9. <https://doi.org/10.35362/rie3672929>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s. f.). *Soy microempresario: Apoyo para pequeños negocios y emprendimientos, profesionales independientes y artesanos*.

Colombia sigue adelante. Recuperado 14 de noviembre de 2024, de <https://colombiasigueadelante.mincit.gov.co/ejes/microempresarios>

Vanegas Ramírez, M. H. (2014). *La escritura y las redes sociales* [Tesis de maestría, Universidad del Tolima]. <https://repository.ut.edu.co/entities/publication/886312cf-40e6-4808-a1fb-c0f25bdc9e87>