

PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

FUNEPU

Fundación Educativa del Putumayo

Evaluación final: Paso 7 - Consolidar el modelo de negocio en el lienzo CANVAS

Presentado por:

HEYSON ALEXANDER SIERRA

LEANDRO JAVIER LEON DUARTE

MIGUEL ANGEL MUÑOZ

PEDRO LÓPEZ

Grupo:

Presentado a:

ANDRES MAURICIO MEJIA MARTINEZ

Tutor

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD

DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN PARA TECNOLOGÍAS GESTIÓN DEL

MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

MAYO DE 2018

INTRODUCCIÓN

El Business Model Canvas es un lienzo que se utiliza para diseñar modelos de negocio de forma simplificada y comprensible. Se trata de una herramienta que permite plantear una propuesta emprendedora desde un punto de vista integrado de forma visual con todos los elementos que lo configuran.

El concepto tiene su origen en 2004, cuando su autor, Alexander Osterwalder, presentó la idea en su tesis de doctorado. Posteriormente, el concepto evolucionó y derivó en el modelo que conocemos hoy en día, explicado en el libro que escribió Osterwalder junto con Yves Pigneur en 2010: Generación de modelos de negocio. En esta publicación ya se presentaba el modelo como un lienzo dividido en nueve áreas que permiten explicar gráficamente un modelo de negocio.

En el presente trabajo se desarrolla la propuesta de “fundación educativa del Putumayo”, este emprendimiento social nace de la necesidad de reducir los índices de baja escolaridad que afectan a la región de Putumayo, especialmente en las áreas de la agroindustria. Para ello desarrollaremos la idea de negocio CANVAS.

OBJETIVOS

- Con la elaboración de este trabajo colaborativo podemos conocer y desarrollar una serie de herramientas que nos sirven para promover un proyecto de emprendimiento social en la región del putumayo.
- Con el estudio de la temática planteadas en este diplomado nos preparamos para lograr los objetivos de obtener nuestro grado en las diferentes tecnologías que cada uno de nosotros cursa y al mismo tiempo nos brindan herramientas innovadoras de negociación para afrontar el futuro como profesionales.

FUNEPU - FUNDACIÓN EDUCATIVA DEL PUTUMAYO

PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Presentación de la empresa

La empresa FUNEPU está dedicada a labores educativas y tienen como prioridad la educación y formación superior en carreras que hacen referencia en la agroindustria, este es un proyecto educativo innovador que buscar solucionar la problemática de la baja escolaridad en la región del Putumayo.

Estrategias de Mercado

Para afrontar las innumerables complejidades que encierran los diferentes tipos de mercado, los mercadólogos necesitan planificar e implementar una o más estrategias de mercado con la finalidad de lograr los objetivos que la empresa o unidad de negocios se ha propuesto alcanzar en su mercado meta.

El marketing dirigido a Universidades debe ser enfocado de manera diferente, ya que su visión y misión son más humanas y menos de negocio, su existencia está sustentada en el ideal de potenciar el crecimiento de las personas a través de la transmisión de conocimiento, habilidades y actitudes.

- Incluye servicios extra en tu oferta educativa. Por ejemplo, incluye una actividad extracurricular, sin cobrarla de forma adicional.
- Cuida que tenga una buena imagen y que sea de calidad.

MODELO DE NEGOCIOS FUNEPU (Fundación educativa del Putumayo)

SEGMENTO DE CLIENTES

Este segmento está orientado a todos los jóvenes bachilleres y tecnólogos de la región del Putumayo que tengan como proyecto de vida ser profesionales y colaborar con el progreso de su departamento, de Colombia y del mundo.

PROPUESTA DE VALOR

Se prestan servicios de capacitación virtual para poder tener un manejo de la plataforma de FUNEPU. Este proyecto posee prácticas de desarrollo educativo para capacitar de la mejor manera en la toma de decisiones a los estudiantes del Putumayo, segmento de la población a la cual está básicamente dirigida nuestra propuesta. La oferta educativa es gratis y brinda ascenso educativo a los jóvenes de la región del Putumayo, la cual en estos momentos está deprimida y descuidada por parte del estado.

Este proyecto es único en la región por lo tanto llegara e impactará de una forma positiva a la juventud putumayense.

Es importante resaltar que la región del Putumayo tiene un gran potencial en al ámbito de la agroindustria, pero este no es explotado de la mejor manera por las instituciones ya existentes, ni por las entidades gubernamentales, ni departamentales. Pero una vez en marcha con este proyecto se capacitará a los jóvenes de esta región para desarrollar proyectos agroindustriales que darán un paso importante al desarrollo.

CANALES

En el sitio web podremos encontrar información relacionada con las carreras que se están ofertando. De forma muy sencilla los jóvenes podrán matricularse vía internet solo con hacer clic ya estarás matriculado en esta importante fundación educativa llamada FUNEPU. Además, la fundación posee red e intranet donde los usuarios podrán contactarse y exponer requerimientos, dudas o quejas.

En las redes sociales está corriendo publicidad de nuestra fundación y llegará a todos los jóvenes de la región, captando de primera mano la información necesaria para el buen desarrollo de la toma de decisiones.

Perfiles de usuarios

El pasivo. Se mantiene en el anonimato, pero sabemos que existe gracias a nuestras herramientas analíticas. En general suelen ser usuarios reales que se interesan por lo que sus marcas favoritas quieren comunicarle.

El activo. Pasa más tiempo online que el mismo Community, le da likes a todos los álbumes de fotos, comenta las actualizaciones de estado más recientes o hace re-tweets de tus comentarios.

RELACIONES CON LOS CLIENTES

La fundación FUNEPU crea alianzas con importantes universidades para realizar convenios, en el desarrollo de actividades académicas en la agroindustria.

Perfiles de usuarios

El pasivo. Se mantiene en el anonimato, pero sabemos que existe gracias a nuestras herramientas analíticas. En general suelen ser usuarios reales que se interesan por lo que sus marcas favoritas quieren comunicarle.

El activo. Pasa más tiempo online que el mismo Community, le da likes a todos los álbumes de fotos, comenta las actualizaciones de estado más recientes o hace re-tweets de tus comentarios.

FUENTES DE INGRESO

Se espera recibir gran cantidad de estudiantes que desee matricularse en nuestra fundación la cual ofrece importantes carreras para el desarrollo de la región. El ingreso para la creación y sostenimiento de la FUNEPU proviene de alianzas privadas y públicas, estas entidades darán la fuerza del capital para colocar en marcha el proyecto de emprendimiento social.

RECURSOS CLAVE

La fundación FUNEPU tiene en su planta académica profesores de alta calidad que darán a nuestros jóvenes el mejor conocimiento en el área de la agroindustria. De igual manera la fundación posee excelentes espacios físicos adecuados para la enseñanza profesional de los jóvenes del PUTUMAYO.

ACTIVIDADES CLAVE

- Las actividades claves más importantes son la elaboración de la plataforma para prestar un servicio académico con contenido de calidad.

- Construcción de redes para mantener buenas relaciones con nuestros clientes.
- Generar espacios que contribuyan a la sana comunicación entre los usuarios de la plataforma y la fundación FUNEPU.

SOCIOS CLAVE

- Servicio nacional de aprendizaje (SENA).
- Entes gubernamentales y departamentales.
- Empresas patrocinantes de la región.

ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costos para la ejecución de esta propuesta de valor, tendrá los siguientes costos:

La plataforma virtual costara 100 millones de pesos.

Las oficinas y equipos tendrán un valor aproximado de 80 millones de pesos.

Los salarios de los empleados tendrán un valor de 400 millones de pesos. Para un total aproximado de 580.000.000 de pesos.

La estructura de costos es uno de los pasos más importantes en el desarrollo del modelo de negocios CANVAS, esta comprende todos los costos que tendrá la fundación, una vez analizadas las actividades, los socios y los recursos clave y al mismo tiempo poder determinar cuál es el precio que tendrá que pagar cada estudiante por los créditos que debe ver en su desarrollo formativo como futuro profesional del agro.

Los costos involucrados en la idea de negocios sobre la fundación FUNEPU son:

Gastos por pago de nóminas

Mantenimiento de instalaciones locativas

Suministros

Costos de distribución

Costos de publicidad

Membresías

Software y Hardware utilizados, entre otros.

Los recursos más costosos en esta propuesta de negocio son el pago de la nómina mensual, ya que para brindar una educación con calidad es necesario contar con un equipo de trabajo muy profesional y para eso se debe pagar salarios de profesionales especialistas, con maestrías y doctorados. Pero los salarios de los Operarios y Auxiliares serán el salario mínimo legal vigente con las debidas prestaciones de ley.

Pitch: En la región de putumayo, deseamos reducir los índices de baja escolaridad, Somos el grupo del Diplomado de profundización para tecnologías gestión del marketing para el emprendimiento social, en esta ocasión le queremos presentar la propuesta de educación a distancia de la FUNDACION EDUCATIVA DEL PUTUMAYO, con este proyecto buscamos contribuir al desarrollo agrícola de la región. Esta propuesta va dirigida a los jóvenes egresados de bachillerato y a todos los técnicos y tecnólogos que deseen formarse en carreras de educación superior. Este proyecto requiere de inversión gubernamental y de las compañías patrocinantes, pero la inversión es muy poca considerando todo el talento que hará de Putumayo una región avanzada en nuevas tecnologías. Tenemos presencia en redes sociales y pagina web, nuestro servicio es de carácter virtual cuenta con una excelente plataforma.

LINK DE VIDEO:

<https://www.youtube.com/watch?v=yxXznHyl2is>

CONCLUSIONES

Con la elaboración de este trabajo colaborativo, los estudiantes del diplomado del marketing para el emprendimiento social podemos concluir que:

- La planificación debe ser la base para iniciar un proyecto de negocio, es aquí donde se plasma y se traza el horizonte hacia el objetivo que se desea alcanzar, los negocios rentables lo son así porque previo a su ejecución, hubo un trabajo de planificación, llevado a cabo por el administrador financiero, apoyado por su equipo de trabajo y así como por otros Gerentes quienes están enfocados en los objetivos diseñados, cada uno trabajando en su propio plan pero concatenado o alineado hacia el objetivo general de la organización.
- Los escenarios de negocios son las herramientas vitales para la planificación de negocios, el líder de negocio prácticamente es dependiente de estas herramientas, con lo cual puede elaborar un modelo de negocio, así tener una perspectiva lo más ajustada a la realidad, puede con esto establecer los ingresos y los costos, dependiendo de qué tipo de escenario se presente, esto permite detectar riesgos para poderlos administrar y al mismo tiempo minimizarlos, y así tomar las mejores decisiones para sus inversiones.
- La propuesta de valor es lo que hace diferente a un negocio rentable y sostenible, si no existe una clara propuesta de valor es muy probable que lo supere la competencia, se debe explotar esta ventaja competitiva, pero se debe tener el conocimiento que la propuesta de valor base en tres pilares fundamentales, los clientes, los ingresos y la rentabilidad.

BIBLIOGRAFIA

Alvarado L. (2013). Neuromarketing, ciencia al servicio del conocimiento.

Recuperado de

http://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana_20Alvarado.pdf

Ambrosio, V., & Poveda, J. A. (2000). Plan de marketing paso a paso (pp. 1 -21).

Recuperado de [https://es.scribd.com/doc/136178329/Plan-de-Marketing-Paso-a-](https://es.scribd.com/doc/136178329/Plan-de-Marketing-Paso-a-Paso-Vicente-Ambrosio-Virtual)

[Paso-Vicente-Ambrosio-Virtual](https://es.scribd.com/doc/136178329/Plan-de-Marketing-Paso-a-Paso-Vicente-Ambrosio-Virtual)

Del Santo, O. & Álvarez, D. (2012). Marketing atracción 2.0. (pp. 9 – 15).

Recuperado de [http://www.juancmejia.com/wp-](http://www.juancmejia.com/wp-content/uploads/2012/06/Marketing-de-Atraccion-20.pdf)

[content/uploads/2012/06/Marketing-de-Atraccion-20.pdf](http://www.juancmejia.com/wp-content/uploads/2012/06/Marketing-de-Atraccion-20.pdf)

Di Prieto. (2014). Branding, el paso a paso para construir marcas inolvidables.

Recuperado de [http://blog.fromdoppler.com/construye-marcas-inolvidables-con-](http://blog.fromdoppler.com/construye-marcas-inolvidables-con-nuestro-nuevo-ebook-sobre-branding/)

[nuestro-nuevo-ebook-sobre-branding/](http://blog.fromdoppler.com/construye-marcas-inolvidables-con-nuestro-nuevo-ebook-sobre-branding/)

Edumarketing (2005). Guía para elaborar un plan de marketing. Recuperado de

<http://educamarketing.unex.es/Docs/guias/gu%C3%ADa%20para%20la%20elabora>

[ci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20de%20marketing.pdf](http://educamarketing.unex.es/Docs/guias/gu%C3%ADa%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20de%20marketing.pdf)

Fornelli A. & Sánchez J. (2013). Branding para pequeña y mediana empresa.

Recuperado de <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/183/177>

Muñiz, R. (2011). Marketing en el siglo XXI. Marketing directo. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/capitulo-9-marketing-directo.html>