

Proyecto de emprendimiento social marketplace con conciencia social

Deinis Paola Orozco Varela

Juan Camilo Salinas Calle

Lisney Marcela Pérez

Rosaury Ávila Mejía

Ruztkoi Gemael Vergara Morales

Tutora

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta Y A Distancia UNAD

Diplomado Para Tecnologías En Gestión Del Marketing Para El Emprendimiento Social

Junio

2022

Tabla de contenido

Introducción	6
Objetivos	7
Planteamiento del problema.....	8
Descripción de la problemática	8
Idea de emprendimiento propuesta como solución	8
Sustentación de los aportes sociales y población beneficiada.....	9
Mision y vision.....	9
Innovación social	10
Innovación.....	10
Impacto social	11
Factor productivo	12
Finanzas.....	14
Propuesta de valor.....	15
Metodología desing thinking.....	15
Etapa de empatía	15
Etapa de definición	17
Etapa de ideación	19
Etapa de prototipado.....	20
Etapa de testeo.....	20
Estrategias de mercado.....	22
Atributos y beneficios	22
Características tangibles de los productos.....	23
Grupo objetivo del proyecto.....	23
Tipo de segmentación.....	23
Características de los consumidores.....	24

Competencia.....	25
Marca imagen y eslogan.....	26
Aliados claves en el modelo de negocio y alianzas estratégicas.....	27
Estrategias de mercado.....	28
Estrategias de comunicación	28
Estrategia de posicionamiento.....	29
Estrategias de diferenciación.....	29
Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales	29
Construcción de la página web.....	33
Proyección operativa y financiera.....	34
Recursos operativos.....	34
Tamaño del proyecto.....	34
Disponibilidad de insumos	35
Ficha técnica.....	35
Descripción de la maquinaria y/o instalaciones necesarias.....	36
Proyecciones de distribución en planta	37
Descripción de los cargos.....	38
Descripción de los equipos de oficina.....	42
Proceso operativo	43
Localización	44
Proyecciones de ventas.....	42
Proyecciones de ventas.....	43
Precio de ventas.....	44
Proyección de ingresos por ventas	46
Capital de trabajo	47
Saldo acumulados en miles.....	49
Inversiones	50
Fuentes de capital de Inversión.....	51

Lista de figuras

Figura 1: Lienzo del modelo de negocio.....	16
Figura 2 Matriz DOFA o FODA	18
Figura 3 Herramienta SCAMPER	19
Figura 4 Prototipado de apps en papel.....	20
Figura 5 Mapa de ofertas	21
Figura 6 Marca, imagen y eslogan	27
Figura 7 Prototipo you tube	30
Figura 8 Prototipo linkedIn	31
Figura 9 Prototipo twitter.....	31
Figura 10 Pagina de venta.....	33
Figura 11 Registro de datos y contacto.....	33
Figura 12 Ficha técnica.....	35
Figura 13Distribucion de planta.....	37
Figura 14 Organigrama	40
Figura 15Localizacion.....	42

Lista de tablas

Tabla 1 Capacidad instalada	34
Tabla 2 Maquinaria y elementos operativos	36
Tabla 3 Equipos de oficina.....	40
Tabla 4 Calculo de la demanda.....	43
Tabla 5 Proyecciones de ventas	44
Tabla 6 Punto de equilibrio	45
Tabla 7 Ingresos por ventas	46
Tabla 8 Proyección de ingresos por ventas	46
Tabla 9 Flujo de caja mensual.....	48
Tabla 10 Saldo acumulado en miles	49
Tabla 11 Inversión total	50

Introducción

El presente proyecto es una idea de emprendimiento social innovadora que permite aportar una solución a una de las problemáticas más comunes dentro de las comunidades “pobreza”. El objetivo principal es ofrecer un canal electrónico por medio del cual los artesanos, campesinos y productores de la ciudad de Valledupar pueda acceder a alternativas de ventas para sus productos a través de las herramientas digitales presentes. Su nombre comercial Marketplace con conciencia social, es una vitrina virtual por medio de la cual el cliente puede tener acceso a diferentes productos, ofrecidos por uno y/o varios proveedores su modalidad de uso por medio de una economía colaborativa la cual permite interactuar de manera social e innovadora.

Pará su adecuado desarrollo se ha utilizado la metodología Desing Thinking, aplicada para generar ideas por medio de una creatividad colectiva, permitiendo así aprender de la audiencia, es decir para quien se ha creado este innovador diseño y otros aspectos como filtrar información y construir un punto de vista basados en las necesidades y posibles soluciones, imaginar recursos creativos a través de la construcción de una o más ideas representadas y finalmente evaluar cada una de estas.

Para alcanzar las ventas estimadas se implementan estrategias de marketing digital, mostrando los atributos y beneficios de la herramienta, análisis de la competencia y comportamiento de los consumidores en cuanto a la financiación del proyecto se requiere de una inversión inicial de \$39.628.600, el cual se dará 50% aporte de socios y 50% créditos financieros.

Objetivos

Objetivo general

Establecer una propuesta de emprendimiento Social Innovadora sostenible y/o sustentable que contribuya al crecimiento de la comunidad de artesanos, campesinos y productores de la ciudad de Valledupar, a través de un Marketplace y/o agro mercado virtual con el uso de herramientas tendencias y digitales.

Objetivos específicos

Relacionar ideas que sustenten los criterios del proyecto de emprendimiento Marketplace con conciencia social.

Justificar los criterios de innovación, impacto social, factor productivo, mercado objetivo y financiación propuestos para el Marketplace.

Definir las ideas innovadoras establecidas en el modelo Design thinking en cada una de sus etapas, ideación, definición, prototipado y testeo para un adecuado desarrollo del Marketplace. Diseñar estrategias de marketing, dando lugar al componente organizativo del proyecto y contemplando los conceptos como atributos, beneficios, marca, grupo objetivo, competencia, estrategias de mercado enfocados en la competitividad del proyecto.

Planteamiento del problema

Proyecto Seleccionado: Marketplace Con Conciencia Social

Ubicación: Valledupar Cesar

Objetivo de Desarrollo Sostenible: Fin de la Pobreza, Trabajo decente y crecimiento económico

Problemática Identificada: Bajos índices de ventas por falta de canales alternos que permitan la comercialización de productos agrícolas y artesanales.

Descripción de la problemática

Dados los altos índices poblacionales en el país hemos identificado que, en la ciudad de Valledupar posesionada como la cuarta ciudad con mayor índice de pobreza, según cifras relacionadas por el DANE la pobreza monetaria alcanza el 50.0% y la pobreza monetaria extrema alcanza el 13,8% (*abril 2022, elpilon.com*).

Según las cifras anteriores centramos nuestra atención en los 1.200 campesinos, artesanos y productores quienes actualmente cuentan con muy pocas oportunidades de empleo y solo tienen una mínima fuente de ingreso proveniente de la venta de sus productos, estas personas desde muy tempranas horas de la mañana deben salir de sus casas con carretas a vender en forma física sus productos; expuestos a condiciones climáticas y/o inseguridades pero aun así deben persistir ya que es la única forma de subsistencia que tienen.

Idea de emprendimiento propuesta como solución

Esta idea busca ofrecer un canal virtual por medio del cual la comunidad antes mencionada puede acceder a una alternativa de venta, promoviendo en ellos el comercio electrónico y los diferentes canales comerciales incluidos en este entorno.

Marketplace Con Conciencia Social

Este emprendimiento social consiste en abrir los canales digitales a los 127.5300 productores, campesinos y artesanos ubicados en la ciudad de Valledupar, para que puedan comercializar y obtener ingresos superiores a los actuales, este modelo de emprendimiento es enriquecido a medida que se le presten las adecuadas capacitaciones a esta comunidad para que posteriormente sean ellas las que gestionen y promocionen el uso del Marketplace.

Sustentación de los aportes sociales y población beneficiada

Los 127.530 artesanos campesino y productores relacionados con el proyecto no conocen otro medio de subsistencia aparte de vender sus productos, a esto le sumamos que su único método de venta es el canal físico, al promover este emprendimiento lo que se busca es que se pueda brindar una mayor comercialización a productos de origen agrícola y artesanal que tienen un alto valor social para la comunidad ya que en su mayoría hacen parte de la canasta familiar cosechados y creados por los mismos comerciantes.

Con el fin de garantizar que el proyecto realice un aporte social se le ha definido su misión y visión de la siguiente manera.

Misión

Contribuir al desarrollo económico de esta región, promoviendo trabajo y oportunidad para todos, incentivando por medio de una herramienta a la vanguardia de los avances tecnológicos el crecimiento poblacional; permitiendo así que muchos campesinos, productores y artesanos puedan ingresar al proyecto.

Visión

Ofrecer oportunidades comerciales y promover el crecimiento económico regional por medio de una plataforma digital que genere oportunidad y bienestar para todos sus asociados.

Innovación social

El principal objetivo de este proyecto es ayudar a los campesinos, productores y artesanos a promover de manera digital sus productos, a su vez hacerlos parte de una sociedad en la que figuraran como socios directos y primordiales. En pro de velar por la eficacia y adecuado funcionamiento se hará una presentación de este con el fin de preparar a los socios en cuanto al adecuado uso del Marketplace

Innovación

Partiendo del concepto de innovación social que es fundamental para crecer dentro de una comunidad, se debe tener en cuenta que el beneficio hace parte de la sociedad, por ello es importante tener ciertas ideas que generen un impacto positivo a la sociedad. Este modelo de innovación es abierto.

Su economía es caracterizada porque permite ir más allá de los modelos tradicionales comerciales, además permite explorar en cuanto a tecnologías y mercados para así poder generar y aplicar nuevos conocimientos. Recordemos que para el caso se ha propuesto un Marketplace. La cual es una página web en donde diferentes personas ofrecen sus productos y pagan al propietario una comisión por cada venta, en este emprendimiento se busca promover la herramienta en pro de permitir que los 127.530 productores artesanos y campesinos de la región puedan vender de manera digital sus productos.

Consiste en crear un ecosistema digital y logista el cual se encargará de realizar toda la parte de ventas de este mercado y la parte logística de poder gestionar todo el proceso de envío, la idea es poder aumentar las ventas por medios digitales, teniendo y sabiendo utilizar todas las herramientas que ofrece el internet como medio exponencial. Se hace necesario realizar convenios con servicios de entrega logístico para que sea fácil poder repartir a nivel nacional;

este proyecto es innovador en el sentido en el que será el primer proyecto que beneficie de manera eficaz a campesinos, artesanos y/o productores directamente, este se hará por primera vez, se había pensado, pero no había puesto en marcha un proyecto de esta magnitud, por lo cual será algo que beneficie a toda una comunidad.

El punto de innovación será la plataforma digital del Marketplace donde se podrá promocionar, vender y comprar los diferentes productos propuestos además de utilizar las redes sociales como WhatsApp, Instagram Y Facebook para dar a conocer los productos, sus respectivos precios y las distintas promociones. El uso y acceso a la plataforma inicia con la capacitación a los diferentes campesinos, productores y agricultores de la ciudad de Valledupar, con esto promovemos el aprendizaje y desarrollo de habilidades en cuanto al mundo tecnológico, en un trabajo conjunto con la comunidad se realizará una Asociación con todos los involucrados para así garantizar la viabilidad del proyecto. La asociación propuesta promueve el trabajo en equipo, se requiere de la participación de todos los campesinos, productores y agricultores de la zona, adicional la estructura administrativa que garantice el buen uso del recaudo de recurso que inicialmente se dijo que sería por aporte de socios. Cabe resaltar que esta asociación es un complemento al Marketplace ya que es una manera de organización de los recursos y su destinación.

Impacto social

En términos específicos un proyecto social genera impacto en la medida en la que se promueve un producto de manera cuantitativa. Uno de los impactos sociales que crea esta tendencia, es la enseñanza de la tecnología y tendencias actuales, es un impacto brusco para aquellas personas dentro de una comunidad que no están acostumbradas o nunca han podido relacionarse con dichas tendencias, que son las que mueven el mundo.

Este proyecto va a promover el aprendizaje tecnológico para los productores, artesanos y campesinos que luchan día a día para vender sus productos, antes de que se dañen. Brinda la oportunidad de ser inclusivos en cuanto a los avances tecnológicos y la información de aquellas personas que desconocen o no tienen la facilidad de acceder a este tipo de herramientas; además de esto se promueve el bienestar económico en la región. Lo que se desea con este proyecto, es reducir la mala venta que realizan los productores ya que, no saben vender sus productos a un precio equitativo. Otro punto es el siguiente, hay personas artesanas que elaboran sus productos o accesorios, pero, no logran alcanzar a venderlos, entonces, lo que busca esto es por una parte aumentar los ingresos a los bolsillos de los productores y aumentar la economía para los artesanos y la región. Tendrá un alto impacto social, ya que permite contribuir en cuanto al nivel de vida de las comunidades que de una u otra forma estén involucrados, Parte de las utilidades de este proyecto, el 50% será destinada a la formación de toda la población campesina con la que estamos trabajando, con el fin de capacitarlos en temas de tecnología, finanzas, contabilidad y negocios, para que sean ellos los que a futuro sigan impulsando y emprendiendo a favor de su comunidad Por otra parte, se contribuye al crecimiento económico vista como principal fuente de empleo, oportunidad y bienestar para la población. Generar oportunidad en una ciudad con tan alto índice de desempleo promueve la calidad de vida en sus habitantes, así como el desarrollo de habilidades tecnológica las cuales muchas de estas personas desconocen

Factor productivo

Para esta parte del proyecto, se manejarán suministros, ya que, vamos a proveer a alguien de algo que requiere, en este caso vamos a proveer productos agrícolas y artesanías, Para desarrollar el Marketplace inicialmente se debe tener el registro de la empresa o

productos el cual se debe tramitar ante industria y comercio. Posteriormente productos comienzan a ser divulgados, aparecen en encuestas y le son sugeridos a los usuarios de acuerdo con su historia de búsqueda y compras.

Materiales: se requiere primeramente un local en un lugar clave al igual que aire acondicionado para mantener frescos los productos, maquinarias tales como frigoríficos, pesos o basculas, canastas, vitrinas, exhibidoras, una caja para la parte del cobro, bolsas.

Recursos: como anteriormente se presentó al principio el proyecto, los recursos necesarios que requiere esta asociación, serán gestionados junto con la administración de la comunidad (alcaldía, gobernación).

Tecnología: Cuando se trata de la tecnología se debe contractar a un personal que pueda gestionar la información de cada producto incluido, que se están vendiendo e ingresando a la Marketplace, esto más el desarrollo de la plataforma web que será el punto fuerte en la innovación y punto clave digital.

Social Media: En este punto se tendrá la capacitación del mismo personal en base a las tendencias digitales para ser claves en el mercado, aparecer en diferentes medios y hacer la presencia necesaria de ella, en base fundamental a la innovación.

EL factor de productividad más importante es el campo, los productos agrícolas a ofrecer, las personas del campo. Tenemos que empezar a volver este proyecto autosostenible para poder desarrollar las demás ideas que puedan aportar al tema social, ya que, tenemos que capacitar miles de campesinos para que sean ellos los principales actores de este gran proyecto, que va a acercar sus productos a todos los colombianos, altamente consumidores y no solo a ellos, si no

que, a la población de otros países, porque el tener demanda internacional, nos va a volver más sólidos.

Finanzas

Capital humano generado por el compromiso y creatividad de cada uno de los involucrados en el proyecto será uno de los principales aportes y el más importante otra fuente de financiación es el apoyo de la administración departamental (Alcaldía, Gobernación) esto con el fin de darle aún más credenciales y fuerza de crecimiento económico a la región y la Asociación, esto solo se necesitará al principio del proyecto, luego se mantendrá y financiará sola con los ingresos económicos que tenga.

Otra de las formas para financiar es vender los productos locales para recolectar los fondos necesarios e iniciar a expandirse de forma digital, esto se debe a que la manera digital se ha vuelto muy fácil de utilizar, no es necesario tener grandes sumas de dinero para que se pueda visualizar el negocio. Este es un proyecto social por ello para su recolección de fondos como fuente de incitativa se puede gestionar plataformas Online que apoyan estas iniciativas como ingresos extras.

Después de poder en marcha las redes sociales, se crearán videos donde se muestre como son los procesos de recolección de la agricultura, enseñanzas entre esas y otras cosas, por ello los videos subidos a las redes serán puestos con anuncio para generar ingresos extras utilizando las herramientas gratuitas y la innovación como clave de esta.

Propuesta de valor

Brindar por medio de las herramientas del modelo Design Thinking ideas concretas y viables en cuanto al funcionamiento y utilidad de la herramienta, mostrando a cada uno de los involucrados como este emprendimiento va a satisfacer sus necesidades al igual que visualizar el nivel de aceptación.

Metodología desing thinking

Analizar por medio de las diferentes herramientas partiendo de la experiencia aportada por cada usuario, generando ideas que permitan el diseño adecuado para el Marketplace con conciencia social propuesto.

Etapas de empatía

Basados en las necesidades del consumidor es fundamental que en esta etapa seleccionemos una herramienta que se asemeje a lo que el cliente quiere solucionar, enfocados en las motivaciones que este presenta al momento de adquirir un producto, bien y/o servicio.

Herramienta empleada: Lienzo del modelo de negocio (ver figura 1)

Descripción: Por medio de este modelo buscamos mejorar los ideales de venta convencionales, teniendo unos socios claves los cuales mejoran la eficacia del proyecto, eso equivale a los convenios logísticos, mano de obra y organización tecnológica, Estamos enfocados en la creación de una plataforma Web y App el cual será la puerta hacia la tecnología y expansión de los productos de los campesinos por medio del internet.

La plataforma Marketplace funcionara como un banco de productos los cuales se ofertarán de manera digital, de los cuales las ventas que se generen, una parte de ellas será utilizada como fondo para el coste de la estructura digital, como la Web, los anuncios, gastos de sistemas e incluso logísticos, como canales serán ajustados de acuerdo a las tendencias en la actualidad como

la red social de WhatsApp, Messenger y Telegram para diversificando la forma de atención en tiempo real porque cuando las actividades claves sean lanzadas como son las promociones o los anuncios que se realizan por los navegadores principales como Google, nuestra publicidad sea visible que necesitemos atención rápida para atender a la demanda. Nos diferenciamos de la competencia por proporcionar productos de excelente calidad fuera de bioquímicos, eso contribuye a un bienestar en los núcleos familiares, estos productos son y hacen parte del proyecto propio el cual será un factor donde destacaremos sobre los demás productos que vienen con conservantes.

Figura 1: Lienzo del modelo de negocio



Nota: este es un diseño que nos permite manejar de manera exitosa nuestro emprendimiento, ya que nos ayuda a mejorar el enfoque y la claridad en pro de lo que queremos lograr.

Etapa de definición

Acá definimos claramente cómo está la asociación interna y externamente, haciendo un análisis para identificar posibles problemas que causen daños para ello se ha seleccionado la

Herramienta: Matriz DOFA o Matriz FODA (ver imagen 2)

Descripción: En el 2022, El grupo realizo un análisis DOFA del proyecto de sostenibilidad social y sostenible, por ello se analizaron los factores internos y externos; factores internos, A su vez la forma de como de interactuar entre los nuevos usuarios y la aplicación ha sido optimizada para brindar una flexibilidad a la hora de usarla, cuenta con un entorno amigable y fácil, compras con pocos pasos y asesoramiento en línea en caso de necesitar ayuda, Además de sus diferentes promociones por los lanzamientos de esta y una logística de envió rápido dentro del mismo territorio y 2 días fuera del territorio. Con debilidades que hacen parte de los negocios digitales, en ellas el objetito diferenciador entre la marca y el proceso de surgimiento web lo cual demorara un tiempo en posicionarse en los entornos digitales, teniendo en cuenta que la web es bastante amplia y los negocios pueden ser similares. Sin embargo, como oportunidades los niveles de crecimiento se darán en como apliquemos los procesos de marketing digital en la web, las promociones y ofertas que hacen la diversificación de contenidos, todo enfocado al crecimiento que se busca en la Marketplace Y como amenazas, el mercado es muy sensible a los cambios de las tendencias, una de ellas es la competitiva que existe entre nuestro mercado y a la demás competencia, como se oferta los productos y cuáles son los beneficios que aportan las marcas establecidas, por ello el objetivo diferenciador que hace que tenga valor el proyecto.

Figura 2 Matriz DOFA o FODA

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Irrumpir en un canal de venta (E-Commerce) sin contar con una marca diferenciadora y/o imagen conocida ● zonas sin acceso a internet ● bajo dominio de negociación formal ● bajos recurso ● Lograr el inicio de operaciones para Marketplace depende de un adecuado balance entre la oferta y la demanda (inexistentes en este modelo de negocio al comienzo). ● Emprendimiento con facilidad de réplica y/o copia (el comercio electrónico es uno de los más propensos a experimentar competencias en las primeras fases del negocio). 	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Plataforma digital de fácil acceso para las personas con pocas habilidades en el entorno digital. ● Comercialización de productos para la canasta familiar (frutas, verduras) así como artesanales de fácil comercialización. ● Red de campesinos, artesanos y productores interesados en la venta y sus productos por medio de plataformas web ● Atención y buen servicio al cliente proporcionado por plataforma web disponible a toda hora. ● Estrategias de promoción y publicidad a través del mismo canal (digital). ● Ofrecer satisfacción a los clientes por medio de un sistema de logística y distribución
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Crecimiento de todos los involucrados en el proyecto (campesinos, productores, agricultores y artesanos de la zona) ● Promoción y comercialización de productos de alta calidad ● Dinamismo en redes sociales que permiten mayor cobertura del nicho de mercado ● Explotación de recursos nativos de la zona ● Incremento de las compras por internet ● Facilidad para captar más clientes a través de internet 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Alta demanda competitiva de grandes cadenas tanto minoristas como tiendas locales. ● Presión competitiva debido al crecimiento de emprendimientos de base tecnológica ● Ausencia de marca (bajos niveles de compra debido a la falta de conocimiento de la herramienta) ● Pérdida de clientes recurrentes en portal por Marketplace. ● Aumento de competidores en el sector Precios de la competencia demasiado bajos

Nota: en esta herramienta se presentan ideas basadas en el funcionamiento del Marketplace y su aplicación en el mercado.

Etapa de ideación

Herramienta seleccionada: SCAMPER (ver figura3)

Descripción: para esta herramienta se tiene en cuenta la sustitución del método convencional de venta, lo cual se verá el aprovechamiento de cada red social, al igual que combinamos nuestro modelo de negocio con las nuevas tendencias digitales por ello el SCAMPER nos ayudara a adaptarnos a la virtualidad reduciendo los tiempos de compra de esos productos de mayor demanda, y eliminando a terceros en cuanto a la compra de los productos ya que esto lo que genera es la problemática que actualmente se vive, en donde el campesino le toca vender a un precio que lamentablemente no es equitativo y merecido.

Figura 3 Herramienta SCAMPER



Nota: la herramienta SCAMPER nos permite desarrollar creatividad a partir de cambios y/o combinaciones de las ideas que ya hemos planteado.

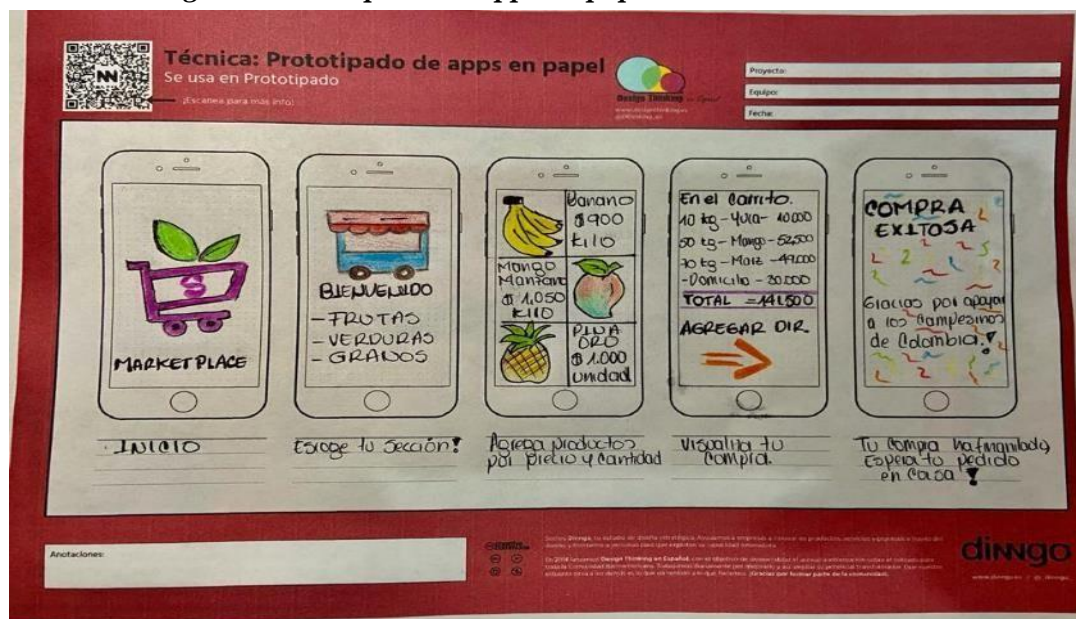
Etapa de prototipado

En esta se elige una herramienta creativa y fácil de comprender para el cliente o el personal objetivo, en la cual se vea reflejado el funcionamiento como tal del Marketplace.

Herramienta Seleccionada: Prototipado de apps en papel (ver Figura 4)

Descripción: Esta herramienta fue seleccionada, ya que, es una manera muy creativa donde explica el funcionamiento y/o procesos de compra de la plataforma, en donde se refleja con claridad cada paso para así facilitar la compra para aquellos clientes nuevos que ingresen o deseen comprar en ella. Esto con el fin de implementar pruebas de usabilidad y desarrollo de nuevas interfaces de cliente.

Figura 4 Prototipado de apps en papel



Nota: esta herramienta permite hacer un bosquejo del funcionamiento de proyecto propuesto, realizando un paso a paso del uso adecuado.

Etapa de testeo

Y como parte final a lo que se quiere llegar a plasmar el funcionamiento como tal que los productos le pueden brindar a los clientes de forma visual, para que así sepa cuáles son los beneficios de cada uno.

Herramienta seleccionada: Mapa de Ofertas (ver figura 5).

Descripción: Lo que aporta en nuestro proyecto esta valiosa herramienta es seguridad y eficacia en el momento de realizar la compra, ya que se le está brindando al cliente la información sobre los beneficios de cada producto o artesanía que desee comprar, para llegar a esto primeramente el comprador debe ser redirigido a alguno de nuestros chats, en donde se le prestara la atención necesaria y explicara a detalle, esto haciéndolo de una manera creativa, donde se realicen las pre ventas mediante ilustraciones de como son los producto que están en disponibilidad para que la persona no se aburra y abandone la conversación

Figura 5 Mapa de ofertas



Nota: por medio del mapa de oferta se relacionan los productos a comercializar y un breve resumen de su ficha técnica es decir porque es beneficioso y cuál es su valor.

Estrategias de mercado

Atributos y beneficios

Hoy día el comercio electrónico es uno de los más usados a la hora de vender y/o comprar un producto, el Marketplace con conciencia social propuesto brinda múltiples beneficios tanto a los creadores como a sus compradores, este proyecto busca beneficiar principalmente a los 127.530 campesinos, artesanos y productores de la ciudad de Valledupar, pero es una herramienta que se proyecta como un beneficio a un tercero ya que son los habitantes de esta ciudad quienes finalmente la utilicen para adquirir productos según su necesidad.

Atributos:

Garantiza el 100% de calidad

Hechos y producidos a mano

Precios razonables

Innovador

Libre de transgénicos

Productos ricos en fibra hidratos de carbono

Productos Ricos en vitamina c

Se desarrolla con poca o nula intervención de máquinas o de procesos automatizados

Beneficios:

Se reducirán los altos precios

Reducirán las ventas a terceros

Productos a un buen precio

Encontraran lo que estaban buscando en cuanto a producto- calidad

Alta satisfacción

Productos con propiedades que ayudan a mantener una excelente salud

Que combaten el estreñimiento

Características tangibles de los productos

Los productos para comercializar son en su mayoría pertenecientes a la canasta familiar por lo cual una de sus principales características es ser de origen perecedero, por lo que una de sus principales características debe ser garantizar el buen estado de estos esto pensando en el consumidor final, para el caso de la herramienta su principal característica es uso de herramientas tecnológicas que deben contar con conexión a internet y brindar por medio de ella información veraz.

Grupo objetivo del proyecto

Este proyecto se desarrolla para personas a partir de los 16 años en adelante cualquier persona podrá acceder a realizar su compra sin importar su sexo, ocupación, estado civil. Somos muy inclusivos, lo importante es cubrir esa necesidad de conseguir productos buenos a un precio equitativo.

Tipo de segmentación

En cuanto a la segmentación y tipo de proyecto seleccionado el principal aspecto para tener en cuenta es el geográfico. Nuestra población objetivo está conformada principalmente por los 127.530 artesano, productores y campesinos ubicados en la ciudad de Valledupar, describimos esta variable de la siguiente manera

Ubicación Geográfica

Ciudad: Valledupar

Departamento: Cesar

Población: 544. 134 habitantes

Población Objetivo: 127.530 habitantes

Sector: agrícola y Artesanal

Fase de la empresa: Inicial

Características de los consumidores

Como grupo de consumidores tenemos los hogares de la ciudad de Valledupar quienes finalmente aran sus compras en el canal web ofrecido, teniendo una relación directa con cada uno de los asociados al proyecto y dependiendo de su necesidad. Si realiza compra de productos para la canasta familiar su contacto seria con los campesinos y productores asociados, si las compran son para artículos del hogar o prendas complementarios su contacto seria con los artesanos.

Características Demográficas: Personas que viven en el sector de Valledupar, Serían clientes directos iniciales en rangos de edades de los 22 hasta los 40 años.

Características socioeconómicas: Niveles de formación desde los técnicos independientes hasta los profesionales con ingresos entre un salario mínimo hasta 2 salarios

Características psicográficas: Personalidades proactivas, independiste y con sentido del humor, con capacidad de liderazgo, Gusto a apoyo de nuevos emprendimientos

Comportamiento de compra: En este proyecto, se tendría en cuenta los criterios de segmentación por comportamiento, donde voy a poder analizar:

Que busca en internet.

Con que frecuencia busca sitios de alimentos en la red.

Su frecuencia en las compras virtuales.

Cada cuanto tiempo realiza búsquedas o realiza compras virtuales.

Nivel de fidelidad.

Interés por la aplicación Marketplace.

Los horarios que accede a los canales oficiales de la red.

Competencia

La región del Cesar es básicamente uno de los lugares en donde se comercializan productos agrícolas, uno de esos puntos de mayor potencial para ventas es Mercabastos, Mercado, son grandes competidores para nosotros como asociación, ya que al igual que nosotros pretenden suplir las necesidades que presentan sus potenciales clientes, aun cuando la diferencia es mucha, como negocio queremos brindar una mejor atención, dar mejores precios, buena calidad, el comprador no tendrá que pasar por ese estrés que genera el ir a realizar su pedido y que todo el local este repleto, por ello queremos impulsar esta plataforma, para derrumbar ese negocio que pasa a “terceros” en donde el que más gana es el que revende el producto, ganándose méritos y obteniendo esos resultados que los campesinos tanto esperan pero cuya esperanza muere al momento en el que decide entregar sus productos a esas personas que no le dan un valor justo al arduo trabajo que cultivar conlleva.

Competidores Directos

Definidos como los comerciantes actuales en la zona donde se desarrolla el proyecto o bien sean las plataformas digitales utilizadas dentro de la misma comunidad y con la misma actividad económica.

Tiendas de barrio

Promueven la venta de víveres y abarrotes destinados a usos en el hogar ya sean para consumo y/o que haceres domésticos.

Ventajas:

en estas tiendas las personas compran productos de primera necesidad como verduras, legumbres y frutas, en algunos casos se ofrece servicio de domicilio lo que hace que el cliente busque esta opción por cercanía.

Desventajas:

no se ofrece variedad de productos por lo que las personas deben dirigirse a varias partes para realizar sus compras.

Supermercados

Uno de los competidores más fuertes al que se pueden enfrentar el proyecto ya que estos no solo ofrecen productos en puntos físicos, sino que también tienen canales web por medio del cual realizan ventas como es el caso de super tiendas Olímpica

Ventajas:

Variedad de producto y medios de pagos lo que facilita al usuario realizar mayores compras

Desventajas

Precios elevados asociados a la marca, productos no regionales.

Marca imagen y eslogan

La imagen es un carrito de compras frente a un teléfono celular por medio de la cual se representa la compra y su relación con medios electrónicos, en cuanto a la marca se le coloca social market ya que lo que buscamos es posicionar un emprendimiento social y el eslogan hace alusión a lo que queremos que el usuario encuentre cuando haga uso de la plataforma. (ver figura

6)

Figura 6 Marca, imagen y eslogan



Creación propia del grupo de trabajo.

Nota: se unifica el Marketplace Con Conciencia social dándole un diseño único y exclusivo para el proyecto

Aliados claves en el modelo de negocio y alianzas estratégicas

Se espera contar con los 127.530 campesinos, agricultores y productores de la ciudad de Valledupar quienes inicialmente deberán vender sus productos de forma convencional para realizar un pequeño aporte económico, destinado a la creación y acciones legales necesarias para el Marketplace. Del mismo modo se solicitará apoyo a entidades públicas de economía solidaria, que puedan cooperar con la organización del proyecto.

Alianzas gubernamentales

Socios financieros

Socios colegas

Sociedades

Comercio justo

Acciones:

para tener más socios en el proyecto, se podría realizar una cooperación con empresas transportadoras, con el fin de poder llevar los productos desde donde los campesinos dejan su carga (estación) hasta la asociación, así se generaría más empleo y habría colaboraciones dentro de la empresa.

Otra alianza estratégica sería la asociación y canales radiales, para promocionar y posicionar aún más la marca y sus productos. Se puede hacer colaboración con programas que lance la alcaldía, en donde podamos participar para hacernos conocer más y avanzar en el mercado, buscando así, que nuevos socios quieran trabajar e invertir en nosotros.

Estrategias de mercado

Las estrategias aquí propuestas están basadas en el posicionamiento de nuestra marca al igual que buscar la fidelización y satisfacción de nuestros posibles clientes

Estrategias de Comunicación

En esta implementaremos el marketing tradicional y digital, buscando así el reconocimiento de la marca mediante publicidad por medio de redes sociales, sitios web, al igual que la utilización de volantes y propagandas en medios radiales de la zona.

Acción:

Fomentar un ambiente comercial que garantice el buen uso del Marketplace con conciencia social, mediante programas de capacitación, a través de reuniones y visitas organizadas con previo aviso a la comunidad, realizada desde sus inicios y dirigidas por especialistas en comercio electrónico y uso de herramientas digitales.

Estrategia de posicionamiento

Nos basaremos en tener como prioridad la calidad y el precio, este es el objetivo principal de nuestra empresa. Esto nos va a llevar a posicionarnos en todas las plataformas digitales y a ser

reconocidos por nuestro esfuerzo y entrega teniendo en cuenta de igual manera los beneficios de la marca.

Acción:

Garantizar la satisfacción tanto del cliente potencial como del consumidor promoviendo accesibilidad y facilidad de uso en la plataforma destinada al Marketplace, realizar seguimientos por medio de encuestas de satisfacción para realizar mejoras a medida que se vayan identificando falencias en el proyecto, se deben realizar reuniones mensuales para debatir temas de mejoras, lo realiza el grupo creador en conjunto con los principales socios del proyecto.

Estrategias de diferenciación

Captar la atención del consumidor por medio de anuncios publicitarios en las distintas redes sociales, ofreciendo productos altamente calificados que garanticen la calidad, se conformara un equipo de control y calidad que verifique los diferentes estándares de clasificación de los productos, realizar revisión antes de cada entrega, se supervisara por las directivas del proyecto.

Acción

Eficiencia de los tiempos de entrega, Cobrar por tarifas de forma diferente a lo que ofrece la competencia, Almacén de autoservicio si desea ir directamente a la empresa por sus productos.

Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales

You Tube:

Esta plataforma se utilizará para focalizar clientes potenciales, en ella se presentan contenidos Multimedia como videos promocionales con alta calidad en reproducción, sabiendo implementar una buena estrategia de promoción se puede llegar al objetivo. (ver figura 7)

Figura 7 Prototipo You Tube



Nota: en la aplicación al proyecto el video promocional deberá contener la marca y descripción de los productos.

LinkedIn:

Por medio de esta red social se nos facilita la conexión con otras empresas, en la comunidad seleccionada no es muy conocida, pero por su facilidad de uso se puede implementar de manera rápida y eficaz. (ver figura 8)

Figura 8 Prototipo LinkedIn



Nota: Para el proyecto sería un poco tardío el posicionamiento ya que muy poca gente de esta región conoce esta red.

Twitter:

Facilita la comunicación de información corta y precisa, utilizada por más del 50% de la población, serviría para personas entre los 16 y 30 años ya que manejan más las redes sociales, pero nuestro objetivo es que a partir de los 16 en adelante puedan ingresar y sepan manejar la plataforma y que sea una de las más utilizadas para no perder clientes. (ver figura 9)

Figura 9 Prototipo Twitter



Nota: Esta red nos permite por medio de publicaciones cortas transmitir información fácil, confiable y legible

Facebook

Esta es la plataforma más utilizada por todos, por medio de esta llegamos a conseguir muchos productos que deseamos, llegas más rápido a tus clientes, te ayudan cuando compartes tu información, es una máquina de ventas orgánica reitero que.



Nota: Facebook es una plataforma que maneja su propio Marketplace

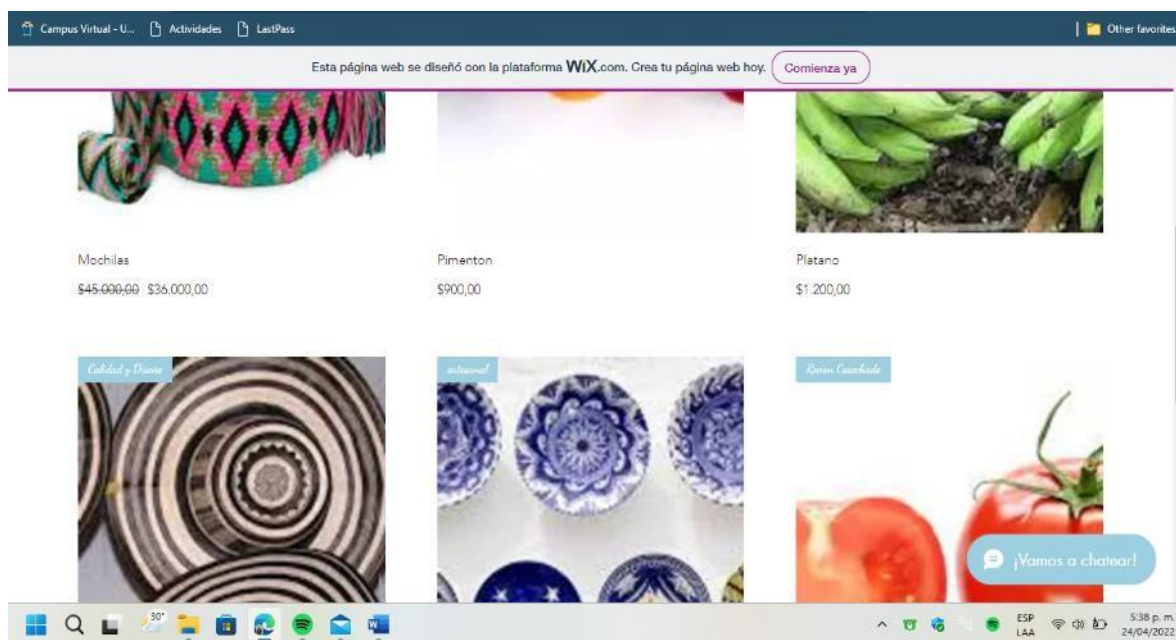
Construcción de la página web

Enlace: <https://deipa1124.wixsite.com/website>

Descripción de la pagina

En esta página se relacionan los productos y sus precios, es creada en la plataforma Wix los productos se encuentran distribuidos en agrícolas y artesanales. En cada producto se relaciona el vendedor, el precio y el método de entrega. (ver figura 10)

Figura 10 Pagina de venta



Nota: En la parte inferior de la página aparece los datos de contacto de los Administradores de la página, acceso directo con líneas de WhatsApp, y registro de datos de cada cliente para el seguimiento de experiencia del usuario. (ver figura 11)


Figura 11 Registro de datos y contacto

Esta página web se diseñó con la plataforma **WIX.com**. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)

Contacto

avenida simón bolívar

deipa1124@hotmail.com

3017595325 

Nombre *	Email *
Ingresar tu nombre	Ingresar tu email
Teléfono	Dirección
Introduce tu número de teléfono...	Ingresar tu dirección
Asunto	
Escribe el asunto	
Mensaje	
Escribe tu mensaje aquí...	

Proyección operativa y financiera

Estas proyecciones consolidan el proyecto en forma contable y financiera es decir viabilidad en términos económicos y monetarios para cada uno de los procesos internos y externos del Marketplace.

Recursos operativos

Se contemplan los bienes capitales como son equipos de oficina, suministros de mantenimiento, reparación y operación.

Tamaño del proyecto.

El tamaño de este proyecto está determinado por el número de productores, artesanos y campesinos que deseen hacerse partícipes del Marketplace con conciencia social propuesto, respecto a esto hablamos de un 85% de aceptación dentro de la población sensibilizada, por lo cual tomamos como tamaño del proyecto los 127.530 productores, artesanos y campesinos de la ciudad de Valledupar.

Tabla 1 Capacidad instalada

Conceptos	Unidad De Medida Mts
Dirección General	10 x 7
Sala De Juntas	10 x 8
Diseñador Gráfico, Vendedor, Programador	9 x 10
Contabilidad y Finanzas	10 x 6
Producción	5 x 6
Marketing	5 x 6
Baño	5 x 2
Aseo	5 x 2
Pasillos y Otros	85
Área Total	500 Mts ²

Disponibilidad de insumos

Dentro de los insumos se contemplan todos aquellos de forma intangibles y tangibles para el desarrollo adecuado e implementación del Marketplace. Entre estos destacamos lo siguiente computadores indispensables para la creación de la página web, acceso a red Wifi independiente del operador, muebles y enseres para las adecuaciones de la oficina entre otros.

Ficha técnica

Detallamos las principales características y funcionalidad del proyecto. (ver figura 12)

Figura 12 Ficha técnica

Ficha Técnica	
Nombre	Marketplace Con Conciencia Social
Diseño	 <p>SOCIAL MARKET. "compra seguro, compra rápido, compra en un mismo lugar"</p>
Características	<ul style="list-style-type: none"> *visibilidad: este producto ofrece mayor visibilidad para los productos *genera confiabilidad a sus usuarios y prestigio a la empresa * Ahorro en tiempo y dinero * Mayor Cobertura Poblacional
Funcionalidad	ofrecer productos de origen artesanales y agrícolas por medio de plataformas online
Productos Ofrecidos	Productos para la canasta familiar (yuca, papa, verduras) Artesanales (Mochilas, collares, vestidos, entre otros)

Elaboración Propia.

Descripción de La maquinaria y/o instalaciones necesarias

Tabla 2 Maquinaria y elementos operativos

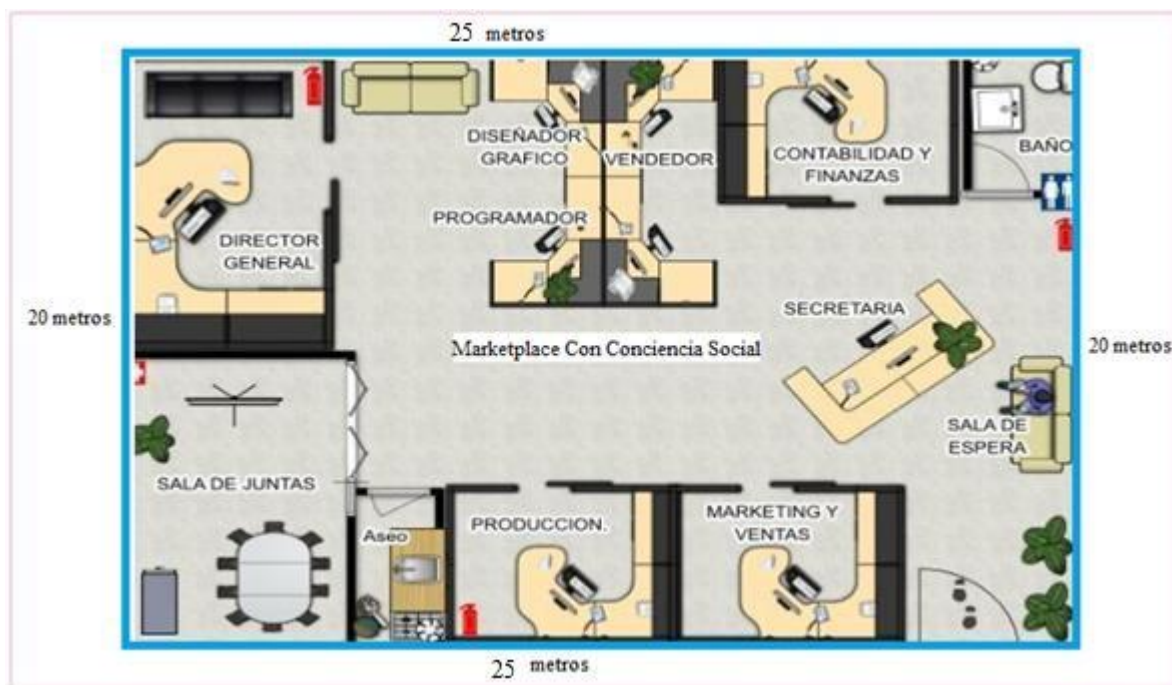
Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador	2	\$ 2.700.000,00	\$5.400.000,00
Mesa	4	\$ 200.000,00	\$ 800.000,00
Cubículo	4	\$ 299.900,00	\$1.199.600,00
Silla de Oficina	8	\$ 99.000,00	\$792.000,00
Centro de Trabajo con archivador	4	\$ 249.900,00	\$999.600,00
Sofá	2	\$ 279.900,00	\$ 559.800,00
Impresora	1	\$ 319.000,00	\$ 319.000,00
Teléfono	1	\$ 69.400,00	\$ 69.400,00
Servidor	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Total			\$ 10.140.600,00

Nota: en la anterior tabla se muestran los valores unitarios y totales para cada uno de los elementos relacionados.

Proyecciones de distribución en planta

La estructura organizativa del proyecto está distribuida en 100 metros cuadrados con un área destinada para producción, centro de atención, espacios administrativos, Marketing y ventas, salas de espera, baños. (Ver figura 14)

Figura 13 *Distribución de planta*



Elaboración Propia.

Nota: esta distribución contempla cada uno de los procesos operativos y administrativos que deben haber detrás de todo producto.

Descripción de los cargos

Se detallan y especifican los cargos relacionados con el proceso operativo y administrativo para el funcionamiento del Marketplace.

Nombre del Cargo: director general

Funciones: será la persona encargada de planear aquellos objetivos que se deseen alcanzar a largo y corto plazo, establecerá las estrategias que permitan el logro de las metas, planea, controlara y ejecutara los procesos y actividades desarrolladas de manera interna, también será responsable de organizar el personal de tal manera que se viabilice la funcionalidad del proyecto.

Sueldo: \$1.800.000

Nombre del Cargo: secretaria

Funciones: brindar la atención telefónica y presencial acorde a los estándares de la empresa, se encargará de guardar la información y documentación emanada de cada uno de los procesos administrativos y contables dentro de la empresa.

Sueldo: \$1.000.000

Nombre del Cargo: director de Producción

Funciones: almacenará e implementará el feedback de las distintas áreas para promover las mejoras adecuadas fomentando la innovación del servicio, se encargará también del buen funcionamiento en los equipos.

Sueldo: 1.500.000.

Nombre del Cargo: director de Marketin y Ventas

Funciones: establece los planes de marketing los cuales deberán ser congruentes a los objetivos establecidos por el director general, realizar los distintos análisis tecnológico con enfoque principal en comercio electrónico, deberá estar a la vanguardia de las nuevas tendencias tecnológicas utilizadas para el mejoramiento del proyecto.

Nombre del Cargo: Programador

Funciones: codificar y elaborar los programas necesarios en la creación de la página web, realizar evaluaciones y actualizaciones periódicas en los diferentes prototipos y programas de la plataforma.

Sueldo: \$1.200.000

Nombre del Cargo: Diseñador Grafico

Funciones: mejorara la usabilidad de la plataforma, sugerir y modificar técnicas que mejoran el servicio en la plataforma, velar por conservar los estándares de calidad en el servicio, por último, seleccionar la producción grafica de la empresa suscrita a la plataforma.

Sueldo: \$1.500.000

Nombre del Cargo: Asesor Comercial

Funciones: establecer la comunicación entre los clientes y las empresas, plasmara las nuevas tendencias de los competidores, contribuir con la solución de problemas, administrara el territorio y/o zona de venta para entregar resultados a su jefe de área.

Sueldo: \$ 1.000.000

Presentación del organigrama

El organigrama relaciona la parte organizativa de la empresa. (Ver figura 14)

Figura 14 Organigrama



Elaboración propia

Descripción de los equipos de oficina

En este espacio relacionamos todos los equipos y enceres necesarios para la operatividad de la empresa. (ver tabla 3)

Tabla 3 Equipos de oficina

Equipos de Oficina

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
computador	2	\$ 2.700.000,00	\$ 5.400.000
Centro de Trabajo con archivador	4	\$ 249.900,00	\$ 999.600
Impresora	1	\$ 319.000,00	\$ 319.000
Teléfono	1	\$ 69.400,00	\$ 69.400
Servidor	1	\$ 1.200,000	\$ 1.200,000
Total			\$7.988.000

Elaboración Propia

Proceso operativo

En este inciso se describen todos los requisitos necesarios para la implementación y puesta en marcha del proyecto.

RUT

Se hace la solicitud del Registro Único Tributario Ante los entes encargados

Registro ante cámara y comercio

Se deberá validar que la empresa no aparezca legalmente constituida por otra persona verificando la marca, imagen y eslogan seleccionados en la fase anterior.

La empresa será constituida como una SAS, es decir que se hará un registro como persona jurídica.

Requisitos

Presentar documentos originales

Realizar el formulario del RUT

Llenar y completar el formulario CCB

Formato impreso “carta de compromiso” necesarios cuando se crea una sociedad

Preparar y escribir el contrato donde se especifique los estatutos para cada uno de los socios

Entregar el RUT en cámara y comercio

Solicitar resolución de factura a la DIAN

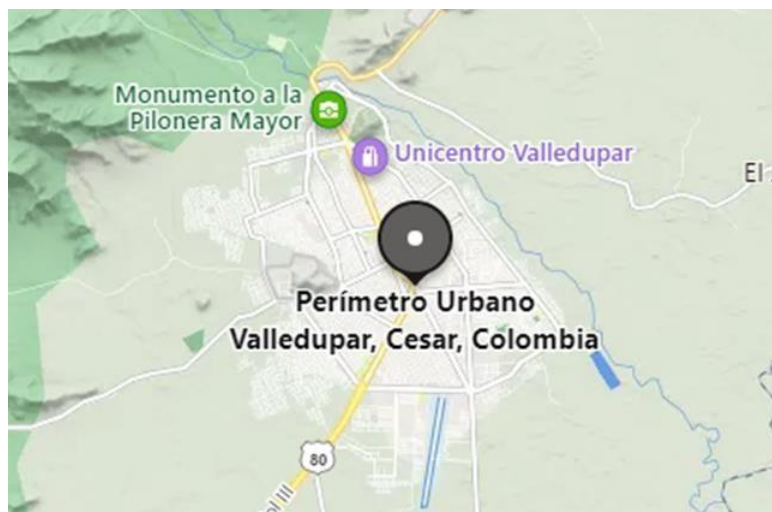
Registrar la empresa en el sistema de seguridad social

Localización

Macro Localización

En el entorno general la ubicación del proyecto está en el departamento del Cesar, exactamente en la ciudad de Valledupar en su zona urbana, en este departamento se mantiene un continuo crecimiento razón por la cual se centra como principal sede de operación, en cuanto al centro de focalización hemos reconocido en la comunidad la necesidad de implementar canales de venta alternos. (ver figura 15)

Figura 15 Localizacion



La comunidad foco son los productores, campesinos y artesanos de la zona razón por la cual tenemos como principal vía de acceso el centro de la ciudad podemos especificar calle 11 con carrera 9, las principales calles para llegar son: avenida simón bolívar y la 44

Proyecciones de ventas

Estas proyecciones son fundamentales en la determinación del precio de los servicios prestados, así como el costo unitario en cada uno de los costos unitarios en las fases de producción la tendencia de aceptación por parte del mercado objetivo fue de 83% pero al analizar la existencia de la competencia ya sea directa o indirecta hemos decidido trabajar solo con el 80%. (Ver tabla 4)

Tabla 4 Calculo de la demanda**Cálculo de la demanda**

Población objetivo	Valledupar
Consumo Promedio (Mensual O Anual)	20%
Total, Consumo	60%
Porcentaje De Captura (% De Mercado Al Que Desean Llegar)	20%
Total, Demanda Potencial	80%

Para el primer año de proyección 80% de la población estará inscrita en la plataforma, en promedio se contará con 20% de la población inscrita mes a mes.

Proyecciones de ventas

En cuanto a las definiciones se realizan de manera mensual con el fin de evaluar el comportamiento mes a mes y validar la viabilidad del proyecto para el primer año de operación.

(Ver tabla 5)

Tabla 5 Proyecciones de ventas

Proyecciones de Ventas

Año 1	
Total	106.190 inscritos
Enero	5.000
Febrero	7.000
Marzo	6.300
Abril	9.000
Mayo	10.000
Junio	8.567
Julio	11.675
Agosto	12.786
Septiembre	10.897
Noviembre	9.979
Diciembre	14986

Estas proyecciones se dan en términos de inscritos en la aplicación, se estima que para el primer año se tenga un total de 106.190 inscritos de los 127.530 productores campesinos y artesanos de la ciudad. En este año se puede observar el crecimiento de ventas mes a mes siendo diciembre el mes con la demanda más alta en este punto se espera que el Marketplace este siendo útil para más del 50% de estas personas.

Precio de ventas

Estos precios deberán permitir costos ya sean fijos y/o variables para la empresa se presentan como remuneración monetaria por un producto o servicio ofrecido, deponiendo un margen de utilidad, se hace necesario poner en consideración ciertos aspectos como:

Poner en consideración el precio pagado por productos sustitutos o similares presentes en el mercado, cuál es el valor que están dispuestos a pagar los usuarios en el mercado, que estrategias implementar para relacionar el precio

Tabla 6 punto de equilibrio**Punto De Equilibrio**

	Año 1
Total, Costos Fijos	\$10.140.000
Total, Costos Variables	688.400
Número De Unidades	106.190
Costo Total Promedio Unitario	10.000
Costo Promedio Unitario	5,000
Costo Variable Unitario	6.000
Precio De Venta Sin IVA	12.000
Precio De Venta Con IVA	14.280
Margen De Utilidad Promedio	6.000
Punto De Equilibrio En Unidades	1.690

Este punto de equilibrio se ha obtenido de la división del total de costos fijos entre las diferencias del precio de venta y costo de venta.

Proyección de ingresos por ventas

Por medio de esta estimamos las ventas del producto en un periodo de tiempo proyectado por meses. (Ver tabla 7)

Tabla 7 Ingresos por ventas

Proyección de ingresos por ventas

Nota: las ventas se dan por el precio de venta multiplicado por el total de inscritos en la plataforma, ya que se debe asumir un valor de compra para acceder a la plataforma.

Tabla 8 Proyección de ingresos por ventas

Proyección De ingresos por ventas

	Año 1
Total, Ventas	\$1.166.280.000
Descuentos Por Ventas	0
Ventas Netas	\$1.166.280.000
% De Ventas A Contado	100%
% De Ventas A Crédito	0

Se prevé que las ventas alcancen el 80% con cubrimiento total de la demanda, al presentarse de manera mensual es de tener en cuenta que hay mese con mayores proyecciones que otros. El precio estimado se da sin el valor agregado IVA.

Capital de trabajo

Este término es indispensable para cuantificar la cantidad de recursos disponibles en la empresa, es decir activo circulante que financia el capital permanente. También es un indicador que nos permite continuar con el desarrollo normal de cada una de las actividades.

Para el proyecto los hemos distribuido de la siguiente manera. Pago de servicios públicos (agua, electricidad, internet, teléfono), compra de materia prima e insumos, arrendamiento de local Pagos de seguros, comisión y/o remuneración del personal.

Este capital de trabajo es representado en el flujo de caja mensual para el primer año de operatividad del proyecto. (Ver tabla 9)

Total, egresos	\$20.260.000	\$9.920.000	\$9.920.000	\$9.900.000	\$9.870.000	\$9.780.000	\$9.740.000	\$9.870.000	\$9.720.000	\$9.690.000	\$9.670.000	\$9.735.000
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	\$39.740.000	\$74.080.000	\$65.680.000	\$98.100.000	\$2.130.000	\$93.024.000	\$130.360.000	\$143.56200	\$121.044.000	- \$9.690.000	\$110.078.000	170.097.000

Se observa que el mes con mayor utilidad es diciembre, en octubre vemos que no se obtienen ganancias debido a que en este mes no se realiza ninguna venta.

Saldos acumulados en miles

Este saldo permite identificar qué cantidad de capital monetario es requerido para desarrollar el proyecto. (Ver tabla 10)

Tabla 10 Saldo acumulado en miles

Saldo acumulado en miles

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujo mensual	\$39.740.000	\$74.080.000	\$65.680.000	\$98.100.000	\$2.130.000	\$93.024.000	\$130.360.000	\$143.56200	\$121.044.000	- \$9.690.000	\$110.078.000	170.097.000
Flujo mensual acumulado	\$80.260.000	\$93.920.000	\$85.520.000	\$117.900.000	\$21.870.000	\$112.584.000	\$149.840.000	\$163.302.000	\$140.484.000	\$9.690.000	\$129,418,000	\$189.567.000

Inversiones

Las inversiones son el total de recurso monetarios necesarios para la compra y pago de cada uno de los conceptos asociados a materia prima, insumos, maquinaria, equipos, adecuaciones, pagos entre otros incluidos en cada uno de los rubros definidos para cada concepto específico.

Tabla 11 Inversión total

Inversión total

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	\$1.351.400
	Equipo de oficina	\$7.988.000
	Terrenos	0
	Muebles y enseres	\$801.600
	Equipo de transporte	0
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	0
	Adecuación del local o espacio de producción	0
	Gastos legales de constitución	\$688.000
	Marketing	\$500.000
	Arriendo	
	Sueldos	\$9.500.000
Capital de trabajo		\$18.800.000
TOTAL		39.628.600

Fuentes de capital de inversión

Las principales fuentes requeridas son el capital aportado por cada uno de los socios del proyecto, los cuales deberán quedar estipulados al momento de realizar la sociedad por otro lado y como lo habíamos mencionado se le hará la respectiva solicitud a las entidades gubernamentales para solicitar apoyo económico y permisos para la implementación del

proyecto, en la actualidad también hemos visto que son muchos los proyectos que cuentan con respaldo económico por ciertos programas ya implementados como los que mencionaremos a continuación:

Fondo Emprender

Capital Semilla

Fondos Públicos

ONG

Sector privado

Recursos Propios

Conclusiones

El sentido de pertenencia del presente proyecto es determinar desde un enfoque social e innovador los factores productivos que contribuyen a minimizar la falta de oportunidades a las que se enfrentan los campesinos, artesanos y productores de la ciudad de Valledupar, promoviendo así desarrollo económico y calidad de vida para esta población.

EL diseño del Marketplace con conciencia social propuesto fue basado en la metodología Desing Thinking que traducido al español quiere decir "pensamiento de diseño" el cual nos facilitó abordar el reto para dicho proyecto pues en cada una de sus etapas se generó información emanada de una lluvia de ideas que posteriormente fueron filtradas para llegar a una solución

Al desarrollar este proyecto podemos observar que promover una idea no sólo requiere de un pensamiento, lo ideal es tomar en cuenta los distintos criterios que permitan visualizar el enfoque y viabilidad de dicho proyecto. La innovación e impacto social son el pilar fundamental de todo emprendimiento de aquí la importancia de desarrollar cada una de las etapas de la metodología seleccionada.

Bibliografía

Gloria Pérez Serrano. (2016). Diseño de Proyectos Sociales: Aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación. Narcea Ediciones. (pp.31-100). <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/46246>

Meza Orozco, J. de J. (2010). Evaluación financiera de proyectos (pp.113-145). Vol. 2. ed. Ecoe ediciones.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=478467&lang=es&site=eds-live&scope=site>