

**Plataforma virtual de ventas directas de productos cítricos de los campesinos del
municipio Guayabal de Siquima denominada “De la Huerta”**

Autores

Nancy Janneth Baquero Velásquez

Isabella Chávez Robayo

Elkin Yamid Rodríguez Peña

Mayra Alejandra Rolong Polanco

Chelsy Valentina Romero Pardo

Tutor

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN

Diplomado de Profundización para Tecnologías Gestión del Marketing para el Emprendimiento

Social

23 Mayo del 2023

Tabla de Contenido

Introducción	7
Objetivos	8
Objetivo general:.....	8
Objetivos específicos:	8
Proyecto Empresa Social De La Huerta.....	9
Problemática a solucionar	9
Objetivo social	10
Modelo de negocio sostenible.....	10
Innovación transformadora	11
Direccionalidad	11
Inclusión.....	12
Población beneficiada	12
Identificación de la problemática.....	13
Valor social	13
Innovación Social.....	14
Desing Thinking.....	14
Etapa Empatiza. técnica a utilizar Matriz DAFO	16
Etapa Definición. técnica Diagrama de Causa-Efecto.....	17
Etapa Ideación. técnica Storytelling	17

Etapa Prototipado. Técnica a utilizar Evaluación controlada	18
Etapa Testeo. Técnica utilizada, Poster	19
Propuesta de valor y modelo de negocio	21
Modelo de negocio.....	21
Propuesta de valor modelo Canvas	22
Estrategias de Mercadeo	26
Producto ofrecido.....	26
Atributos y beneficios del producto o servicio a ofrecer al mercado.	26
Slogan del proyecto.....	27
Grupo de consumidores que aceptarían y tienen la capacidad de compra.....	27
Segmentación económica.....	28
Segmento de conducta o comportamiento.	28
Segmento de redes sociales.....	28
Competencia	28
Aliados clave del modelo de negocio	29
Estrategias de Mercadeo	29
Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales.....	31
Construcción de la página web para el proyecto.....	31
Canal de domicilios en la empresa la Huerta.....	32
Proyecciones operativas y financiera.....	37

Recursos operativos	37
Insumos	38
Instalaciones.....	38
Equipo	39
Requisitos legales.....	40
Personal.....	40
Precio de venta.....	41
Proyecciones de ingresos por ventas (mensual).....	42
Proyecciones de ingresos por ventas.....	43
Capital de trabajo	43
Inversiones	45
Conclusiones	47
Referencias Bibliográficas	48

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Etapas del modelo de negocio desing thinking</i>	15
Figura 2 <i>Técnicas para cada etapa del modelo de negocio desing thinking</i>	15
Figura 3 <i>Matriz DAFO</i>	16
Figura 4 <i>Diagrama de causa-efecto</i>	17
Figura 5 <i>Fotografías de los alimentos 1</i>	18
Figura 7 <i>Fotografías de los alimentos 2</i>	18
Figura 8 <i>Modelo Canvas</i>	22
Figura 9 <i>Slogan De la huerta</i>	27
Figura 10 <i>Delivery</i>	32
Figura 11 <i>Servicios</i>	33
Figura 12 <i>Trabajador</i>	33
Figura 13 <i>Personal</i>	34
Figura 14 <i>Ordenes</i>	34
Figura 15 <i>Cupones</i>	35
Figura 16 <i>Descuentos</i>	35
Figura 17 <i>Ordenes</i>	36
Figura 18 <i>Bodega</i>	38
Figura 19 <i>Camión</i>	39

Listas de tablas

Tabla 1 <i>Capacidad instalada</i>	37
Tabla 2 <i>Insumos</i>	38
Tabla 3 <i>Equipo de trabajo</i>	39
Tabla 4 <i>Personal de trabajo</i>	40
Tabla 5 <i>Proyección de ventas</i>	41
Tabla 6 <i>Precio de venta</i>	42
Tabla 7 <i>Proyección de ventas esperadas mensuales</i>	42
Tabla 8 <i>Ingresos por ventas</i>	43
Tabla 9 <i>Flujo de caja mensual</i>	44
Tabla 10 <i>Saldos acumulados</i>	45
Tabla 11 <i>Inversión total</i>	45
Tabla 12 <i>Fuentes de capital</i>	46

Introducción

El siguiente trabajo plantea la adopción de una plataforma tecnológica desde la cual los campesinos de la población de Guayabal de Síquima en Cundinamarca, puedan vender de manera directa sus productos cítricos, sin la necesidad de intermediarios.

Esta propuesta busca plantear una solución tecnológica a las desigualdades y oportunidades existentes en el campo colombiano, como una de las problemáticas actuales que afronta nuestra sociedad relacionada con los alimentos que se producen en el campo.

La propuesta de emprendimiento social con componente innovador, sostenible y sustentable a partir de la generación de una idea de modelo de negocio, para ello estaremos usando diferentes métodos aprendidos a lo largo de las diferentes actividades anteriormente aplicadas en la construcción de este trabajo.

Entre ellas está el método Desing Thinking el cual es un proceso que, a través de soluciones creativas, permite resolver problemáticas y así generar valor al negocio. Luego de esto utilizamos el modelo CANVA donde adoptamos un negocio dinámico y flexible a las necesidades del cliente, adicionalmente al proyecto aplicaremos nuevas oportunidades de ingreso innovando la tecnología para llegar más rápido al cliente de diferentes rangos de edades al ingresar a nuestra página web. Posteriormente se diseñaron y aplicaron estrategias de marketing efectivas, adaptadas a las necesidades específicas del emprendimiento social. En esta última parte vemos los recursos operativos financieros que se necesitan para visualizar y prevenir los gastos, costos e inversiones de la idea de negocio.

Objetivos

Objetivo General:

Integrar eficientemente todos los actores pertenecientes a la cadena de abastecimiento y poder estructurar una plataforma de ventas directas de cítricos, abordando inicialmente la propuesta a partir de tres productos como son la naranja, el limón y la mandarina que beneficie directamente a los campesinos que las producen al evitar la intermediación.

Objetivos Específicos:

Analizar en qué medida pueden ser comercializados en el canal virtual y entregados directamente a los hogares de Bogotá, productos cítricos como la naranja, el limón y la mandarina provenientes del área rural de la población de Guayabal de Síquima en Cundinamarca, a partir de la creación de una plataforma virtual.

Adecuar una plataforma interna que integre todos los actores que participan de la producción, recolección, transporte y distribución eficiente de los productos cítricos ofrecidos en la ciudad de Bogotá.

Adaptar una plataforma virtual externa que sea eficiente para la promoción, recepción y comercialización de pedidos de los productos cítricos como la naranja, el limón y la mandarina, para cumplir con los pedidos y abastecimiento en la ciudad de Bogotá.

Proyecto Empresa Social de la Huerta

Problemática a Solucionar

El desempleo en el campo es del 9.5% mientras que, en zona urbana se ubica en el 11,8%; sin embargo, estas cifras han ido aumentando de forma acelerada, especialmente, en zona rural que es el sector que pretende analizar esta guía “la tasa de desocupación del campo ha venido subiendo en los últimos trimestres móviles. Pasó de 8 % en el periodo octubre-diciembre de 2022 a 8,9 % entre noviembre de 2022 y enero de 2023, hasta el 9,5 % actual.” (Semana, 2023).

Adicionalmente, al no tener una comercialización de productos de forma digital en el campo, se está desaprovechando la posibilidad de generar mayores ingresos y reconocimiento en el campo “Marcos Aramburu, gerente de marketing de producto en Google, dice que en Colombia se espera un crecimiento del 74 % entre 2021 y 2025 en el comercio electrónico, razón por la que dejar a un lado la transformación digital de un negocio no parece una buena decisión.” (El tiempo, 2021).

Por otro lado, hace unos cuantos días el director de la Organización Mundial de la Salud dijo que “en el futuro habrá otras pandemias, incluso peores, por las que todos los países deben estar preparados para salvaguardar a sus ciudadanos.” (Citytv, 2023). El 30 de mayo del 2020 el tiempo sacó el titular “Drama en el campo: no hay quien compre y las cosechas se pierden” (El tiempo, 2023) que relataba cómo por los cierres producto de la contingencia sanitaria del Covid-19, los campesinos perdían producciones enteras debido a que no había quien comprara.

En conclusión, el problema radica en la desventaja del campo al momento de comercialización de productos y esto cómo repercute en la economía de un municipio, se pretende proteger al campesino para que, en el futuro, no existan crisis que afecten al campo, sino que estos puedan continuar con su actividad económica normalmente.

Objetivo Social

En el objetivo social nos referimos a la actividad que se va encaminada la propuesta, cabe aclarar que se expresa la finalidad que se constituye dicha empresa.

En el futuro es posible que existan situaciones que detengan parcial o completamente, por un periodo de tiempo, la comercialización física de productos, por lo tanto, se espera estructurar plataformas virtuales que permitan que los campesinos vendan sus productos desde ya, ganando confiabilidad y reconocimiento para que en futuras pandemias o situaciones que paralicen la forma tradicional de ventas, no se vea afectado el municipio de Guayabal de Siquima, quien es el foco principal de esta guía.

Modelo de Negocio Sostenible

Este emprendimiento tiene el propósito de expandir el comercio de cítricos provenientes del municipio de Guayabal de Siquima, generando nuevas oportunidades de negocio, con una inversión inicial menor a la que se necesitaría si habláramos de un comercio físico, todo esto mientras se ofrecen cítricos orgánicos pretendiendo generar cambios saludables en los estilos de vida de los clientes y las zonas de cultivo.

“En Colombia, hay entre 90 mil y 100 mil hectáreas de cultivos orgánicos, lo cual correspondería a menos del 1% de las tierras cultivadas.” (Sectorial, 2021). Lo anterior demuestra que es un porcentaje mínimo de cultivos en el país que cuidan el medio ambiente y,

por lo tanto, son una fuente importante de contaminación “Libera grandes cantidades de dióxido de carbono a través de la combustión de biomasa, principalmente en zonas de deforestación y de pastos.” (FAO, n.d).

Adicionalmente, el ecommerce está en auge dado que, muchas personas buscan rapidez y comodidad al momento de comprar “El comercio electrónico en Colombia crecerá 74% en los próximos cinco años” (La República, 2021), por lo tanto, se convierte en necesario disponer de plataformas virtuales que vendan todo tipo de productos, para este caso, productos cítricos.

Innovación Transformadora.

La transformación que se propone es, llevar el comercio digital al municipio de Guayabal de Siquima, por medio de la creación de una plataforma virtual que se encargue de la venta directa de cítricos provenientes de la zona, para posterior entrega en la localidad de La Candelaria en Bogotá.

Con este proyecto se busca disminuir la tasa de desempleo en el municipio mientras se crean nuevas oportunidades de ingresos sin necesidad de intermediarios y trabajando en el avance tecnológico de la región.

Direccionalidad

La visión que el proyecto tiene se divide por fases.

Corto plazo: comercializar cítricos tales como naranja, limón y mandarina, al por mayor y al detal; provenientes del municipio de Guayabal de Siquima, por medio de una plataforma Wix, a la localidad de La Candelaria en Bogotá.

Mediano plazo: distribuir cítricos al por mayor o al detal a las localidades de la Candelaria, Chapinero, Usaquén y Teusaquillo; mientras se crea una plataforma más robusta con

su propio dominio y más canales de atención al cliente. Compra de una bodega de almacenamiento propia. Capacitar a mujeres campesinas del municipio de Guayabal de Siquima sobre el cultivo orgánico de cítricos.

Largo plazo: se espera distribuir cítricos a todas las localidades de Bogotá, además de incursionar en la venta de aguacate y banano.

Por otro lado, se visualiza la creación de la primera tienda física en la Candelaria.

Finalmente, se esperaría expandir la producción por medio de proveedores de otros municipios tales como Villeta y Albán.

Inclusión

Este proyecto busca involucrar a todos los campesinos que deseen y sean productores de cítricos como limón, naranja y mandarina. Con este proyecto se busca favorecer a los trabajadores del campo, especialmente mujeres campesinas quienes según cifras son las menos favorecidas “En total hay 7,6 millones de campesinos hombres, de los cuales 4,3 millones están ocupados, mientras que se registran 7,3 millones de campesinas, pero de ellas solo 2 millones están ocupadas.” (Semana, 2023).

Población Beneficiada

Los primeros en beneficiarse y por quien se planteó el proyecto, son los campesinos que cultivan cítricos en el municipio de Guayabal de Siquima.

Esta población se verá beneficiada gracias a que sus productos serán vendidos a un precio que les permitirá recibir una buena ganancia y esto gracias a la venta directa al por mayor o al detal de los productos.

Se sostienen los precios gracias a que el único lugar físico externo que se requiere es una bodega en Bogotá para almacenar los productos y poder hacer entregas en menos de 20 minutos a quienes hayan comprado en la página web, por lo tanto, al no haber grandes gastos adicionales es posible ofrecer buenas ganancias.

Identificación de la Problemática

Se visibilizó la problemática luego de la pandemia del Covid-19 donde los campesinos no podían vender sus productos de forma habitual, teniendo pérdidas no solo monetarias sino de los propios cultivos que, al no ser comprados se pudrían y se debían tirar (El Tiempo, 2020).

El problema radica en que es muy frágil el sistema de ventas tradicional y por ello, se necesita una renovación, la creación de una plataforma que de paso a la expansión en el mercado mientras respaldo y apoyo a los campesinos del municipio.

Valor Social

La agricultura puede ayudar a reducir la pobreza, aumentar los ingresos y mejorar la seguridad alimentaria “Datos de Naciones Unidas explican que el 90% de los jóvenes en el mundo viven en países en vías de desarrollo donde la agricultura puede llegar a emplear hasta el 60% de la población.” (Semana, 2015).

La idea es darle al campo el valor que tiene, el campo no obtiene la remuneración que debería, por ello, este proyecto busca ampliar las ganancias y mercado al que el campesino promedio tiene acceso para que ellos puedan ampliarse y mejorar su calidad de vida.

Innovación Social

Desing Thinking

Si bien el desing thinking no es un concepto nuevo, a lo largo de los años 2000 se ha convertido en un término de moda en el mundo del diseño, pero, sobre todo, en el marketing y los negocios, ámbitos en los que se ha discutido sobre como las empresas pueden aplicar su metodología.

“El desing thinking, cuando se aplica bien, proporciona resultados financieros tangibles. El potencial para el desing thinking para mejorar la productividad de los negocios es significativo. Y hay poca duda sobre el potencial del desing thinking para mejorar las vidas de la gente, particularmente las de aquellos menos afortunados” (Hayes-St. Clair, 2010, pág. 104)

Las ideas que surgen de una metodología como el Design Thinking aportan valor al cliente y suponen una oportunidad de mercado para la empresa, pero también se puede aplicar para alumbrar mejores procesos de trabajo o definir nuevos modelos de negocio. Incluso, desde un punto de vista más práctico, sus dinámicas sirven para generar buen ambiente en la empresa, reforzar el trabajo en equipo o, por supuesto, impulsar la creatividad. Un problema que esta metodología resuelve al desarrollar técnicas muy creativas que mezclan lo analítico y lo visual.

El proceso de Design Thinking se compone por cinco etapas. En la siguiente figura se ven las etapas del modelo de negocio Desing Thinking.

Figura 1

Etapas del modelo de negocio desing thinking

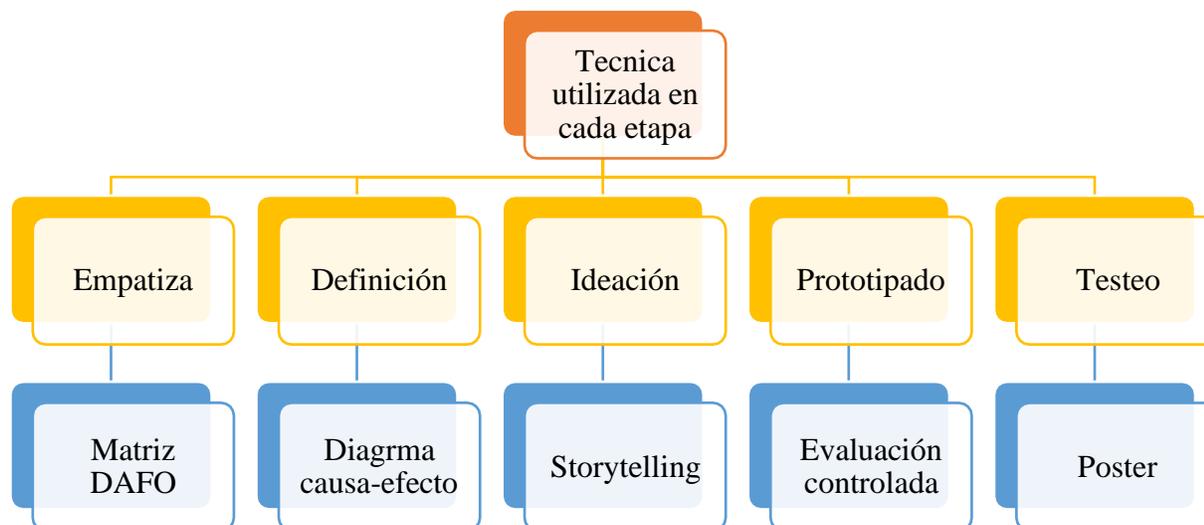


Fuente. Propia de los autores

El modelo desing thinking tiene muchas técnicas, pero para este caso solo vamos a elegir una por cada etapa teniendo en cuenta su aplicación específica en el proyecto de emprendimiento social De la huerta como se explica a continuación en la siguiente figura.

Figura 2

Técnicas para cada etapa del modelo de negocio desing thinking



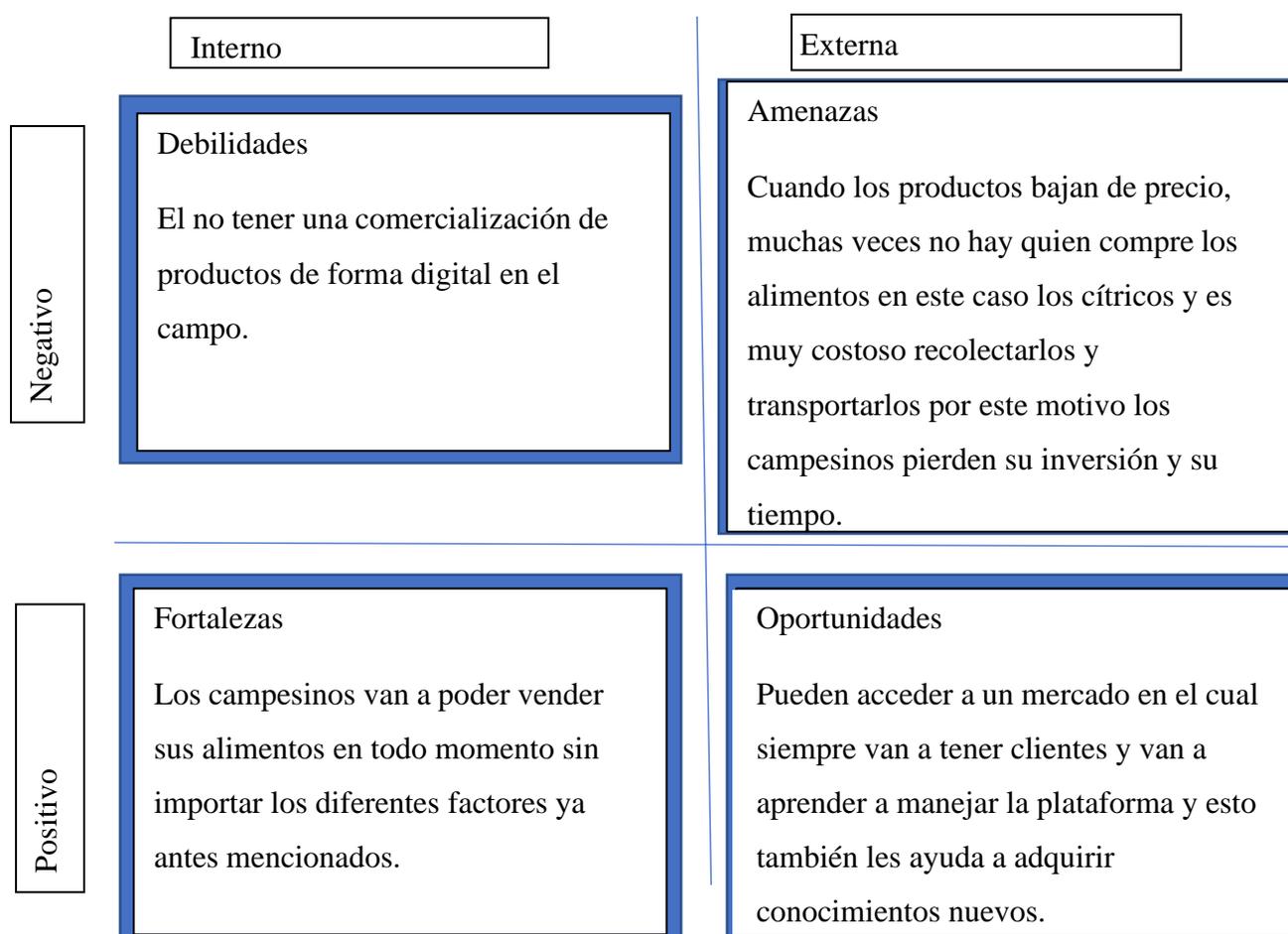
Fuente. Propia de los autores

Para el caso de la idea de la empresa De la Huerta se utilizaron las técnicas de la siguiente manera:

Etapa Empatiza. Técnica a Utilizar Matriz DAFO

En esta etapa se utilizó la técnica Matriz DAFO, ya que se pretende conocer las Fortalezas y Debilidades que están presentes de manera interna en el emprendimiento y las Oportunidades y las Amenazas que están externamente en el mismo. Todo esto se hace para analizar, fortalecer y de esta manera crear nuevas estrategias para hallar un mercado en el cual el emprendimiento pueda funcionar.

Figura 3
Matriz DAFO

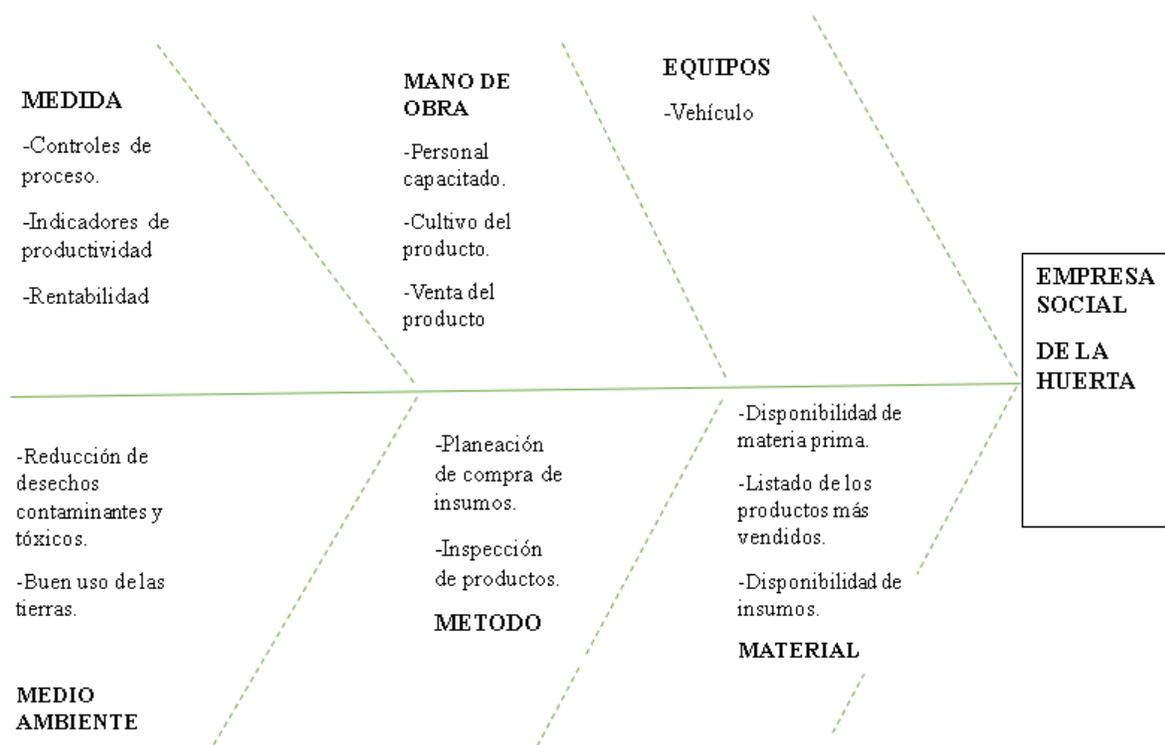


Fuente. Propia de los autores

Etapa Definición. Técnica Diagrama de Causa-Efecto

En esta etapa se filtra la información obtenida de la fase empatiza quedarse con la que realmente aporta valor y lleva al alcance de nuevas perspectivas, identificando problemas cuyas soluciones son clave para la obtención de un resultado innovador.

Figura 4
Diagrama de causa-efecto



Fuente. Propia de los autores

Etapa Ideación. Técnica Storytelling

Esta técnica consiste en la capacidad que tiene una persona para conectar una audiencia bien sea por medio de su voz, imágenes o textos. Para esto podemos utilizar imágenes de los alimentos, la forma en la cual se producen y se cosechan, también podemos crear un audio con la voz de un campesino ya que ellos tienen esa capacidad de expresarse de una forma particular que atrae a los compradores.

Figura 5*Fotografías de los alimentos 1*

Fuente. Foto de Archivo ICA. Naranja dulce.

Figura 6*Fotografías de los alimentos 2*

Fuente. Foto de Archivo ICA. Mandarina

Etapa Prototipado. Técnica a Utilizar Evaluación Controlada

En el proceso de Desing Thinking, prototipar es la cuarta etapa. Se evalúa la funcionalidad de un producto en este caso a los alimentos que se están produciendo en la empresa social De la Huerta.

Cítricos orgánicos cultivados en el municipio de Guayabal de Siquima.

Libres de químicos tóxicos tales como plaguicidas, fertilizantes, herbicidas, funguicidas, insecticidas, nematicidas, colorantes, saborizantes, hormonas, aditivos, conservantes.

No contaminan el suelo ni los organismos que habitan en él como lo son las lombrices que, tienen un rol fundamental en el equilibrio biológico de los suelos. “Los agroquímicos ponen en riesgo la vida de los organismos del suelo que son esenciales para la vida en la Tierra, como las lombrices y los escarabajos.” (Carbono, 2021).

No se contaminan fuentes hídricas “La contaminación del agua por plaguicidas se produce al ser arrastrados por el agua de los campos de cultivo hasta los ríos y mares donde se introducen en las cadenas alimenticias provocando la muerte de varias formas de vida necesarias en el balance de algunos ecosistemas.” (Agua, 2007).

No contamina el aire “Los plaguicidas en la agricultura y entornos urbanos tienen el potencial de contaminar nuestro aire, afectando la salud humana, animal y vegetal.

Algunos ingredientes en pesticidas permanecen en la atmósfera solo por un período corto de tiempo, mientras que otros pueden durar más tiempo.” (Orst, 2023).

Permiten la biodiversidad necesaria para el equilibrio del campo.

No se afecta la salud humana “Ciertos plaguicidas deprimen directamente el sistema inmunológico; se ha encontrado evidencia de una mayor incidencia de infecciones respiratorias (faringitis, bronquitis, reacciones alérgicas y asma), digestivas e inflamaciones renales agudas en la población expuesta a dichos agroquímicos.” (Reyes, 2021).

Etapa Testeo. Técnica utilizada, Poster

Esta actividad relaciona el modelo desing thinking el cual es creado e implementado en diferentes empresas ofreciendo un producto o servicio donde se satisfagan las diferentes

necesidades de los clientes relacionando la creación y la creatividad cambiando las reglas del mercado con los grandes avances de la tecnología, representado por una de sus técnicas como son los posters donde podemos plasmar diferentes tipos de marketing como la representación de productos, realización de eventos publicitarios, comunicación información educativa.

Propuesta de Valor y Modelo de Negocio

Modelo de Negocio

Todo emprendimiento social tiene un motivo común, el cual surge de una problemática o preocupación por el bienestar del ser humano así también como la preocupación del medio ambiente.

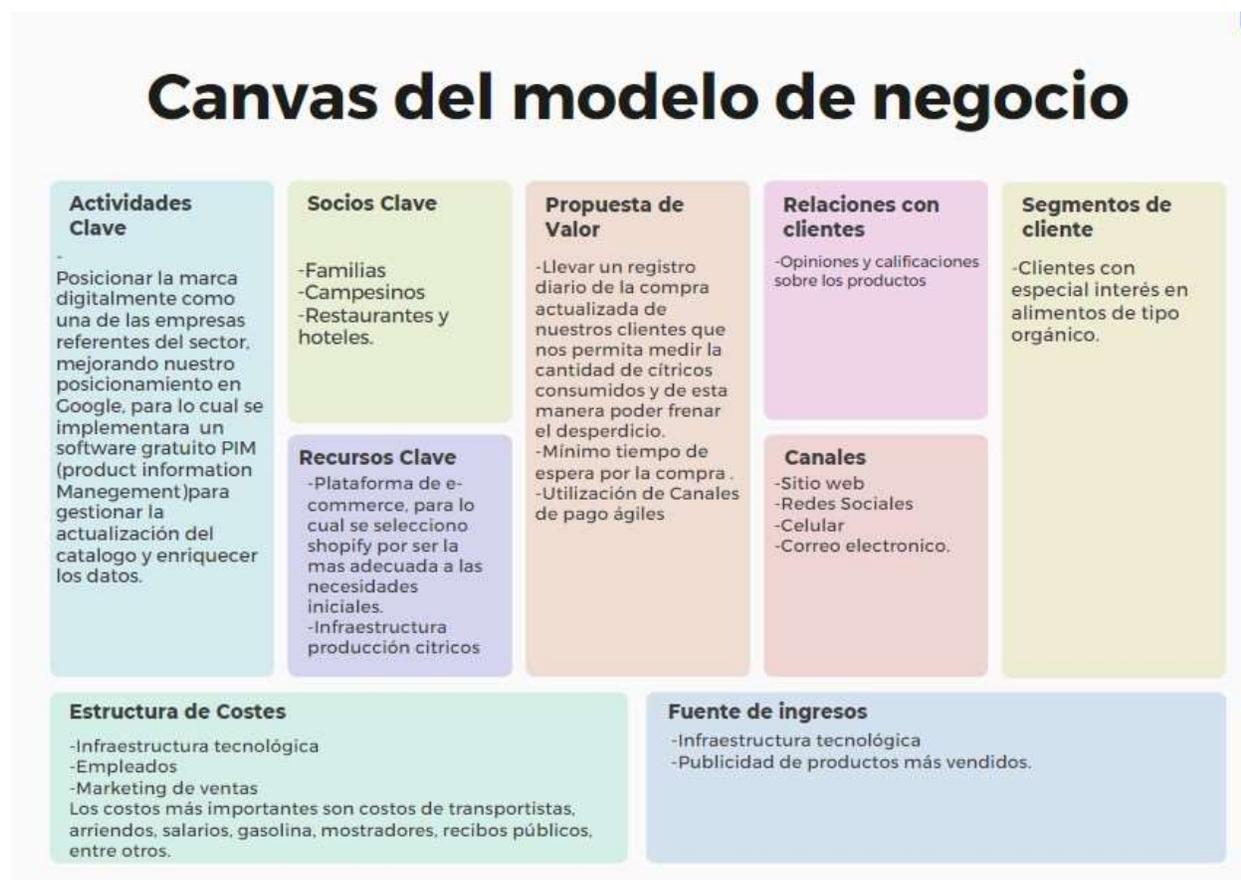
Un aspecto en el que coinciden todos los investigadores es que el emprendimiento social tiene como misión principal contribuir al bienestar de la sociedad y tender al bienestar común, hacer frente a los problemas sociales y a las apremiantes necesidades de la sociedad. Algunos incluso señalan que las empresas sociales tienen el potencial para producir cambios significativos en la percepción, la formulación de políticas públicas, o la aplicación de los cambios sociales en el sector público (Apetrei, 2013).

Es por eso por lo que surge esta idea de emprendimiento social el cual tiene como principal objetivo generar cambios saludables mejorando la calidad de vida de los clientes, brindando una alimentación libre de químicos que perjudican la salud a un largo plazo, distribuyendo alimentos de la mejor calidad y a un presupuesto adecuado para los consumidores.

Propuesta de valor modelo Canvas

Figura 7

Modelo Canvas



Fuente. Propia de los autores

Socios Clave

Familias

Campesinos

Restaurantes y hoteles

Actividades Clave

Estrategias para lograr posicionar la marca digitalmente.

Operaciones para el manejo de correos electrónicos, telefonía y chat en línea.

Implementar un software actualizado con el catálogo de nuestros productos.

Recomendación de nuestra empresa mediante marketing, comunicación y relaciones públicas.

Propuestas de Valor

Logar un adecuado registro de cada una de las compras que realizan los clientes, para cada día ir mejorando.

Mediante los registros también lograr una reducción notable de desperdicios.

Garantizar que la experiencia del tiempo en compras y sus respectivos pagos, sea el adecuado y esperado por cada cliente.

Relación con el Cliente

Establecer una adecuada relación personalizada con servicios de chat en línea, correo y telefonía para el asesoramiento y motivación a través de comerciales asociados a sensaciones positivas, al cuidado del medio ambiente y de la salud de las personas que hacen parte de la sociedad, con el fin de mejorar la experiencia.

Valor agregado al cliente prestado servicio adecuado en la página.

Mediante el Big-data se registra la experiencia del usuario, ha ambientes de participación ciudadana, interacción, juegos educativos, obtención de acceso a bibliotecas, atención integral y bienestar, esto mediante la página web y posible App de nuestros productos.

Segmento de Clientes

Restaurantes.

Cadenas de alimentos.

Personas de todas las edades, niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad que deseen alimentos de tipo orgánicos.

Recursos Clave

Desarrolladores de software para el registro de la logística.

Infraestructura para producción de cítricos.

Recursos humanos y tecnológicos.

Financiación.

Contenido.

Servidores.

Inventario y registro de usuarios mediante el Big Data.

Plataforma seleccionada Shopify.

Canales

Página web y App de Facebook, tik tok, Instagram, Twitter y YouTube.

Servicio al cliente a través del chat en línea, telefonía y correos electrónicos.

Comerciales televisivos.

Promociones y capacitaciones mediante campañas gubernamentales en cuidado de la salud.

Estructura de costo

Logística de producción.

Salario de los trabajadores del negocio (variables)

Publicidad, permisos y licencias (variable)

Capacitación del personal.

Infraestructura Tecnológica.

Mantenimiento de la App y página Web.

Marketing.

Fuentes de Ingresos

Ventas de los productos.

Infraestructuras tecnológicas.

Estrategias de Mercadeo

Producto Ofrecido

Atributos y Beneficios del Producto o Servicio a Ofrecer al Mercado.

Cítricos orgánicos cultivados en el municipio de Guayabal de Siquima.

Libres de químicos tóxicos tales como plaguicidas, fertilizantes, herbicidas, funguicidas, insecticidas, nematocidas, colorantes, saborizantes, hormonas, aditivos, conservantes.

No contaminan el suelo ni los organismos que habitan en él como lo son las lombrices que, tienen un rol fundamental en el equilibrio biológico de los suelos. “Los agroquímicos ponen en riesgo la vida de los organismos del suelo que son esenciales para la vida en la Tierra, como las lombrices y los escarabajos.” (Carbono, 2021).

No se contaminan fuentes hídricas “La contaminación del agua por plaguicidas se produce al ser arrastrados por el agua de los campos de cultivo hasta los ríos y mares donde se introducen en las cadenas alimenticias provocando la muerte de varias formas de vida necesarias en el balance de algunos ecosistemas.” (Agua, 2007).

No contamina el aire “Los plaguicidas en la agricultura y entornos urbanos tienen el potencial de contaminar nuestro aire, afectando la salud humana, animal y vegetal.

Algunos ingredientes en pesticidas permanecen en la atmósfera solo por un período corto de tiempo, mientras que otros pueden durar más tiempo.” (Orst, 2023).

Permiten la biodiversidad necesaria para el equilibrio del campo.

No se afecta la salud humana “Ciertos plaguicidas deprimen directamente el sistema inmunológico; se ha encontrado evidencia de una mayor incidencia de infecciones

respiratorias (faringitis, bronquitis, reacciones alérgicas y asma), digestivas e inflamaciones renales agudas en la población expuesta a dichos agroquímicos.” (Reyes, 2021).

Slogan del Proyecto

Figura 8

Slogan De la huerta



Fuente. Propia de los autores

Grupo de Consumidores que Aceptarían y Tienen la Capacidad de Compra

Particulares: personas interesadas en comprar cítricos orgánicos a bajo costo y recibirlos en su casa en menos de 20 minutos posteriores a la compra.

Restaurantes: es posible que algunos restaurantes quieran comprar cítricos al por mayor para bebidas y comidas.

Minimercados: al vender al por mayor y con entrega incluida, se convierte en una excelente opción para minimercados que buscan proveedores en la zona.

Segmentación Económica.

En el proyecto se aplicarán los siguientes tipos de segmentación para un mejor plan de marketing obteniendo mejor atención del público y mejorar la rentabilidad, además la realización de campañas a estos grupos seleccionados que demuestran interés en adquirir nuestros productos.

Segmento de Conducta o Comportamiento.

Es tipo de segmento se enfoca en el comportamiento del cliente, ya que nuestro principal objetivo es llegar a las personas que desean una salud optima en el consumo de alimentos orgánicos que ofrecemos al público, se garantiza beneficios al consumir en el producto adquirido como el valor de dichos alimentos, de esta forma entendemos el comportamiento o conducta de las personas que desee cuidar o mejorar su salud a un buen costo.

Segmento de Redes Sociales.

Hoy en día como consecuencia de la pandemia y las innovaciones de las redes sociales y según el último informe, nos brinda un panorama de cuáles son las redes sociales más usadas de Colombia en 2023. El estudio revela que el 74 % de la población colombiana usa redes sociales, es decir 38,45 millones de personas. En promedio, los usuarios permanecen 3 horas y 32 minutos en las plataformas sociales a diario. La mayoría son mujeres, con 51,7 %. El 48,3 % de los usuarios son hombres y usamos un promedio de 8 plataformas distintas. (We Are Social, Digital 2023), en este segmento se utilizará enviados y anunciado campañas de cuidado de la salud a un público en específico, así de esta forma se aumenta el marketing digital.

Competencia

Los competidores la plataforma “De la huerta” son otros comerciantes del sector que comercializan incluso más productos, pero estos no son orgánicos. La idea es posicionar nuestra plataforma como la más rápida en entrega de cítricos orgánicos.

Hasta el momento solo se encontró un negocio que ofrece el mismo tipo de producto solo que no orgánico que es el minimercado Sumafrut.

Sumafrut está ubicado en la Calle 31 # 13a - 51 edificio Panorama Local 02 Parque Central Bavaria, Bogotá, Cundinamarca.

Aliados Clave del Modelo de Negocio

Los aliados más importantes son los campesinos quienes cultivarán los cítricos orgánicos que serán vendidos al público, es decir, se busca hacer ventas directas.

Es importante tener una alianza con la empresa o persona transportadora del producto desde el municipio de Guayabal de Síquima hasta Bogotá, por lo tanto, es necesario buscar a la mejor opción que aporte no solo buenas tarifas, sino que cumpla con el cumplimiento de tiempos y cuidado del producto en el transporte.

Estrategias de Mercadeo

Estrategia de comunicación:

El componente de la estrategia de comunicación se logra siguiendo ciertos pasos como lo son:

Investigación: debe investigarse el flujo de visitas y compras de las diferentes plataformas de ventas de productos similares.

Elegir un público: esta parte se refiere a que siempre existirá un tipo de público más interesado en ciertos productos que otros, entonces podríamos dirigir la atención a personas, restaurantes y minimercados con interés comercial en compra de cítricos.

¿Qué mensaje quiero transmitirle al cliente con mi producto? Con el mercado de cítricos orgánicos, se busca demostrar al cliente que es posible tener una alimentación sana sin afectar al medio ambiente, mientras se ajusta a las finanzas de cada persona.

Selección de canales: se pretende hacer uso de redes sociales no solo para hacer conocer el negocio sino para mostrarle al cliente todo el proceso desde siembra hasta venta de los alimentos. La idea es generar confianza en el cliente de modo que no solo compre un producto sino una experiencia satisfactoria que le haga saber que va a consumir un alimento verdaderamente sano.

Presupuesto: cada mes debe trazarse un plan de organización de recursos, es decir, determinar un monto para necesidades básicas y otro para darse a conocer. Se puede pagar pautas publicitarias en redes sociales y anuncios en físico como panfletos o afiches.

Estrategia de Posicionamiento

Para lograr un posicionamiento de relevancia, es importante tener en cuenta al cliente y sus necesidades, entonces:

Comunicación: debe existir una comunicación directa o indirecta con el cliente donde se conozca su opinión sobre la calidad de lo que está recibiendo a nivel servicio, producto, atención, etc. Se puede generar una encuesta de Google al finalizar cada compra.

Competencia: es necesario conocer la competencia, sus costos, productos, servicios y demás. No se trata de ser mejores que la competencia sino de, superarnos a nosotros mismos, mejorando cada día en todo sentido.

Estrategia de Diferenciación

La estrategia de diferenciación consiste en ofrecer al cliente algo que sobresalga entre otros comercios similares como por ejemplo atención al cliente, tiempos de entrega, productos exóticos, entre otros.

La estrategia de diferenciación de nuestra marca será la de ofrecer cítricos orgánicos a menores costos de los habituales con una entrega menor a 20 minutos después de la compra en línea.

Prototipos de los Contenidos a Manejar en Redes Sociales.

Este propósito de la comunicación de las redes sociales aumenta el marketing digital, donde educamos, vendemos y ofrecemos valor, mediante una comunicación asertiva con los actuales y futuros clientes, que no solo quieren conocer el producto, sino que también los beneficios que este ofrece y el internauta entienda y se identifique con la oferta donde logramos que la comunidad tenga una impresión positiva del producto desde el primer momento que este tenga contacto. Además, el propósito es crear una conversación directa y real con el cliente mediante los diferentes medios de comunicación, mail, página web, líneas telefónicas y diferentes chat de las redes sociales, donde escuchamos atentamente que quiere decir el cliente y gestionar una atención inmediata, dándole solución a su requerimiento, promoviendo que cada vez los usuarios y clientes se enamoren del producto, cabe adicionar que se va a realizar un seguimiento mediante (listening) para conocer cuáles son los comentarios sobre la empresa.

Construcción de la Página Web para el Proyecto

<https://aleja3009.wixsite.com/misitio>

Canal de Domicilios en la Empresa la Huerta

La empresa de cultivo de frutas cítricas, en búsqueda de ofrecer una experiencia con los productos que ofertamos lleguen al cliente final como si el pedido se realizara en las tiendas mediante el canal de delivery por medio de plataforma de domicilios.

Figura 9

Delivery



Fuente: (Domicilios Internos Para Restaurantes, 2019)

Al incorporar el servicio de domicilios se dispone una zona de la bodega de almacenamiento donde las personas o domiciliarios lleguen a reclamar sus pedidos, además en esta zona está el espacio para el embalaje, el cual tiene unas condiciones específicas que conservar la fruta en su estado natural.

Figura 10*Servicios*

Fuente: (Linda Chico Cocinero Cocinando Dibujos Animados Vector Icono Ilustración. Personas Comida Icono Concepto Aislado Prima Vector. Plano Dibujos Animados Estilo Vector Pro, n.d.)

Principalmente para recibir la solicitud de pedidos se asignará un empleado el cual se encarga de liderar la logística de los pedidos, de igual forma tendrá como función el embalaje y la preparación de los pedidos para ser transportados.

Cabe adicionar que el empleado debe estar pendiente del marketing como cupones, información de las frutas, promociones.

Figura 11*Trabajador*

Fuente (Ubicación De Gps Móviles De Ruta: Ilustración De Stock 1961679553 | Shutterstock, n.d.)

Cabe resaltar la importancia que el personal domiciliario sea tratado como un cliente más, ya que ellos son las personas que van a tener contacto con los clientes, por este motivo que para que el domiciliario pueda cumplir con su entrega se debe tener su pedido a tiempo.

Figura 12

Personal



Fuente (Ilustración De Icono De Dibujos Animados De Paquete De Envío De Mensajería. Premium Vector, 2020)

Es de tal importancia que los pedidos sean enumerados y entregados en el orden que se recibe el pedido de las frutas, para evitar confusiones y retraso en los pedidos.

Figura 13

Ordenes



Fuente: (Lista De Verificación Free Icon, 2021)

Es de importancia el incentivo a los mensajeros con tarjetas de regalo, cupones de descuento, con esto se logra un nivel satisfecho y se ve reflejado en el buen servicio al entregar al cliente final.

Figura 14

Cupones



Fuente: (Bagwan, n.d.)

El incentivo a los usuarios que realicen pedidos mediante los diferentes canales, con esto se incentiva a los usuarios a realicen sus pedidos, ofreciendo descuentos en el primer pedido, con esto los clientes realicen sus pedidos por este medio.

Figura 15

Descuentos



Fuente: (Pngtree, n.d.)

Se implementa un software que tenga una integración directa con las diferentes plataformas de pedidos, con esto se establece una comunicación directa entre el pedido del cliente y la bodega con esto tener el pedido listo para el domiciliario.

Figura 16

Ordenes



Fuente: (Ilustración De Concepto De Pedido En Línea De Comida De Restaurante. Personajes De Dibujos Animados De Cliente De Café Y Jefe De Cocina Para Web. Idea Creativa De La Aplicación Móvil De Orden De Nutrición Saludable Premium Vector, 2020)

La integración directa con las plataformas como Rappi, que permite incrementar las ventas y administrar los canales de domicilio de una forma más fácil y rápida que nos presenta los siguientes beneficios:

Integración de pedidos.

Operación segura

Aumento de las ventas

Bajo nivel de errores en los pedidos

Orden de pedido directa a la bodega

Proyecciones Operativas y Financiera

Recursos Operativos

Con la agricultura orgánica, pretendemos generar cambios saludables en los estilos de vida de los clientes, brindando una alimentación libre de químicos que perjudican la salud a largo plazo, distribuyendo alimentos de la mejor calidad con valores nutricionales, acomodados al presupuesto del cliente, así mismo los consumidores ahora dirigen sus compras a productos/servicios naturales que aporten al cuidado del ambiente y sobre todo los cuales al momento de consumir no sean perjudiciales para la salud, además el segmento del cliente que deseamos incorporar nuestro producto va de todas las edades, niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad que deseen una alimentación saludable en su canasta familiar, Debido a esto se plantea este emprendimiento de realizar un cultivo 100% natural. La transformación que se propone es, vender productos orgánicos en los mismos precios de los productos de origen vegetal normalmente cultivados y esto, con el propósito de quitar el estigma sobre la alimentación sana y sus altos costos.

Tabla 1

Capacidad instalada

Capacidad instalada	
Conceptos	Unidad de medida
Limón	Libra
Naranja	Kilogramo
Mandarina	Kilogramo

Fuente. Propia de los autores

Insumos

Los insumos que se obtienen de los campesinos.

Tabla 2***Insumos***

Producto	Precio unitario / Lb	Numero de pedido	Total
Limón	\$1.500	1000	15000,0
Naranja	\$2.000	1000	20000,0
Mandarina	\$2.000	1000	20000,0
Total	\$5.500	3000	5500,0

Fuente. Propia de los autores

Instalaciones

Bodega

Figura 17
Bodega

Fuente: (AZ STORAGE, n.d.)

Al principio, dada la inversión inicial, no es posible comprar una bodega, por ello sería necesario pagar un arriendo específicamente en el centro de Bogotá, esta bodega cuenta con 65m² cuesta 1.200.000 que es una suma pagable dentro del rango de precios.

Equipo

Vehículo

Figura 18

Camión



Fuente (Camión JAC 1040 De 3 Toneladas MOD 2016, 2015)

Este vehículo será utilizado principalmente para transportar todas las materias primas al lugar del cultivo, así mismo trasportará los alimentos ya listos para el local y demás funciones que sea requerido.

Tabla 3

Equipo de trabajo

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Furgón 5 toneladas	1	20000,0	20000,0
Arriendo de la bodega	1	1200,0	1200,0
Total	2	21200,0	21200,0

Fuente. Propia de los autores

Requisitos Legales

Principalmente antes de poner en marcha el proyecto se deben general toda la documentación que rige en la ley colombiana.

Cámara de Comercio, bajo la característica de persona natural regido a la ley 1780 de 2016 (Ley de emprendimiento juvenil).

Copia de la Cédula de ciudadanía.

Copia del RUT.

Solicitud de inscripción o Formulario RUES.

Pre-RUT.

Certificación para acreditar requisitos de la ley 1780 de 2016.

Personal

Se presentará el recurso humano necesario para la marcha de las operaciones generales de la compañía.

Tabla 4

Personal de trabajo

Conceptos	Cantidad	Sueldo	Total
Administrador general	1	3000,0	3000,0
Asistente de recurso humano y administrativo	1	1200,0	1200,0
Almacenista	2	1200,0	2400,0
Auxiliar contable	1	1300,0	1300,0
Transportador	1	1200,0	1200,0
Total	6	7900,0	9100,0

Fuente. Propia de los autores

Proyecciones de Ventas

Tabla 5

Proyección de ventas

Mes	ventas 2022 competencia	Nuestras ventas 2023
Enero	15000,0	#N/D
Febrero	156981,5	#N/D
Marzo	12147,56	4282,24
Abril	19123,54	5656,75
Mayo	21236,49	7502,86
Junio	17895,23	9418,42
Julio	23214,69	1078,80
Agosto	1996,86	10358,93
Septiembre	15123,58	9434,71
Octubre	18562,14	7883,19
Noviembre	13214,69	5633,14
Diciembre	25214,63	8997,49

Fuente. Propia de los autores

La proyección de ventas se analizó con las ventas de la competencia del año anterior, dándonos como resultado una estabilidad en las ventas.

Precio de Venta

Se debe presentar el precio de venta que se tendrá para el producto o servicio. Desde la perspectiva de costos el precio de venta deberá permitir los costos fijos y variables de la empresa y dejar un margen de utilidad. No obstante, es necesario considerar otros aspectos como:

Ventas netas	1980,0	2790,0	3420,0	4050,0	4590,0	5670,0	6300,0	6120,0	7020,0	8010,0	8730,0	9900,0
% de ventas a contado	95%	95%	95%	95%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de ventas a crédito	5%	5%	5%	5%	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente. Propia de los autores

Proyecciones de Ingresos por Ventas

Tabla 8

Ingresos por ventas

	AÑO 1
Total, ventas	76200,0
Descuentos por venta	10%
Ventas netas	68580,0
% de ventas a contado	100%
% de ventas a crédito	0

Fuente. Propia de los autores

Capital de Trabajo

Una vez se pone en marcha un proyecto, se presenta diferencia de tiempo de producción, venta y cobro que hace que la empresa no siempre empiece a recibir dinero desde su apertura, sin embargo, si necesita recursos para responder a los costos y gastos presentes, así que es necesario contar con un flujo de caja, que permita solventarlos.

Flujo de caja mensual

Tabla 9*Flujo de caja mensual*

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Ingresos												
Ingresos por ventas	1980,0	2790,	3420,	4050,	4590,	5670,	6300,	6120,	7020,	8010,	8730,	9900,0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Cobros ventas a crédito	99,0	139,5	171,0	202,5	,0	,0	,0	,0	,0	,0	,0	,0
Total ingresos	2079,0	2929,	3591,	4252,	4590,	5670,	6300,	6120,	7020,	8010,	8730,	9900,0
		5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	
Egresos												
Pago de impuestos	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0
Pago de publicidad	100,0	,0	100,0	,0	100,0	,0	100,0	,0	100,0	,0	100,0	100,0
Pago de alquiler	1200,0	1200,	1200,	1200,	1200,	1200,	1200,	1200,	1200,	1200,	1200,	1200,0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Pago de servicios públicos	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	200,0	200,0	200,0	200,0	300,0	300,0
Total egresos	1550,0	1450,	1550,	1450,	1550,	1450,	1750,	1650,	1750,	1650,	1850,	1850,0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Flujo mensual	529,0	1479,	2041,	2802,	3040,	4220,	4550,	4470,	5270,	6360,	6880,	8050,0
(diferencia entre ingresos y egresos)		5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	

Fuente. Propia de los autores

Saldos acumulados (en miles)

Tabla 10*Saldos acumulados*

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujo	529,0	1479,5	2041,0	2802	4040,	4220,	4550,	2270,0	5270,	6360,	6880,	8050,
mensual				,5	0	0	0		0	0	0	0
Flujo	529,0	2008,5	4049,5	6852	1089	1511	1966	21932,	2720	33562	4044	4849
acomulado				,0	2,0	2,0	2,0	0	2,0	,0	2,0	2,0

Fuente. Propia de los autores

A partir del cuadro anterior se puede determinar el monte de capital de trabajo que se requiere.

Inversiones

Se presentan la inversión que se tuvo en cuenta para empezar el negocio teniendo en cuenta los gastos necesarios para su funcionamiento.

Inversión total

Tabla 11*Inversión total*

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Insumos	5500,0
	Equipo de transporte	20000,0
Instalaciones y puesta en marcha	Adecuación del local o espacio de producción	3600,0

Gastos legales de constitución	212,0
Marketing	2000,0
Arriendo	1200,0
Sueldos	9100,0
Capital de trabajo	5000,0
Total	46000,0

Fuente. Propia de los autores

Fuentes de capital.

Se presenta cuáles fueron los aportes a capital de cada inversionista y cuál es el dinero faltante que se tuvo que prestar por medio de una ayuda financiera externa.

Tabla 12

Fuentes de capital

Conceptos	Valor UN	Valor total
Aporte a capital por los 5 socios	5000,0	25000,0
préstamo del banco	30000,0	30000,0
Total	35000,0	55000,0

Fuente. Propia de los autores

Conclusiones

Para lograr el éxito en un proyecto de emprendimiento social, es importante tener en cuenta diversas estrategias de mercadeo que permitan comunicar y captar la atención de un mercado específico. Es necesario definir los atributos y beneficios del producto o servicio, así como segmentar el mercado de acuerdo con criterios relevantes para la actividad económica del proyecto. Además, es importante identificar tanto competidores como aliados clave y establecer alianzas estratégicas para lograr una mayor efectividad en el modelo de negocio.

En cuanto a las estrategias de mercadeo, se pueden emplear tanto las tradicionales como las digitales, y cada una de ellas debe tener un propósito específico dentro del proyecto. Las estrategias de comunicación permiten dar a conocer el proyecto y generar interés en la comunidad, mientras que las estrategias de posicionamiento ayudan a destacar los atributos que hacen único al proyecto. Por su parte, las estrategias de diferenciación buscan destacar la propuesta de valor del proyecto frente a la competencia.

Finalmente, el uso de las redes sociales y la creación de contenido adecuado para cada plataforma puede ser una herramienta muy efectiva para llegar a una audiencia específica y generar interacción con los seguidores. Todo esto debe estar en línea con los valores y objetivos del proyecto de emprendimiento social, para lograr un impacto positivo y sostenible en la comunidad.

Referencias Bibliográficas

FAO.ORG. (2015). *Agricultura mundial: hacia los años 2015/2030*. Fao.org.

<https://www.fao.org/3/y3557s/y3557s11.htm>.

CityTv. (1691, December 12). OMS envía una alerta mundial por peligro de una nueva pandemia. *El Tiempo*. https://citytv.eltiempo.com/noticias/salud/oms-envia-una-alerta-mundial-por-peligro-de-una-nueva-pandemia_60419

INFOBAE. (2022, February 18). *Agro en Colombia, en jaque por la baja implementación de la tecnología*. infobae. <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/02/18/agro-en-colombia-en-jaque-por-la-baja-implementacion-de-la-tecnologia/>

Jiménez, C. Á. (2020, May 24). *Drama en el campo: no hay quien compre y las cosechas se pierden*. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/cultivos-en-colombia-durante-la-pandemia-por-coronavirus-499102>

Sectorial. (2021, April 20). *Cultivos Orgánicos en Colombia: ¿Oportunidad Desaprovechada?* Sectorial.co; Sectorial. <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/407730-cultivos-org%C3%A1nicos-en-colombia-%C2%BFoportunidad-desaprovechada>

Semana. (2023, April 13). *Desempleo en el campo se mantiene más bajo que en las ciudades, pero viene al alza*. *Revista Semana*. <https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/desempleo-en-el-campo-se-mantiene-mas-bajo-que-en-las-ciudades-pero-viene-al-alza/202335/>

- Semana. (2015, September 11). *Renovar el agro para combatir la pobreza*. Revista Semana.
<https://www.semana.com/economia/articulo/agricultura-contra-pobreza/213331/>
- Pastrán, A. (2023, May 27.). *El comercio electrónico en Colombia crecerá 74% en los próximos cinco años*. Diario La República. <https://www.larepublica.co/internet-economy/el-comercio-electronico-en-colombia-crecera-74-en-los-proximos-cinco-anos-3234428>
- Villamil, L. D. O. (2021, December 14). *Comercio electrónico, el gran aliado del campo colombiano*. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/contenido-comercial/comercio-electronico-el-gran-aliado-del-campo-colombiano-638910>
- Pngtree. (n.d.). Dibujo lineal simple de dibujos animados icono de descuento de compras en línea 70 PNG. https://es.pngtree.com/freepng/simple-cartoon-line-drawing-online-shopping-70-discount-icon_4873119.html
- Ilustración de concepto de pedido en línea de comida de restaurante. personajes de dibujos animados de cliente de café y jefe de cocina para web. idea creativa de la aplicación móvil de orden de nutrición saludable Premium Vector. (2020, May 22). Freepik.
https://www.freepik.es/vector-premium/ilustracion-concepto-pedido-linea-comida-restaurant-personajes-dibujos-animados-cliente-cafe-jefe-cocina-web-idea-creativa-aplicacion-movil-orden-nutricion-saludable_8389642.htm
- AZ STORAGE. (n.d.). Ubicación De Mini Bodegas en Bogotá - Estamos en el Barrio Las Ferias.
Arriendo De Mini Bodegas En Bogotá. <https://minibodegaje.com/ubicacion-de-mini-bodegas-en-bogota/>

Ubicación de gps móviles de ruta: ilustración de stock 1961679553 | Shutterstock. (n.d.).

Shutterstock. <https://www.shutterstock.com/es/image-illustration/delivery-route-mobile-gps-location-1961679553>

Pngtree. (n.d.). Dibujo lineal simple de dibujos animados icono de descuento de compras en línea

70 PNG. https://es.pngtree.com/freepng/simple-cartoon-line-drawing-online-shopping-70-discount-icon_4873119.html

Lista de verificación Free Icon. (2021, June 7). Freepik. [https://www.freepik.es/iconos-](https://www.freepik.es/iconos-gratis/lista-verificacion_14869888.htm)

[gratis/lista-verificacion_14869888.htm](https://www.freepik.es/iconos-gratis/lista-verificacion_14869888.htm)

linda chico cocinero Cocinando dibujos animados vector icono ilustración. personas comida

icono concepto aislado prima vector. plano dibujos animados estilo Vector Pro. (n.d.).

Vecteezy. [https://es.vecteezy.com/arte-vectorial/20595963-linda-chico-cocinero-](https://es.vecteezy.com/arte-vectorial/20595963-linda-chico-cocinero-cocinando-dibujos-animados-vector-icono-ilustracion-personas-comida-icono-concepto-aislado-prima-vector-plano-dibujos-animados-estilo)

[cocinando-dibujos-animados-vector-icono-ilustracion-personas-comida-icono-concepto-aislado-prima-vector-plano-dibujos-animados-estilo](https://es.vecteezy.com/arte-vectorial/20595963-linda-chico-cocinero-cocinando-dibujos-animados-vector-icono-ilustracion-personas-comida-icono-concepto-aislado-prima-vector-plano-dibujos-animados-estilo)

Ilustración de icono de dibujos animados de paquete de envío de mensajería. Premium Vector.

(2020, December 22). Freepik. [https://www.freepik.es/vector-premium/ilustracion-icono-](https://www.freepik.es/vector-premium/ilustracion-icono-dibujos-animados-paquete-envio-mensajeria_11787939.htm)
[dibujos-animados-paquete-envio-mensajeria_11787939.htm](https://www.freepik.es/vector-premium/ilustracion-icono-dibujos-animados-paquete-envio-mensajeria_11787939.htm)

Ilustración de concepto de pedido en línea de comida de restaurante. personajes de dibujos

animados de cliente de café y jefe de cocina para web. idea creativa de la aplicación

móvil de orden de nutrición saludable Premium Vector. (2020, May 22). Freepik.

<https://www.freepik.es/vector-premium/ilustracion-concepto-pedido-linea-comida->

restaurante-personajes-dibujos-animados-cliente-cafe-jefe-cocina-web-idea-creativa-
aplicacion-movil-orden-nutricion-saludable_8389642.htm

Bagwan, A. (n.d.). Tickets coupons discount label offers, vector graphic design element. . .

iStock. [https://www.istockphoto.com/es/vector/cupones-descuento-banner-50-30-y-10-
de-descuento-ofertas-gm1088642392-292025345](https://www.istockphoto.com/es/vector/cupones-descuento-banner-50-30-y-10-de-descuento-ofertas-gm1088642392-292025345)

Camión JAC 1040 de 3 toneladas MOD 2016. (2015). Credivehiculos.

<https://credivehiculos.com/camion-jac-1040-3-toneladas/>

domicilios internos para restaurantes. (2019). Icg Master. <https://icgmaster.net/tipos-de->

[domicilios-para-restaurantes/iconos_mesa-de-trabajo-1/](https://icgmaster.net/tipos-de-domicilios-para-restaurantes/iconos_mesa-de-trabajo-1/)