

## **Econex Local: Impulsando conexiones sostenibles**

Juan David Brochero Moreno

Diego Fernando Rodríguez Saldaña

Jorge Mario Fernández Orozco

Jose Jaime Orozco Orozco

Saray Sandrith Moya

Asesor

Jorge Enrique Chaparro Medina

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

2024

### **Resumen**

La orientación grupal desarrollada a lo largo del diplomado ha sido fundamental para construir, desde el principio hasta el final, un proyecto que nos servirá como referencia y aprendizaje para futuros emprendimientos. Asimismo, nos proporciona una base sólida para entender la estructura necesaria para crear una empresa y llevarla al éxito mediante organización, trabajo colaborativo y estrategias clave. El proyecto se centra en diseñar una estrategia empresarial con impacto social, cuyo objetivo va más allá de las ganancias económicas, ya que busca generar un beneficio significativo para la comunidad seleccionada, contribuyendo a su desarrollo social y bienestar.

Por lo anterior, surge la necesidad de un sistema que promueva el desarrollo comunitario y la economía circular. El proyecto “Econex Local: Impulsando conexiones sostenibles” busca convertirse en un puente entre los productores locales que adoptan métodos responsables y consumidores conscientes que valoran la sostenibilidad, alineando sus acciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 9 y 12, enfocados en la infraestructura y el consumo responsable.

***Palabras clave:*** Emprendimiento social, conexiones sostenibles, impacto social, desarrollo sostenible, economía circular.

### **Abstract**

The group orientation developed throughout the diploma has been fundamental to build, from beginning to end, a project that will serve as a reference and learning for future ventures. It also provides us with a solid foundation to understand the structure necessary to create a company and lead it to success through organization, collaborative work and key strategies. The project focuses on designing a business strategy with social impact, whose objective goes beyond economic gains, as it seeks to generate a significant benefit for the selected community, contributing to its social development and well-being.

Therefore, the need arises for a system that promotes community development and the circular economy. The “Econex Local” Promoting Sustainable Connections” project seeks to become a bridge between local producers who adopt responsible methods and conscious consumers who value sustainability, aligning their actions with Sustainable Development Goals (SDG) 9 and 12, focused on infrastructure and responsible consumption.

**Keywords:** Social entrepreneurship, sustainable connections, social impact, sustainable development, circular economy.

## Tabla de contenido

Introducción .....	8
Planteamiento del problema.....	9
Justificación.....	10
Objetivos .....	11
Objetivo General.....	11
Objetivos Específicos.....	11
Innovación Social.....	12
Fases del Desing Thinking para Econex Local.....	12
Fase Empatizar.....	12
Fase Definir .....	13
Fase Idear.....	14
Fase Prototipar .....	15
Fase Testear .....	16
Modelo de negocio.....	18
Propuesta de valor.....	18
Estrategias de mercadeo.....	20
Descripción del producto.....	20
Análisis del Mercado .....	20
Estrategias de mercadeo.....	23
Actividades y presupuesto del plan de mercadeo .....	24
Proyecciones operativas.....	25
Proyecciones Financieras.....	26

Proyecciones de Ingresos.....	28
Valor Total de la Inversión .....	28
Fuentes de Financiamiento .....	29
Proyecciones de Impacto Social y Ambiental .....	29
Evaluación financiera .....	29
Costos operativos anuales.....	30
Rentabilidad y tiempo de recuperación.....	31
Conclusiones .....	32
Recomendaciones.....	33
Referencias Bibliográficas .....	34

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Mapa de actores</i> .....	10
<b>Figura 2</b> <i>Mapa mental</i> .....	13
<b>Figura 3</b> <i>Lluvia de ideas</i> .....	14
<b>Figura 4</b> <i>Prototipado de la plataforma digital</i> .....	15
<b>Figura 5</b> <i>Propuesta de valor a través del Modelo Canvas</i> .....	19

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Análisis de productores, consumidores, competencia, oportunidades y retos</i> .....	21
<b>Tabla 2</b> <i>Presupuesto</i> .....	24
<b>Tabla 3</b> <i>Inversión inicial</i> .....	30
<b>Tabla 4</b> <i>Costos operativos</i> .....	31

## **Introducción**

En un entorno donde las economías locales enfrentan desafíos para mantenerse competitivas y sostenibles, “Econex Local” surge como una iniciativa transformadora diseñada para promover el impacto social y económico en las comunidades. Este proyecto tiene como propósito principal desarrollar una estrategia empresarial que, más allá de generar ganancias, fomente el bienestar de los pequeños productores locales y beneficie a los consumidores conscientes.

Mediante la creación de un sistema que integra la economía circular y el desarrollo comunitario, Econex Local busca fortalecer las conexiones entre productores y consumidores, generando redes de valor que prioricen la sostenibilidad, la inclusión y el progreso. Esta propuesta no solo impulsa el crecimiento de los pequeños productores, sino que también sensibiliza a los consumidores sobre la importancia de elegir productos de origen ético y responsable. Con Econex Local, se introduce un modelo de negocio que contribuye activamente al desarrollo social, demostrando que es posible alinear objetivos empresariales con el impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente.

La desconexión entre productores locales y consumidores en muchas regiones de Colombia, en particular en la ciudad de Barranquilla, impide el acceso a productos sostenibles y limita el crecimiento de las economías locales (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2010, p, 10). Esto agrava los problemas asociados a la producción y el consumo no sostenible, que contribuyen al desperdicio, la degradación ambiental y la falta de equidad en el acceso a productos de calidad. Además, la infraestructura actual no facilita que los productores accedan a mercados más amplios, dificultando el fomento de prácticas sostenibles.

## **Planteamiento del problema**

El problema central que aborda Econex Local es la desconexión persistente entre pequeños productores locales y consumidores responsables en Colombia, especialmente en ciudades como Barranquilla. Esta desconexión genera una dependencia excesiva de intermediarios que limitan las ganancias de los productores y restringen su capacidad de competir en mercados más amplios y sostenibles. Además, las deficiencias en infraestructura logística, la baja asociatividad y la falta de acceso a tecnologías agravan esta situación, dificultando la adopción de prácticas sostenibles y la integración de los productores en cadenas de valor más justas. Para los consumidores, la falta de acceso directo a productos locales sostenibles y éticos reduce las opciones de consumo responsable, perpetuando patrones de consumo no sostenibles que aumentan el desperdicio y la degradación ambiental. Este contexto no solo afecta el desarrollo económico local, sino que también limita la generación de impactos positivos en las comunidades y el medio ambiente, frenando el potencial de un modelo económico más inclusivo y circular.

## **Justificación**

En Colombia, los pequeños productores enfrentan diversas barreras para competir en los mercados, destacándose la falta de acceso directo a consumidores, alta intermediación, bajos niveles de asociatividad y limitaciones en infraestructura logística. Aproximadamente el 78% de los productores del país son pequeños agricultores, y muchos de ellos operan en condiciones precarias que reducen su capacidad para competir eficazmente (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2024). La falta de una conexión efectiva entre productores locales y consumidores en muchas regiones de Colombia, en particular en la ciudad de Barranquilla, obstaculiza el acceso a productos sostenibles y limita el crecimiento de las economías locales. Por otra parte, la infraestructura de transporte presenta serias deficiencias, lo que genera costos elevados de movilización y dificulta la integración regional (OCDE, 2024).

En este contexto, Econex Local es una respuesta estratégica que aborda esta problemática desde una perspectiva integral. El proyecto busca no solo mejorar las condiciones de los pequeños productores, permitiéndoles integrarse en cadenas de valor más justas y sostenibles, sino también educar y empoderar a los consumidores para que sus decisiones contribuyan activamente al bienestar comunitario.

Además, la implementación de un modelo basado en la economía circular y el desarrollo comunitario tiene el potencial de generar un impacto positivo duradero al fomentar el reciclaje, la reutilización de recursos y la disminución de desperdicios, mientras se fortalece la resiliencia económica local.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar e implementar una estrategia empresarial sostenible que fortalezca las conexiones entre pequeños productores locales y consumidores, promoviendo la economía circular y el desarrollo comunitario para reducir barreras comerciales, incrementar la competitividad de los productores, y fomentar prácticas responsables en el mercado, y el desarrollo de infraestructura innovadora que potencie la producción sostenible y mejore el acceso a mercados, contribuyendo con la consecución de los ODS 9 y 12.

### **Objetivos Específicos**

Apoyar la implementación de prácticas de producción y consumo sostenibles, reduciendo el desperdicio y contribuyendo a un modelo de economía circular en Barranquilla y sus alrededores.

Crear una plataforma que permita la venta de productos, y el desarrollo de infraestructura, para que nuestros productores impulsen sus negocios y fortalezcan sus conocimientos en el uso de tecnologías.

Diseñar estrategias logísticas que reduzcan los costos de transporte y faciliten la conexión directa entre productores locales y consumidores.

Establecer indicadores de éxito para evaluar el impacto social, económico y ambiental del proyecto, asegurando su mejora continua.

## Innovación Social

### Fases del Design Thinking para Econex Local

#### *Fase Empatizar*

A través de esta etapa, podrías comprender mejor a los productores y consumidores locales, identificando sus necesidades y expectativas en cuanto a sostenibilidad, productos ecológicos y el impacto económico.

Entrevistas y encuestas:

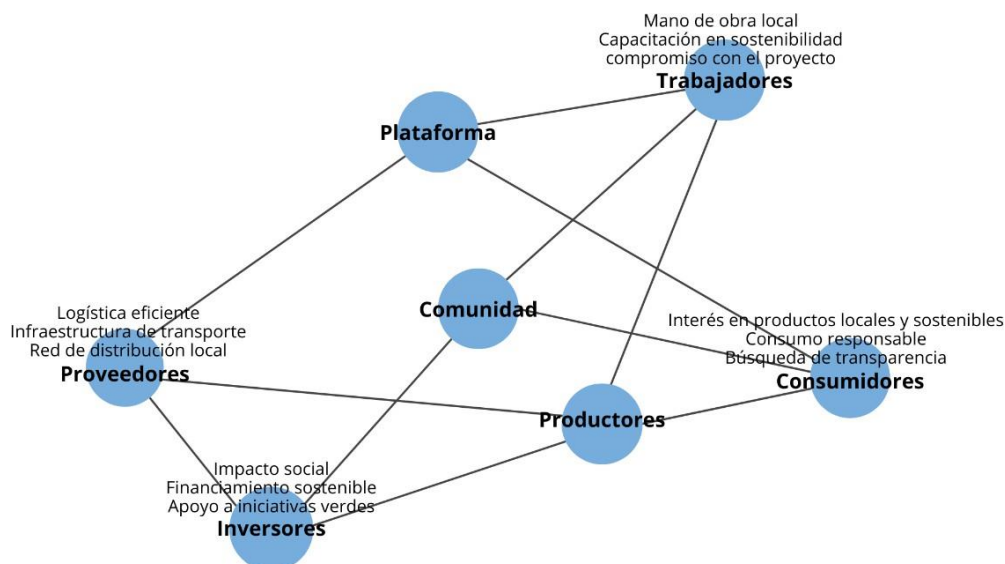
Realizar entrevistas a productores locales y consumidores para conocer sus puntos de vista sobre la sostenibilidad, el reciclaje, y la economía circular.

Preguntar a los productores sobre los desafíos que enfrentan al crear productos sostenibles y qué recursos o infraestructura necesitarían.

A los consumidores, preguntar sobre sus hábitos de compra, si estarían dispuestos a pagar más por productos ecológicos, y qué valoran en términos de sostenibilidad.

#### **Figura 1**

##### *Mapa de actores*



*Fuente.* Elaboración propia (2024).

## ***Fase Definir***

El propósito de esta fase es sintetizar la información recopilada en la fase anterior (Empatizar) para definir preguntas claras y específicas que se centren en las necesidades y problemas de los usuarios de la plataforma.

Objetivo: Delimitar el problema clave a resolver basándose en las necesidades identificadas.

En la fase de empatía, obtenidos los datos clave sobre las necesidades y deseos de los usuarios. Estos datos pueden incluir:

A los productores locales les resulta difícil penetrar en mercados que valoren sus productos sostenibles.

Los consumidores que buscan productos sostenibles carecen de información o acceso.

Barreras técnicas para conectar eficazmente a los dos grupos.

Necesidades educativas relacionadas con la economía circular.

## **Figura 2**

### ***Mapa mental***



*Fuente.* Elaboración propia (2024).

## ***Fase Idear***

La etapa de idealizar puede ser fundamental porque establece bases para soluciones creativas. El objetivo es: generar soluciones innovadoras que conecten productores y consumidores, fomentando la economía circular y el desarrollo comunitario.

Actividades:

Sesiones de lluvia de ideas con productores, consumidores y expertos en logística y sostenibilidad.

Diseño de modelos de negocio que integren tecnología (plataformas digitales) y redes de distribución locales.

Propuestas de campañas de sensibilización para el consumo consciente.

### **Figura 3**

#### *Lluvia de ideas*



*Fuente.* Elaboración propia (2024).

## Fase Prototipar

La fase de prototipado (prototipar) del Design Thinking busca crear una representación tangible y experimental de la solución elegida, para evaluar su viabilidad y validez.

Objetivo: Crear versiones iniciales de las soluciones diseñadas.

Ejemplos de prototipos:

Una plataforma digital que conecte productores con consumidores.

Una red de transporte comunitario que optimice costos logísticos.

### Figura 4

*Prototipado de la plataforma digital*



*Nota.* La ilustración muestra cómo sería la plataforma. *Fuente.* Generado por IA

## **Fase Testear**

Objetivo: Evaluar la efectividad de la solución y asegurarse de que se alinee con las necesidades y expectativas de los usuarios. Esto implica observar cómo los usuarios interactúan con el producto, recopilar su opinión y hacer ajustes basados en esa retroalimentación. A través de este proceso, se reducen riesgos y se mejora la probabilidad de éxito del producto final al asegurarse de que está diseñado con el usuario en el centro de la solución.

## **Actividades**

Evaluación del impacto de las soluciones en términos de costos, acceso al mercado y satisfacción del consumidor.

Recopilación de comentarios para iterar y ajustar los prototipos.

## ***Herramienta: Test de satisfacción***

¿Del 1 al 5, donde 1 es malo y cinco es muy bueno, cuál es tu nivel de satisfacción con nuestros servicios?

¿Cuál es la calidad de nuestros productos, servicios y precios?

Buena

Muy buena

Regular

Mala

Muy mala

¿Con qué frecuencia requires de nuestros servicios?

A diario

Semanal

Mensual

Nunca

¿Qué importancia le das al precio al momento de elegir nuestros productos?

Importante

Poco importante

Neutral

Muy importante

¿Recomendarías nuestros servicios y productos?

Sí

No

¿Qué recomendaciones para mejorar nuestros productos y servicios?

Escribe aquí

## **Modelo de negocio**










### **Propuesta de valor**

Según el Departamento de Planeación Nacional 2023, en Colombia se han llevado a cabo diversas acciones para avanzar en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS 9 y 12. Sin embargo, aún persisten desafíos en la identificación de indicadores y en la creación de vínculos que impulsen la agenda de sostenibilidad del país en el contexto de este compromiso. Se han impulsado programas de infraestructura digital para reducir la brecha digital y mejorar el acceso a internet en áreas rurales y urbanas marginada, así como campañas de concienciación ciudadana sobre el consumo responsable y la reducción del uso de plásticos.

El proyecto está enfocado en facilitar un canal eficiente y accesible donde nuestros productores puedan ofrecer y promocionar sus productos directamente a sus consumidores, garantizando precios justos y productos de calidad; asimismo, busca impulsar el desarrollo comunitario y la competitividad local, Enonex Local no solo conecta, sino que también fortalecen las capacidades de los pequeños productores a través de capacitaciones, herramienta digitales e infraestructura innovadora, permitiendo su integración en cadena de valor más sostenible y competitiva. A su vez, Mediante la implementación de un modelo basado en la economía circular, el proyecto fomenta la reducción de desperdicios, la reutilización de recursos y la producción sostenible, sensibilizando a los consumidores sobre la importancia de elegir productos éticos y responsables.

Figura 5

## Propuesta de valor a través del Modelo Canvas

<p><b>Socios Clave</b> </p> <p>Consumidores interesados en productos orgánicos y sostenibles. Pequeños productores locales, como agricultores y artesanos. Organizaciones y ONG enfocadas en sostenibilidad.</p> <p>Empresas de logística sostenible.</p> <p>Entidades gubernamentales y municipales.</p>	<p><b>Actividades Clave</b> </p> <p>Desarrollo y mantenimiento de la plataforma. Estrategias de marketing y promoción. Gestión de relaciones con productores y consumidores.</p> <p>Desarrollar contenido educativo sobre consumo responsable.</p> <p><b>Recursos Clave</b> </p> <p>Plataforma tecnológica (sitio web y app). Red de productores locales y asociaciones. Equipo de marketing. Contenido educativo (colaboraciones con expertos).</p>	<p><b>Propuesta de Valor</b> </p> <p>Conectar a productores locales con consumidores que valoran la sostenibilidad. A través de una plataforma digital innovadora, facilitando el acceso a productos sostenibles; promoviendo el consumo responsable y apoyamos el desarrollo de infraestructura que potencia la producción sostenible, para contribuir con la economía circular.</p>	<p><b>Relación con Clientes</b> </p> <p>Atención personalizada al cliente para resolver dudas y facilitar la experiencia en la plataforma. Programas de lealtad para consumidores recurrentes. Sistema de feedback para recibir opiniones y mejorar la oferta.</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Plataforma en línea (sitio web y/o app móvil) para compras y educación. Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) para promoción y tráfico. Participación en ferias locales y mercados de agricultores.</p>	<p><b>Segmentos De Clientes</b> </p> <p>Consumidores interesados en productos orgánicos y sostenibles. Pequeños productores locales, como agricultores y artesanos. Pequeñas y medianas empresas enfocadas en sostenibilidad, que incorporan prácticas sostenibles en sus operaciones.</p>
<p><b>Estructura De Costos</b> </p> <p>Gastos de desarrollo y mantenimiento de la plataforma (tecnología, hosting). Inversiones en marketing y publicidad. Costos operativos (atención al cliente, administración, gestión de relaciones)</p>		<p><b>Fuente De Ingresos</b> </p> <p>Comisiones por cada venta realizada a través de la plataforma. Suscripciones premium para productores que desean destacarse y acceder a herramientas de marketing. Ingresos por publicidad y patrocinio de marcas eco-amigables.</p>		

Nota. En la figura se muestra el Modelo Canvas adaptado al proyecto Econex Local. Fuente.

Elaboración propia.

## **Estrategias de mercadeo**

### **Descripción del Producto**

Este emprendimiento social se centra en conectar a productores locales en la ciudad de Barranquilla que practican métodos ecológicos y responsables con consumidores conscientes que valoran la sostenibilidad, a través de una plataforma digital innovadora, facilitamos el acceso a productos sostenibles, promovemos el consumo responsable y apoyamos el desarrollo de infraestructura que potencia la producción sostenible, contribuyendo a la economía circular y al desarrollo comunitario.

### **Análisis del Mercado**

El mercado para Econex Local muestra un alto potencial debido a la creciente demanda de productos sostenibles y la necesidad de los productores locales de acceder a cadenas de valor más justas. Para aprovechar esta oportunidad, el proyecto debe posicionarse como una solución integral que combina impacto social, ambiental y económico, destacando su enfoque en sostenibilidad, economía circular y desarrollo comunitario.

**Tabla 1***Análisis de productores, consumidores, competencia, oportunidades y retos*

Aspecto	Pequeños productores locales	Consumidores conscientes	Competencia
Características	Enfrentan desafíos como, falta de asociatividad y limitada infraestructura logística. Representan el 78% de los productores en Colombia, y operan en condiciones que dificultan su competitividad.	Consumidores, principalmente en zonas urbanas como Barranquilla, interesados en productos éticos, locales y sostenibles. Tendencia a preferir plataformas que ofrezcan transparencia en el origen de los productos.	Ferias locales, mercados campesinos y plataformas digitales emergentes que conectan productores con consumidores. Supermercados tradicionales que podrían ofrecer productos locales como valor agregado.
Necesidades	Acceso a mercados más amplios y directos. Capacitación en sostenibilidad y prácticas productivas responsables. Infraestructura adecuada para transporte, almacenamiento y venta.	Acceso a productos locales sostenibles. Conveniencia en la compra. Transparencia sobre el origen de los productos.	Innovación en modelos de negocio. Crear valor adicional frente a competidores
Tendencias	Políticas nacionales e internacionales (ODS 9 y 12) respaldan iniciativas que promuevan la sostenibilidad.	Crecimiento del mercado de productos ecológicos, orgánicos y locales en Colombia. Aumento del interés en la economía circular y en reducir el impacto ambiental del consumo.	Competidores integrando conceptos de sostenibilidad.
Oportunidades	Existe una creciente demanda de productos sostenibles y locales. El interés por apoyar economías locales está en aumento, especialmente entre consumidores jóvenes y educados.	Crear conciencia sobre los beneficios de consumir local a través de campañas educativas. Ofrecer una experiencia de compra innovadora que combine sostenibilidad con conveniencia.	Diferenciación mediante modelo integral que combina sostenibilidad y desarrollo comunitario.
Retos	Infraestructura inicial limitada. Alta intermediación.	Cambio de hábitos de consumo en algunos segmentos.	Consolidar una base de consumidores leales.

---

Competencia en precios con productos industrializados.	Sobresalir frente a competidores ya establecidos en el mercado.
--	---

---

*Nota.* La tabla muestra el análisis de productores y consumidores. *Fuente.* Elaboración propia

De acuerdo al análisis de la competencia realizado, aunque existen actores en el mercado con ciertos enfoques similares, Econex Local tiene una propuesta de valor diferenciada que lo posiciona para competir eficazmente, especialmente si logra construir una base sólida de consumidores conscientes y productores comprometidos con la sostenibilidad. Podemos decir que, Econex Local se encuentra en una posición favorable para aprovechar una serie de oportunidades que van desde el apoyo a la economía local, hasta el aprovechamiento de tendencias globales como la sostenibilidad, la economía circular y la digitalización. Si logra alinear sus esfuerzos con las necesidades del mercado, las políticas públicas y las tendencias emergentes, Econex Local tiene el potencial de convertirse en un modelo de negocio innovador y sostenible que impulse el crecimiento de las economías locales, beneficie a los pequeños productores y fomente un consumo responsable.

## **Estrategias de Mercadeo**

Crear contenido de valor sobre sostenibilidad, economía circular y la importancia de apoyar a los pequeños productores locales. Publicar artículos, infografías y videos sobre las ventajas del consumo responsable, el impacto de las compras locales y consejos sobre cómo reducir la huella ambiental.

Utilizar plataformas como Facebook, Instagram y LinkedIn para segmentar anuncios dirigidos a consumidores interesados en productos sostenibles, responsables y de origen ético. Las campañas pueden incluir contenido visual atractivo sobre los beneficios de comprar local y sostenible.

Estar presente en mercados, ferias y eventos locales relacionados con la sostenibilidad y el emprendimiento. Esto ayuda a generar visibilidad y establecer relaciones cercanas con la comunidad.

Implementar encuestas regulares para recopilar opiniones de los consumidores sobre su experiencia de compra, sus preferencias y cómo Econex Local puede mejorar para ofrecer una experiencia aún más valiosa.

## Actividades y Presupuesto del Plan de Mercadeo

**Tabla 2**

*Presupuesto*

Item	Actividad	Total
1	Creación y desarrollo de la plataforma	\$ 15'000'000
2	Creación de contenido de valor	\$ 7'500'000
3	Publicidad digital en plataformas	\$ 5'700'000
4	Presencia en mercados, ferias y eventos locales	\$ 3'500'000
5	Gestión de redes sociales y análisis de rendimiento	\$ 7'000'000
6	Encuestas y análisis de consumidores	\$ 2'400'000
7	Otros gastos operativos	\$ 5'500'000
8	Total estimado mensual	\$ 46'600'000

*Nota.* La tabla muestra el presupuesto del plan de mercadeo del proyecto.

Este presupuesto está diseñado para impulsar las actividades de marketing de Econex Local, con un enfoque en sostenibilidad, productos responsables y el fortalecimiento de la comunidad. El presupuesto es flexible y puede ajustarse según el progreso y los resultados obtenidos. El marketing digital y la presencia en eventos son clave para generar visibilidad y establecer relaciones con la comunidad, mientras que la recopilación de datos de consumidores permitirá mejorar continuamente la experiencia de compra y fortalecer las relaciones a largo plazo.

## **Proyecciones Operativas**

Para Econex Local, las proyecciones operativas y financieras están ser definidas de manera integral para garantizar el éxito del proyecto a largo plazo, tomando en cuenta tanto los ingresos como los gastos asociados a las actividades y los impactos sociales y ambientales.

## **Estrategias de Marketing y Visibilidad**

### ***Corto Plazo***

En los primeros seis meses, el objetivo será establecer presencia digital mediante campañas en redes sociales, participación en eventos locales y creación de contenido de valor sobre sostenibilidad.

### ***Mediano Plazo***

Expandir la presencia en el mercado local, incrementar la interacción en plataformas como Instagram, Facebook y LinkedIn, y establecer alianzas con tiendas físicas y otros emprendedores locales.

### ***Largo Plazo***

Convertirse en un referente en la comunidad local y en el sector de productos sostenibles. Esto implicaría expandir la red de productores locales y aumentar el número de consumidores conscientes.

## **Gestión de Relaciones con Productores**

### ***Corto Plazo***

Crear una red básica de pequeños productores locales y establecer acuerdos de colaboración con aquellos que ya estén comprometidos con la sostenibilidad.

***Mediano Plazo***

Formalizar alianzas a través de contratos y acuerdos de cooperación con una mayor cantidad de productores, incentivando su integración a una cadena de valor sostenible.

***Largo Plazo***

Promover el fortalecimiento de estas asociaciones mediante capacitación continua y apoyo logístico.

**Expansión de Infraestructura*****Corto Plazo***

Empezar con la construcción de la plataforma en línea y las primeras acciones en ferias y mercados locales.

***Mediano Plazo***

Evaluar la viabilidad de abrir puntos de venta físicos o establecer un sistema de distribución más eficiente para los productos.

***Largo Plazo***

Invertir en infraestructura logística más robusta para apoyar a los productores y mejorar el acceso de los consumidores a los productos.

***Capacidad de Servicio***

Estimación de 50 transacciones diarias.

***Recursos Requeridos***

Personal: 5-8 empleados, infraestructura, y tecnología.

***Tiempo de Producción***

24-48 horas para procesar pedidos.

## **Proyecciones Financieras**

### ***Corto Plazo***

Se espera generar ingresos principalmente a través de la venta de productos sostenibles en mercados locales y por medio de ventas online. Un crecimiento del 10-15% mensual en la captación de consumidores sería ideal en este período.

### ***Mediano Plazo***

La diversificación de productos y la expansión de la red de consumidores generarán ingresos adicionales. Se prevé un crecimiento anual de 25-35% en las ventas.

### ***Largo Plazo***

La consolidación del modelo de negocio puede generar un incremento de hasta 50% anual en los ingresos, especialmente si se amplía la cobertura geográfica y se incrementan las alianzas con productores.

## **Costos**

### ***Corto Plazo***

Los principales costos incluyen la creación de contenido digital, las campañas publicitarias y la participación en eventos. Además, se deben prever los costos iniciales de diseño y desarrollo de la plataforma online.

### ***Mediano Plazo***

Los costos aumentarán debido a la expansión en la red de productores, la contratación de personal de ventas y marketing, y el incremento en las inversiones en logística.

### ***Largo Plazo***

A medida que el proyecto crece, los costos operativos se incrementarán, pero esto será compensado por la escala de operaciones y mayores márgenes.

## **Rentabilidad**

### ***Corto Plazo***

Durante los primeros 6-12 meses, las expectativas de rentabilidad pueden ser bajas debido a la inversión inicial en marketing, tecnología y establecimiento de relaciones con productores.

### ***Mediano Plazo***

Se espera que la rentabilidad comience a mejorar después del primer año, con un margen de beneficio bruto que podría estar en el rango del 15-20% si se mantiene un control adecuado de los costos.

### ***Largo Plazo***

Con la consolidación del modelo de negocio y la expansión de las operaciones, el margen de beneficio neto podría llegar al 25-30%.

### **Proyecciones de Ingresos**

Comisiones por venta: Suponiendo ventas de \$200,000,000 COP en el primer año, con una comisión del 10%, los ingresos serían \$20,000,000 COP.

Suscripciones Premium: Si hay 20 suscriptores a \$800,000 COP/año, ingresos de \$16,000,000 COP.

Publicidad: Ingresos estimados de \$5,000,000 COP.

Total, anual proyectado de ingresos: \$41,000,000 COP.

### **Valor Total de la Inversión**

Costos iniciales: \$15,000,000 COP (plataforma) + \$12,000,000 COP (marketing) + 3,000,000 COP (otros costos operativos) = \$30,000,000 COP.

Costos operativos primer año: Aproximadamente \$246,000,000 COP.

Valor total de la inversión: \$271,000,000 COP.

## **Fuentes de Financiamiento**

Aportes Personales: Capital inicial de los fundadores.

Subvenciones: Búsqueda de apoyos gubernamentales o de ONG en proyectos sostenibles.

Crowdfunding: Utilización de plataformas como Kickstarter o Indiegogo.

Préstamos para pequeñas empresas: Obtención de financiación de instituciones financieras locales.

## **Proyecciones de Impacto Social y Ambiental**

### ***Corto Plazo***

Sensibilización en la comunidad sobre la importancia de consumir productos locales y sostenibles, con un impacto positivo en la percepción pública y el apoyo a los pequeños productores.

### ***Mediano Plazo***

Generación de empleo local y apoyo a la economía circular, contribuyendo al desarrollo de una red de productores más competitiva y responsable.

### ***Largo Plazo***

Econex Local podría convertirse en un modelo replicable que beneficie a otras comunidades, impactando significativamente en la sostenibilidad ambiental y social a nivel regional.

## **Evaluación Financiera**

La evaluación financiera de Econex Local incluye la estimación de costos, ingresos proyectados, rentabilidad, y tiempo de la recuperación de la inversión.

### ***Inversión Inicial***

Incluye los costos necesarios para arrancar el proyecto, infraestructura tecnológica, marketing y operaciones.

### **Tabla 3**

#### *Inversión inicial*

Concepto	Costo (COP)
Desarrollo de plataforma	\$ 15'000'000
Campañas publicitarias iniciales	\$ 5'000'000
Participación en ferias locales	\$ 3'000'000
Materiales promocionales	\$ 2'000'000
Otros gastos operativos	\$ 5'000'000
<b>Total inversión inicial</b>	<b>\$ 30'000'000</b>

*Nota.* La tabla muestra la inversión inicial del proyecto.

### **Proyecciones de Ingresos**

Basadas en las estrategias de mercado y expansión de red de productores y consumidores.

#### *Primer Año*

Venta de productos sostenibles: 50 pedidos/mes con un ticket promedio de 50,000 COP.

Ingreso estimado anual: 30,000,000 COP.

#### *Segundo Año*

Expansión a 100 pedidos/mes con un ticket promedio de 60,000 COP.

Ingreso estimado anual: 72,000,000 COP.

#### *Tercer Año*

Diversificación de servicios y aumento a 150 pedidos/mes con ticket promedio de 70,000 COP.

Ingreso estimado anual: 126,000,000 COP.

### **Costos Operativos Anuales**

Incluye el mantenimiento de la plataforma, personal, logística y marketing continuo.

**Tabla 4***Costos operativos*

Concepto	Costo anual (COP)
Mantenimiento de plataforma	\$ 6'000'000
Marketing continuo	\$ 7'500'000
Logística y distribución	\$ 15'000'000
Personal administrativo	\$ 12'000'000
Otros costos	\$ 5'000'000
Total costos operativos	\$ 45'500'000

*Nota.* La tabla muestra los costos operativos del proyecto.

**Rentabilidad y Tiempo de Recuperación**

Rentabilidad anual

***Primer Año***

$$30'000'000 - 45'500'000 = - 15'500'000 \text{ (Pérdidas iniciales)}$$

***Segundo Año***

$$78'000'000 - 45'500'000 = 32'500'000 \text{ (Recuperación parcial)}$$

***Tercer Año***

$$126'000'000 - 45'500'000 = 80'500'000 \text{ (Ganancias)}$$

El proyecto recuperará la inversión inicial de 30'000'000 COP al finalizar el segundo año, alcanzado una rentabilidad total al inicio del tercer año.

## Conclusiones

Econex Local se perfila como un proyecto innovador debido a su enfoque en la economía circular, el desarrollo comunitario y la sostenibilidad. Este modelo integra prácticas comerciales con un impacto social y ambiental positivo, diferenciándose de los negocios tradicionales que priorizan únicamente la rentabilidad.

El uso de tecnología para conectar a pequeños productores con consumidores responsables representa un cambio significativo en las cadenas de valor, reduciendo intermediarios y facilitando el acceso a mercados más amplios.

Su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 9 y 12) fortalece su posicionamiento, ya que contribuye a la innovación en infraestructura y la producción y consumo sostenibles, dos pilares clave para el desarrollo a largo plazo.

Competir con grandes cadenas comerciales y plataformas ya establecidas podría ser un reto, aunque el enfoque en la economía circular y la sostenibilidad ofrece una ventaja competitiva.

En general, Econex Local no solo tiene el potencial de ser un modelo de negocio innovador, sino también de convertirse en un referente en la transición hacia economías locales más sostenibles y equitativas. Su enfoque integral y estratégico asegura su viabilidad y crecimiento a largo plazo, beneficiando tanto a las comunidades como al medio ambiente.

## **Recomendaciones**

Para garantizar el éxito de Econex Local, se recomienda fortalecer el enfoque tecnológico mediante una plataforma intuitiva y una aplicación móvil, además de optimizar constantemente los procesos mediante análisis de datos.

Es crucial establecer alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales, ONG y universidades para acceder a recursos y promover investigaciones sobre producción sostenible. Paralelamente, se deben diseñar campañas educativas para consumidores y capacitaciones para productores en áreas como marketing y sostenibilidad.

La logística debe optimizarse mediante soluciones compartidas y tecnologías de geolocalización, mientras se exploran ingresos adicionales como talleres, suscripciones y exportaciones. Es fundamental medir el impacto social, económico y ambiental mediante indicadores claves de desempeño y reportes periódicos que refuercen la transparencia.

Para mantenerse competitivo, Econex Local debe diversificar productos y adaptarse a las tendencias del mercado, reinvertiendo las ganancias iniciales en expansión gradual. Finalmente, una gestión financiera prudente, el análisis de la competencia y el seguimiento del mercado garantizarán la escalabilidad y sostenibilidad del proyecto.

### Referencias Bibliográficas

- Camacho, L. D. (2023). Proyecciones operativas y financieras [Objeto virtual de aprendizaje OVA]. Repositorio Institucional UNAD. Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/55797>
- Camacho Rodríguez, L. D., & Rodríguez Riaño, A. P. (2024). *El perfil emprendedor*. Sello Editorial UNAD. <https://doi.org/10.22490/>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social* (capítulos 1 y 2). Editorial Miguel Ángel Porrúa. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co>
- Departamento de Planeación Nacional. (2023). *Colombia avanza a más del 72% de cumplimiento de los ODS*. Recuperado de [https://www.dnp.gov.co/Prensa\\_/Noticias/Paginas/colombia-avanza-en-mas-del-72-de-cumplimiento-de-los-ods.aspx](https://www.dnp.gov.co/Prensa_/Noticias/Paginas/colombia-avanza-en-mas-del-72-de-cumplimiento-de-los-ods.aspx)
- Galindo, G. (2019). *El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados*. Grado Cero, 1. Recuperado de <https://publicacionescientificas.uces.edu.ar>
- Level Communications, H., Maciá, F., & Santoja, M. (2018). *Marketing en redes sociales*. Difusora Larousse - Anaya Multimedia. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2024). *El 83% de los alimentos que consumen los colombianos son producidos por nuestros campesinos*. Recuperado de <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/El-83-de-los-alimentos-que-consumen-los-colombianos-son-producidos-por-nuestros-campesinos.aspx>

- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2010). *Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible*. Recuperado de [https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/06/polit\\_nal\\_produccion\\_consumo\\_sostenible.pdf](https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/06/polit_nal_produccion_consumo_sostenible.pdf)
- Sánchez de Puerta, P. (2019). *Fundamentos del plan de marketing en marketing*. COMM025PO. IC Editorial. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co>
- Pacheco Coello, C. E. (2021). *Metodología en casos reales de evaluación de proyectos*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co>
- Quaranta, N. (2020). *Planes de negocio*. Editorial Universidad Adventista del Plata. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co>
- Uribe Palacios, V. J. (2021). *Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios*. Editorial Uniagustiniana. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co>