

**DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN: TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE
MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL**

Fase Resultados

Grupo: 11001144:

Tatiana Mancilla Diaz cc 45370424

Javier castro Pájaro cc: 73.145.637

Sandra María Gómez Garcés cc: 435452777

Sarife Paola García Palencia cc 1.102.875.776

Fidelina Ester Causado Coronado cc 32.731.476

Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

Escuela de Ciencias Contables Económicas y de Negocios (ECACEN)

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD

Año: 2016.

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO	2
INTRODUCCION	3
OBJETIVO	4
MODELO DE NEGOCIO DE CANVAS.....	5
RESTRUCTURACION.....	5
PITCH	8
CONCLUSIONES	19
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	20

INTRODUCCION

En el mundo actual la proyección y estructuración de un nuevo proyecto social empresarial, debe de ir enlazado de un amplio y estructurado estudio previo, el cual debe abarcar el mayor número de variables que involucren el montaje de la idea, la difusión del proyecto y la iniciación del mismo, es por ello que el **MODELO DE NEGOCIO DE CANVAS**, se proyecta como una herramienta de gran valor y utilidad para todos aquellos, que su visión va más allá de un simple negocio para obtener ganancias o unos ingresos adicionales si no un proyecto social empresarial, encaminado a solucionar y mitigar necesidades insatisfechas de las comunidades.

Es por esto que para nosotros ha sido de gran aporte esta gran herramienta, segmentado y dividiendo las ideas para organizar de una forma más acorde el direccionamiento de nuestras actividades, en una ciudad como Cartagena en donde a pesar de ser catalogada **PATRIMONIO Histórico de la Humanidad** por todo el contenido, social y cultural que representa y sus grandes murallas, los índices de pobreza a través de los años han superado a las ciudades del interior del país, lo cual ha sido un factor determinante el incremento de las diferentes actividades informales de supervivencia y subsistencia, donde en la mayoría de los casos, dan origen a otras problemáticas sociales, es así como el Moto _ Taxismo, desencadenante de toda historia, influye para la generación de otros patrones sociales de mayor agravante y trascendencia, tales como la inseguridad, violencia, altos índices de accidentalidad, delincuencia, contaminación ambiental.

Una vez dimensionado todo este contexto social, nuestro grupo colaborativo, pretende aportar a la solución de ciudad, mitigando de manera directa toda esta problemática, y siendo parte de la solución.

A largo plazo se pretende que el éxito de este proyecto se fundamente en la satisfacción de las necesidades de la población más vulnerable, a quienes queremos ofrecer este servicio con moto alimentadoras, y así aportar al progreso y desarrollo de esta ciudad, por lo que se hace necesario diseñar métodos útiles, para informar y facilitar la identificación de una oportunidad adicional para que nuestro proyecto empresarial logre lo objetivos planteados.

OBJETIVO

Dimensionar el Proyecto Moto Alimentadoras: Rapi Moto, a través de la estructuración del **MODELO DE NEGOCIO DE CANVAS**, con miras a la consecución de los objetivos propuestos en la proyección del Proyecto Social, con la finalidad de ser parte de la solución, para la ciudad de Cartagena, y de esta forma mitigar el nefatos impacto ambiental y social ocasionad por la moto – taxismo y la informalidad en la ciudad.

MODELO DE NEGOCIO DE CANVAS

RESTRUCTURACION

La reestructuración del **MODELO DE NEGOCIO DE CANVAS** para este proyecto social tiene como fin dimensionar y direccionar las estrategias más acordes para la segmentación del mercado a satisfacer, actuales y potenciales de nuestros futuros clientes para crear un servicio acorde, y de esta forma. Lograr fidelizar, consolidar, enamorar y sostener a nuestros clientes, para lograr los objetivos propuestos y lograr que los proyectos sociales, sea una solución, sea apetecido, y logre sostenerse en el tiempo, ganado día a día confianza, del mercado a satisfacer, y ganar espacio a la competencia.

Para lo cual a continuación presento el rediseño:

Colaboradores Clave			
PROVEEDORES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	SEGMENTO DE CLIENTES
<p>Inicialmente, encontraremos, los bancos que nos financiarían para la iniciación del Proyecto Social.</p> <p>También inmobiliarias, que nos prestaran el servicio, de arrendamiento en la sede para la creación de la empresa.</p> <p>También nos apoyaremos en empresas de servicios de tanqueo, y conversión de gas vehicular de las moto -carros.</p> <p>También realizaremos contratos con empresas o fábricas, de uniformes empresariales,</p> <p>También realizaremos contratos con Almacenes y grandes cadenas de supermercados, para comprar utensilios de aseo.</p> <p>Se buscarán papelerías para adquirir a buen precio los insumos para la parte administrativas de la empresa, como resmas de papel, lapiceros, tinta para impresoras, insumos de tecnología</p>	<p>Nuestra Sede Física requiere de actividades sociales y culturales que informen a la comunidad del proyecto social empresaria a través de actividades informativas.</p> <p>Préstamo de inicio de Proyecto Adquisición o arrendamiento de la Sede</p> <p>Promoción y divulgación través de publicidad en redes o página web de la creación del proyecto social</p>	<p>Ofrecemos ser parte de la solución y no del problema, mejorando la calidad de vida de los cartageneros, cambiando la informalidad por la formalidad y la legalidad a través de un servicio de transporte, seguro, confiable, cómodo y asequible a las necesidades de los clientes potenciales.</p> <p>Los atributos de nuestra propuesta de valor son: Creamos conciencia ciudadana. Resolvemos las necesidades de empleo de los cartageneros en forma directa.</p> <p>Conocemos que nuestra propuesta de valor es de gran aceptación social, debido a que en la actualidad no existe una empresa de transporte que garantice el Plus de nuestro servicio de transporte: Comodidad, seguridad y confort a bajo costo.</p> <p>Conocemos que es una propuesta de gran aceptación social. Debido a que en la actualidad no existe una empresa de transporte que garantice el valor agregado y el Plus de nuestro nuevo sistema de transporte. "Comodidad y eficiencia a un bajo costo".</p>	<p>Clases populares de la Ciudad de Cartagena de Estratos 1 y 2 así niños: de 5 a 10 años, jóvenes de 10 a 17 años. Personas adultas de 18 a 60 años.</p>
Realizaremos convenios con las empresas que apoyan el emprendimiento social, como SENA, Corporaciones de Ahorro, Eps, y otras empresas de transporte del sector			
COSTOS	INGRESOS		
<p>Costos Principales:</p> <p>Adquisición Moto Carros Total, Moto carros 7 \$ c/u 7000.000</p> <p>Arrendamiento: \$ 1500.000 Servicios Públicos: \$ 450.000</p>	<p>Fuentes de Ingresos Aportes de los socios: \$ 12500.000 Crédito: \$ 70.000.000 Ingresos Operacionales: 10 moto Carros a 10 Horas laborales, movilizandoo 312 pasajeros por día, total mes * moto carros: \$ 1040.000* 10 motocarros \$14000.000mensual * 12 = \$168.000.000</p>		



PROPUESTA DEL VALOR:

Es un proyecto Innovador.

No hay competencia directa.

El servicio es ofrecido a la población +

Vulnerable en zonas donde no se cubre el transporte público.

El valor es asequible al bolsillo del usuario.

La disponibilidad en cuanto a horarios es óptima.



CANALES:

Se utilizará la herramienta digital como el internet en las principales redes sociales como estrategia de Marketing.

Por medio de estas redes se darán a conocer las rutas que cubrirá el servicio.



FUENTE DE INGRESOS:

Se da inicio al proyecto en sus gastos iniciales con los aportes de los socios principales.

Posteriormente los ingresos se esperan percibir del valor del servicio que se estima en la suma de \$1.500 por persona y recorrido.



RELACION CON LOS CLIENTES

El objetivo principal de este proyecto es minimizar una problemática social y nuestra relación se debe fortalecer en la prestación de un servicio que cubra en un alto porcentaje la satisfacción del cliente.



ACTIVIDADES CLAVE:

Promociones en días festivos y en determinados horarios.

Campañas educativas con personal entregando detalles a usuarios.

Se prestará un servicio de transporte urbano a nivel de zonas vulnerables como apoyo al transporte local

PITCH



LA PROBLEMÁTICA

"El Moto taxismo":

se incrementa en España

Se inicia como un transporte de recorridos cortos a cambio de dinero similar a un taxi, los cuales iniciaron en Europa, exactamente en la ciudad de Londres eran motos grandes y lujosas, que disponían de gran capacidad de carga, posteriormente

En Colombia dan como resultado:

Competencia desleal, inseguridad, informalidad, altos índices de accidentalidad, aumento del tráfico vehicular. Contaminación ambiental

Se estima un promedio de 200,000 motociclistas que prestan este servicio ilegal y día a día van en



MOTO ALIMENTADORAS: RAPI MOTO PROYECTO SOCIAL

La empresa:

Nace como un proyecto colaborativo grupal, direccionada en dar solución, a la gran problemáticas ocasionada durante muchos años por el Moto - taxismo ilegal, en la Ciudad de Cartagena de Indias, y se pretende consolidar como una empresa de transporte publico, a través de moto carros, que beneficiara a los pobladores mas vulnerables, hará su aporte sirviendo de alimentadora del servicio de transporte Masivo, mitigando el impacto negativo del servicio ineficiente actual, disminuyenbdo la informalidad y el desempleo existente

MOTO ALIMENTADORAS: RAPI MOTO



Nuestro compromiso será cumplir con la promesa de la empresa, comportándonos

- como líderes y guiando todas nuestras acciones de acuerdo a nuestros valores corporativos, para hacer realidad la visión en nuestro trabajo diario, con niveles de calidad y servicios adecuado



MOTO ALIMENTADORAS: RAPI MOTO



Nuestro compromiso será cumplir con la promesa de la empresa, comportándonos

- como líderes y guiando todas nuestras acciones de acuerdo a nuestros valores corporativos, para hacer realidad la visión en nuestro trabajo diario, con niveles de calidad y servicios adecuado



Ofrecer la mejor calidad en cuanto al servicio de transporte en moto, brindando agilidad, buena atención y anteponiendo un nivel de satisfacción que motiva la participación del usuario o cliente con nuestra empresa.

NUESTRO VALOR AGREGADO



- Ofrecer a los nuestros colaboradores, la ventaja de mejorar la calidad de vida personal y familiar, cambiando la informalidad por la formalidad.
- A nuestros proveedores la garantía de una empresa legalmente constituida
- A nuestros clientes usuarios ofrecer un servicio de transporte cómodo, seguro y confiable
- Contribuir a la ciudad de Cartagena de forma positiva, con el cuidado y conservación, del medio ambiente a través de estrategias de conservación ambiental, utilizando la tecnología digital y la Redes sociales para promulgar difundir y promover el Marketing Verde.
- Prestar un servicio de transporte económicamente sostenible con moto carros a gas.

EL MERCADO Y LA COMPETENCIA



EL MERCADO

- Esta compuesto por el ciudadano de api cartagenero común, comprendido entre los estrados 1 y 2 de esta ciudad y abarca a niños, en edad escolar, jóvenes, adolescente y universitarios en general así como, ubicados en la Avenida Pedro de Heredia y Pedro Romero, inicialmente

LA COMPETENCIA

No existe competencia actual para este modelo empresarial: ya que ofreceremos un servicio nuevo inclusivo socialmente, consciente y consecuente con la necesidad y los requerimiento de nuestro mercado actual, frente a la inoperancia efectiva del transporte publico actual.

Poseemos un **Valor Agregado:**

diferenciador: Buen servicio con seguridad y Confort a bajo costo. Nuestro lema:

"VIAJA SEGURO VIAJA CO RAPI- MOTO"



NUESTROS RECURSOS

HUMANOS:

Los integrantes del grupo participantes, cuyas fortalezas y capacidades personales y formativas están encaminadas al compromiso total con este proyecto social, donando su tiempo libre para aportar ideas y soluciones de mejoramiento

- Tecnológicos: Herramientas digitales, existentes
- Pagina web:
- Correo electrónico redes sociales
- Equipos de computo y de oficina a adquirir para la iniciación del proyecto social



INGRESOS

Aportes

PARTICIPANTE	APORTE
Javier Castro	\$ 2.500.000
Fidelina Ester Causado	\$ 2.500.000
Sarife Paola	\$ 2.500.000
Tatiana Mancilla	\$ 2.500.000
Sandra María Gómez	\$ 2.500.000
TOTAL PARCIAL	\$ 12.500.000
CREDITO ENTIDAD FINANCIERA	\$ 70.000.000
TOTAL	\$ 82.500.000

Crédito entidad financiera

- Valor: \$ 70,000,000
- Moto carros a adquirir 7
- Valor unitario \$ 7000,000

CONCLUSIONES

Al revisar y reestructurar el Modelo de Negocio de Canvas, me permito enfatizar y analizar aspectos de gran importancia para la creación de nuestro proyecto Social Moto Alimentadoras Rapi Moto para Cartagena, los cuales nos permitirán de una forma más acorde, estructurada y organizada identificar y reevaluar, puntos muy importantes que nos van a dirigir para que nuestra propuesta tenga una orientación centrada en la satisfacción de las necesidades de las comunidades, pero a la vez, sin dejar a un lado los factores que pueden ser de gran importancia para que este proyecto tenga viabilidad y pueda desarrollarse para el beneficio y el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

Tales aspectos vitales han de ser todos los referentes a la normatividad, para la consecución de una empresa, los requisitos y requerimientos de ley, y normas encaminadas a la conservación del medio ambiente que hacen parte de un proyecto sustentable y sostenible en el tiempo.

Los ingresos que disponer para iniciar un proyecto, así como los recursos tanto humanos, como físicos y tecnológicos y las competencias, conocimientos y habilidades a la hora de realizar negociaciones exitosas y beneficiosas, que sean utilizadas de la forma más acorde a la hora de realizar un Pitch o lanzamiento del proyecto empresarial o social con miras encontrar inversionistas convencidos de apostar a nuestra propuesta de valor social.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BIBLIOTECA VIRTUAL UNAD. (10 de octubre de 2004). <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>.

D, P., & Emprender), (. A. (2010). <http://galeon.com/analidia19/libro.pdf>Págs. 21-36. Obtenido de <http://galeon.com/analidia19/libro.pdf>Págs. 21-36: <http://galeon.com/analidia19/libro.pdf>Págs. 21-36

Gonzalez, F. (2012). *Concweptos Sobre Innovacion*. Obtenido de http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf Pag 2-24.

Idea, C. B. (2011). Manual de Creatividad Empresarial. *Crear Bussines Idea*, 7- 10 y 33- 43.

Youtube. (2014). Colombia Joven: Innovacion Social. Bogota, Cundinamarca, Colombia.