

“FRUTAS Y VERDURAS DE LA REGION”

FASE 7 EVALUACION FINAL



Realizado por

Carmen Ofelia Delgado

Carmen Yuliana Agudelo

Hernán Darío Gallego

Ramon Rivera Yeison

Docente

KAREN VICTORIA ARTEAGA

Grupo 110011_11

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Mayo 2019

Contenido

Contenido	ii
Tabla de ilustraciones	iv
Introducción	v
Objetivo General	vi
Objetivos Específicos	vi
Fase 1: problemáticas sociales en la región	vii
Fase2: Selección problemática social	xii
Resultados de la Votación.....	xii
Justificación de la problemática seleccionada.....	xii
Problemática Social.....	xiii
Caracterización de la Región.....	xv
Estadísticas de desempleo.....	xvi
Fase 3: Matriz de evaluación de ideas de proyecto con las características de cada criterio por idea de proyecto	xvii
Fase: 4 Metodología design thinkig Objetivo general	xxiv
Pasos para desarrollar la Técnica.....	xxvi
Etapa Design Thinking No. 2 –Define.....	xxix
2.1 – Técnica - Customer journey.....	xxx
Etapa Design Thinking No. 3 -Idea.....	xxxiii
Etapa Design Thinking No. 4 –Prototipo.....	xxxv
Fase 5 Definición estrategias de mercadeo	xxxvii
Atributos y beneficios de los productos a ofrecer.....	xxxvii
Grupo objetivo.....	xl
Segmentación.....	xl
Competencia.....	xli
Aliados clave.....	xlii
Propuesta de estrategias de mercadeo:.....	xliv
Fase 6: Programa de marketing digital	lii

Objetivos del programa	lii
Marca y slogan:	liii
Enlace WIX:.....	liii
Pantallazo de la página diseñada:	liv
Vínculos a redes sociales para promocionar:	liv
<i>Vínculo del video (cada fase del proyecto):</i>	<i>lvi</i>
<i>Vínculo del video de sustentación final del proyecto de emprendimiento social en</i>	<i>lvi</i>
Conclusiones.....	lvii
Bibliografía.....	lviii

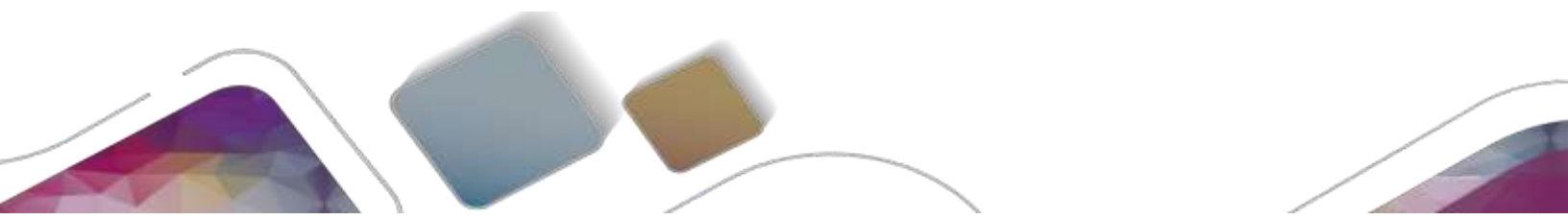
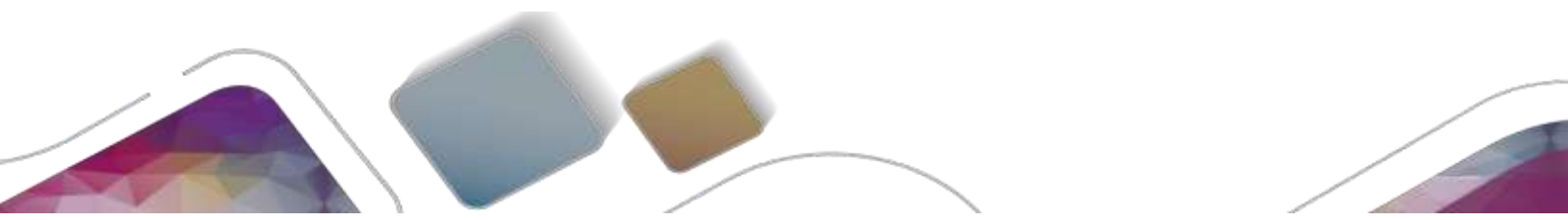


Tabla de ilustraciones

<i>Ilustración 1</i> Etapa Empatizar y la técnica Grupos de discusión o "Focus Group"	xxiv
<i>Ilustración 2</i> Técnica - Customer journey.....	xxx
<i>Ilustración 3</i> Variedad de frutas.....	xxxi
<i>Ilustración 4</i> Beneficios de las frutas	xxxi
<i>Ilustración 5</i> Cadena de distribución	xxxii
<i>Ilustración 6</i> Buen peso y energía	xxxii
<i>Ilustración 7</i> Mapa mental.....	xxxiii
<i>Ilustración 8</i> Prototipar.....	xxxvi
<i>Ilustración 9</i> Frutas y verduras de la región.....	xxxvii
<i>Ilustración 10</i> Beneficios de frutas y verduras	xxxviii
<i>Ilustración 11</i> Marca.....	lii
<i>Ilustración 12</i> Slogan.....	lii
<i>Ilustración 13</i> Pantallazos página Wix.....	liv



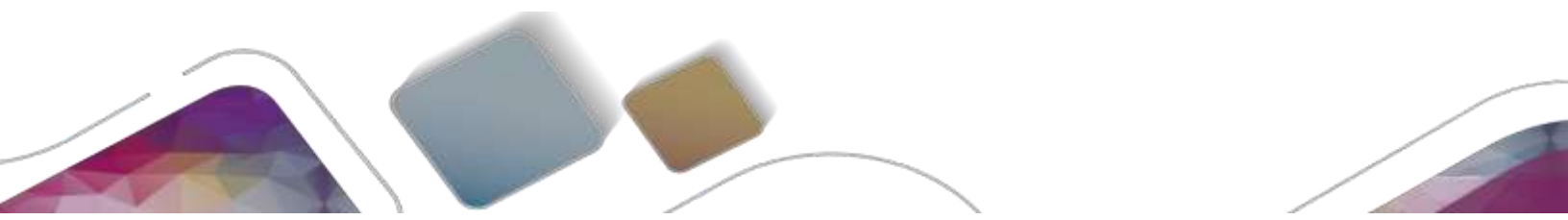
Introducción

En el presente trabajo relacionamos el paso a paso de la consolidación de las fases construidas del Proyecto de emprendimiento social, donde se realizó un estudio del barrio san Javier en la comuna 13 de Medellín en el que se eligió la construcción de una granja social para contribuir a minimizar el desempleo y la pobreza y así contribuir a mejorar los ingresos de algunos de los habitantes de esta zona.

Las fases descritas para el cumplimiento del diplomado son: fase 1- Diagnostico de la situación actual social, fase 2- Definición de la problemática social, fase 3- identificación y acciones de innovación social, fase 4- modelo de negocio Disign Thinking, Fase 5- definición de estrategias de mercadeo y fase 6- programa de Marketing digital. Con este proyecto, buscamos impactar los altos índices de desempleo de esta comuna, los cuales afectan y dan lugar a otras realidades sociales como la delincuencia, la desnutrición entre otros.

En este sentido, nuestros productos tienen un gran factor a favor y es que son alimentos y nutrientes importantes en la dieta del ser humano y otro aspecto igual de importante: los procesos de abono 100% naturales por lo tanto los productos son de excelente calidad.

Es de reconocer que estos dos últimos factores han tomado gran valor en los últimos años, al punto que son exigencias para enviar productos al exterior.

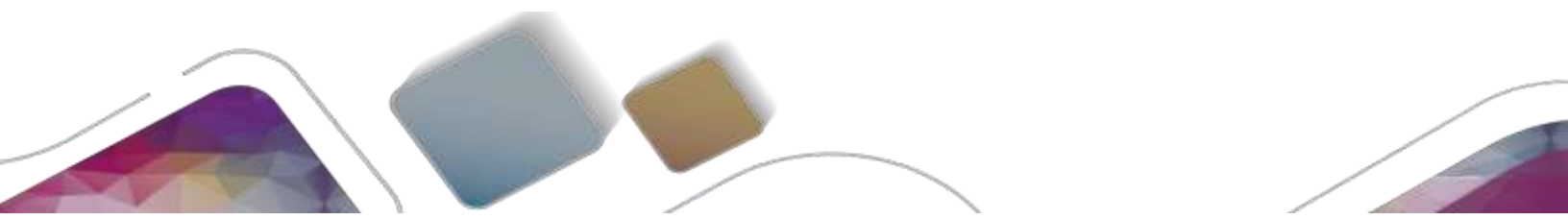


Objetivo General

Formular acciones de mercadeo para el proyecto de emprendimiento social “FRUTAS Y VERDURAS DE LA REGION” aplicando un programa de marketing Digital donde se impacte la problemática social del desempleo en el barrio san Javier de la comuna 13 en Medellín.

Objetivos Específicos

- ✚ Identificar las oportunidades de mejora que tiene la idea de negocio y planear los lineamientos del marketing de productos y servicios.
- ✚ Reconocer los competidores pero sobre todo las alianzas estratégicas que se pueden realizar para obtener mejores resultados y consolidar el proyecto
- ✚ Identificar y caracterizar los consumidores que aceptarían y tienen la capacidad de compra de los productos para así definir estrategias de mercadeo
- ✚ Contribuir a disminuir la pobreza, generando trabajo en la zona estudiada

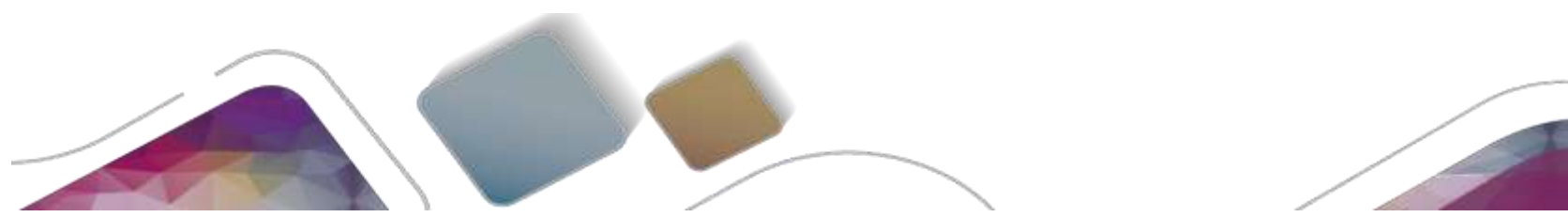


Fase 1: problemáticas sociales en la región

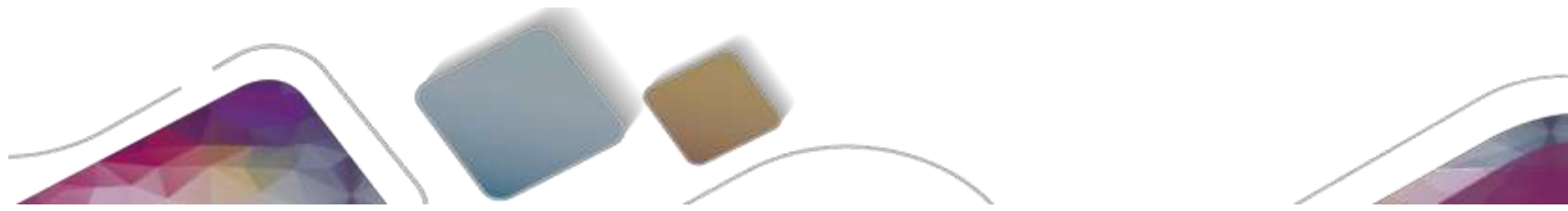
Tabla 1 Fase 1: Cuadro de aportes problemáticas sociales en las regiones (fase 1)

Estudiante	Región	Necesidades de la población	Grupos más afectados	Nivel de impacto	Posibles alternativas de solución
1- Carmen Yuliana Agudelo Ruiz	Medellín, Antioquia. Comuna 13	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad • Educación • Calidad de vida y cantidad de ingresos • Empleo 	<ul style="list-style-type: none"> • La población entre los 10 y 17 años • La población infantil • Las poblaciones que habitan en estos contextos sociales más vulnerables • La comunidad en general por la cantidad de competencia laboral 	<ul style="list-style-type: none"> • El nivel de impacto es alto pues en algunas zonas de estos barrios de la periferia la fuerza pública no es quien regula ni controla la población civil • Afectados: más de 40.000 • Tiempo afectación: más de 20 años 	<ul style="list-style-type: none"> • Para: • La inseguridad: más presencia de la fuerza pública, pero con acciones • La educación: más iniciativas de participación por parte de los entes gubernamentales, charlas de concientización con padres y adultos responsables. • La calidad de vida: más oportunidades laborales y sobre todo

					<p>sensibilizar a los habitantes de estas comunidades sobre la importancia de la búsqueda de empleo y las oportunidades de vida.</p> <ul style="list-style-type: none">• Realizar intervenciones donde se pueda concienciar sobre la importancia de prevenir y fortalecer la convivencia y con ello limitar cada vez más el aislamiento social, las carencias afectivas, la inestabilidad emocional y los continuos actos de intolerancia que solo generan violencia en estas poblaciones más vulnerables.
--	--	--	--	--	--

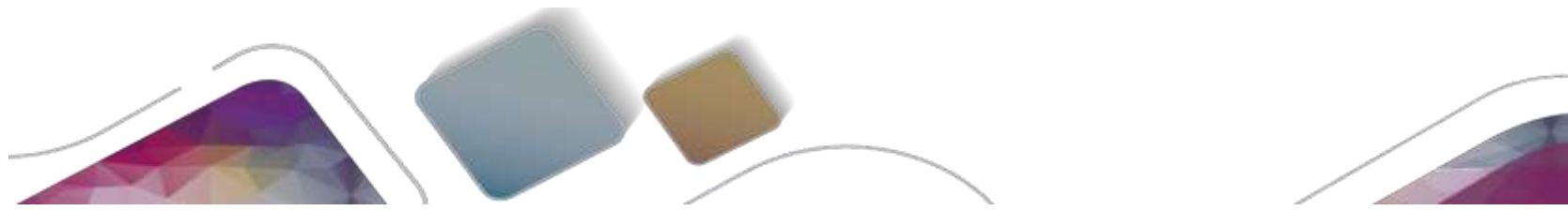


<p>2- Carmen Delgado Ordoñez</p>	<p>Municipio de Villagarzón</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de fuentes de trabajo. • Falta de buena alimentación • Falta de atención médica • Viviendas precarias 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad desplazada (niños y adultos) • Mujeres embarazadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas sensibles a las consecuencias de los desastres naturales y como los afectados por conflictos armados pasan a ser vulnerables, El nivel de impacto es muy notorio en los barrios más alejados del municipio • Red nacional de información 1 de enero 2019: Total municipio 25.193 =100%. • Tiempo: más de 10 años 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a las personas para mejorar la productividad, para que sean gestores de su propio desarrollo. Cursos de: Modistería, Manualidades, manicure, culinaria, decoración para fiestas (bautizo, comunión, grados día de la madre etc.), mecánica entre otros. • Socializar programas del gobierno de ayudas humanitarias. • Deberes y derechos en cuanto a salud, educación. • Charlas de motivación, recreación y convivencia pacífica.
----------------------------------	---------------------------------	--	---	---	---



<p>3-Claudia Verónica Marín</p>	<p>Vereda el Cinco, municipio de Vegachí</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo bien remunerado • Oportunidades de estudio • Seguridad • Vías de acceso transitables 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de oportunidades para estudiar afectamente principalmente a los jóvenes entre los 16 y 25 años. • Lo demás afecta a toda la población. 	<ul style="list-style-type: none"> • Afecta en gran medida la población 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar diversos proyectos con el acompañamiento de diferentes entidades como por ejemplo la alcaldía del municipio, gobernación, entre otros.
<p>4. Hernan Dario Gallego</p>	<p>Municipio de Rionegro – Antioquia</p>	<p>. Falta y acompañamiento de sus padres</p> <p>. El sistema judicial es muy poco disuasivo</p>	<p>. La población juvenil</p> <p>. comunidad en general</p> <p>. comerciantes</p>	<p>. El mayor impacto es la falta de policial y militar, la implementación de programas de vigilancia por medio de cámaras</p>	<p>. Implementa programas de conocimientos en drogas</p> <p>. Ayudar a la comunidad desplazada en programas de gobierno</p> <p>. Más presencia policía en barrios y lugares de</p>

		<p>. Pocas oportunidades de trabajo</p>		<p>de seguridad. Asimismo, se requiere el mejoramiento de centros de control y de vigilancia, el fortalecimiento del Plan Colegios.</p>	<p>expendido de drogas . Ayudar a las personas más necesitadas con alimentos y ropas que no utilicemos.</p>
--	--	---	--	---	--



Fase 2: Selección problemática social

Resultados de la Votación

El grupo 110011_11, selecciono como problemática social más relevante el aporte No. 1 relacionado con calidad de vida (desempleo).

Justificación de la problemática seleccionada

Estar desempleado suele relacionarse a una condición negativa. Pues a pesar del tiempo libre, la falta de ingresos y las constantes necesidades de cubrir aspectos básicos pueden llegar a afectar el comportamiento de formas inadvertidas.

Esta problemática social es una de las que más genera preocupación en la sociedad actual. Las personas desempleadas o aquellas que no tienen ocupación, deben enfrentarse a situaciones difíciles por no tener ingresos con los cuales sostenerse a sí mismos y a sus familias. Cuando el número de personas desempleadas crece por arriba de lo deseable por la sociedad, en el mercado se generan amenazas sobre la economía, indicando que se encuentra mal encaminada. Conceptualmente, el desempleo se define como la situación en que se encuentra una persona en edad de trabajar y no tiene empleo.

La presente investigación justifica porque se pretende conocer a partir de la comprensión de conceptos como innovación, emprendimiento social y su interrelación en un marco de sostenibilidad e impacto social, como las diferentes dinámicas nacionales y vivenciales en los barrios de la comuna 13 de la ciudad de Medellín, están impactando e incrementando las tasas de desempleo en la ciudad y como a su vez esta realidad se relaciona con otras situaciones de esta

localidad que en su mayoría pertenecen a estratos 1, 2, donde las oportunidades y calidad de vida no es la mejor.

Problemática Social:

El desempleo en nuestro país es uno de los problemas que más genera preocupación en la sociedad actual, debido a esta situación muchas personas deben acudir a diferentes formas de subsistir, hasta llegar al punto de tomar decisiones erradas como entrar a formar parte de la delincuencia social. Las personas desempleadas o aquellas que no tienen un empleo digno u ocupación, deben enfrentarse a situaciones difíciles por no tener ingresos con los cuales sostenerse a sí mismos y a sus familias.

Como manifiesta Torres L (2014). “En Colombia sobrevaloramos el talento joven y las habilidades de la modernidad que estos han adquirido. Debido a ello, descuidamos un poco el tema de la experiencia y del recorrido por la vida, lo que hace más difícil para las personas mayores obtener un empleo en el país”

Además, actualmente se presenta otro flagelo social y es que las personas mayores deberían tener igualdad de condiciones laborales, pero por su edad solo son empleados en algunos cargos básicos informales que no les proporcionan estabilidad ni calidad de vida económica. Como lo menciona un estudio del Externado, unos 9.000 adultos mayores, es decir, hombres y mujeres mayores de 60 años, han buscado trabajo en el último año, en especial en labores informales en las que la edad no sea un impedimento.

Nos preguntamos entonces ¿Por qué les es difícil conseguir empleo? Apunta Bruna B (2016) que “Lo más frecuente podría ser asimilar la edad con la pérdida de capacidades físicas y

mentales, cuando realmente en la mayoría de los casos se lleva acumulada a esta edad una experiencia invaluable para cualquier compañía” (p 32).

En la comuna 13 de Medellín barrio san Javier no solo viven adultos, por el contrario, la población joven residente es numerosa y se podría decir que el desempleo también se enfoca principalmente en este grupo poblacional, pues desde los entes gubernamentales, las empresas y la economía en general se tiene la vaga idea de que sin experiencia no se puede brindar un empleo, pero si no se da la oportunidad ¿cómo estos jóvenes podrán empezar a construir esa experiencia? Adicional a lo anterior otra problemática de la falta de empleo la sufren directamente las mujeres pues muchas de las habitantes de esta comunidad son madres cabeza de hogar, con o sin estudios, pero con algunas restricciones de tiempo y que por su condición femenina demoran más que los hombres en conseguir un empleo digno.

Entorno a la problemática nos hemos enfocado en este barrio de la ciudad de Medellín, el cual presenta grandes problemas sociales dentro de ellos tenemos: pobreza, violencia, desplazamiento, violación de derechos humanos, problemas ambientales, desempleo entre otras; que afectan de manera significativa a sus habitantes, que de por si son personas de escasos recursos económicos y donde su nivel socioeconómico según la alcaldía de Medellín no pasa de estrato 3 para algunas viviendas puntuales, pero en su gran mayoría son estratos 1 y 2 con viviendas en periferias.

Caracterización de la Región:

Las Variables a analizar y a caracterizar en la región de Antioquia – Medellín, son las siguientes:

- Ubicación: Medellín – Antioquia,
- Barrio: San Javier - Comuna 13.
- Extensión: 74.2 Km².
- Población: 134.472 habitantes.

Rango de edad	N.º de habitantes	% Porcentaje
0 - 14	30.781	22.8
15 - 39	56.655	42.1
40 - 64	37.082	27.5
65 y más	9.954	7.4
Total	134,472	100.0

Estadísticas de desempleo.

Según el DANE (2019) ``las estadísticas de desempleo en el país se ubicaron en el 9.7%``(p. 1) lo cual es preocupante ya que según Portafolio.co el promedio de desempleo en América Latina fue de 8.8% en el año 2018 y para la OIT es algo muy preocupante, pues este promedio ha subido en los últimos 3 años (Portafolio.co 2019, p. 1). Esto indica que nuestro país tiene grandes problemas económicos al encontrarse por encima de los promedios de desocupación en América Latina.

Los departamentos más afectados por esta situación son el Quindío (13,5%), Norte de Santander (12,4%), Medellín (11,7 %), y Meta (12,2%) mientras que los departamentos con menor porcentaje de desempleo fueron Bolívar, la Guajira y Santander, (RCNradio.co 2019) lo cual a nuestro parecer es curioso debido a los problemas de desnutrición que afectan a algunos habitantes de la Guajira. Aunque se debe aclarar que esta tasa de desempleo se toma teniendo en cuenta de la población que se encuentra en edad de trabajar y que a su vez quiere hacerlo (Población Económicamente Activa) pero no puede porque no ha encontrado la oportunidad.

Fase 3: Matriz de evaluación de ideas de proyecto con las características de cada criterio por idea de proyecto

Tabla 2 Matriz de evaluación de ideas de proyecto con las características de cada criterio por idea de proyecto

Proyecto	Pertinencia	Factor productivo	Innovación	Mercado
<p>1- Yuliana Agudelo</p> <p>Creación de una granja social, que permita destinar alguno de los espacios verdes que tiene esta comuna y que pertenecen a la misma comunidad para ser utilizada en la creación y consolidación de un sembrado comunitario que con apoyo de la alcaldía se pueda iniciar, se reciba capacitación por medio del sena y demás instituciones y así consolidar el proyecto que se puede ir ampliando con estrategias del cuidado del medio ambiente con los</p>	<p>Creo que es un proyecto muy pertinente pues no solo se recibe apoyo de la administración municipal sino que también tiene la posibilidad de ser desempeñado por hombres mujeres y niños, la comunidad participa directamente en el cuidado y siembra, además los recursos no son demasiado altos aunque se debe tener</p>	<p>El factor productivo inicial lo proporcionaría el municipio junto con los materiales locativos, posteriormente la misma comunidad se debe hacer responsable de estos elementos para la producción</p>	<p>Es una idea innovadora toda vez que puede ser realizada por cualquier persona, queda ubicada en la misma zona de influencia, disminuyendo costos de transporte, además permite a la comunidad participante ser dueña, productora y consumidora a la vez del producto</p>	<p>El mercado objetivo será la misma comunidad, las tiendas del barrio, supermercados, y posteriormente se podría abrir a otras zonas y mercados objetivos que empiecen a identificar la calidad de los productos y así mismo deseen apoyar la iniciativa de la granja comunitaria.</p>

<p>mismos desechos que generarían estos alimentos-</p>	<p>presente que no es un producto que saldrá de inmediato al mercado.</p>			
<p>2- Claudia Marín</p> <p>Creación de programas de capacitación sobre manualidades, modistería, peluquería y reciclaje orientados a que cada persona monte su propio negocio.</p>	<p>De esta manera, se ayudaría a que las personas tengan una renta siendo ellos mismos los jefes de sus actividades</p>	<p>Se espera que cada persona elija la actividad de su preferencia, por ejemplo, la peluquería y a partir de ella cree un negocio en el cual sea libre de elegir los horarios de trabajo.</p>	<p>Para esta parte, sería la implementación de estrategias online, es decir, ofrecer los productos o servicios que se deseen vender mediante tiendas online.</p>	<p>Podría ser la misma comunidad y sus barrios aledaños, pero también estaría enfocado al mercado nacional, los proyectos que así lo permitan, como el caso de la modistería y las manualidades.</p>
<p>3- Carmen Delgado :</p> <p>Proyecto con énfasis social:</p> <p>Creación de una cooperativa de trabajo para cooperar contra el desempleo. Se desarrollaran</p>	<p>Es importante la creación, legalización y puesta en marcha de la cooperativa porque estaría aportando a</p>	<p>La cooperativa de trabajo asociará a las personas desempleadas para generar empleo, quienes tendrán oportunidad de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La población será capacitada en temas de cooperativismo con énfasis social. • Ser empleado y 	<ul style="list-style-type: none"> • Entidades Gubernamentales • Empresas privadas • ONG. • Empresa mixtas

<p>actividades económicas, profesionales, intelectuales, cuyo objetivo es ejecutar obras o prestar servicios para satisfacer necesidades de la organización y de la comunidad.</p>	<p>disminuir la Problemática social (desempleo) Medellín, Antioquia. Comuna 13</p>	<p>trabajar responsablemente en las diferentes entidades gubernamentales y no gubernamentales para aumentar el patrimonio asociado al beneficio de los mismos</p>	<p>socio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendrán acceso a plataforma virtual • Lograran desempeñarse en la competencia laboral. • Dignificar el trabajo humano para mejorar la calidad de vida de sus asociados. 	<p>Organizaciones empresariales de la ciudad de Medellín y otras ciudades. a futuro</p>
<p>4- Hernán Gallego franco: Comprende en la construcción de un entorno educativo con diferentes salas de aprendizaje, parques</p>	<p>El alto índice delincuencia, atraco a mano armada, drogadicción, desempleo,</p>	<p>Gracias a esta iniciativa se busca que las personas de menos recursos económicos, puedan</p>	<p>Todas las personas de esta localidad tendrán la oportunidad de asistir a este entorno educativo</p>	<p>Las mismas personas podrán potencial el mercado en su región con lo aprendido, ya que</p>

<p>recreativos, contar con instituciones educativas que brinden talleres de manualidades, drogadicción, música y teatro, de igual forma tendrá la oportunidad de realizar talleres de aprendizaje en la modalidad de virtual.</p>	<p>donde el micro tráfico es el sustento de estas bandas delincuenciales de esta localidad</p>	<p>aprender diferentes manualidades que puedan realizar a un bajo costo y de esto poder subsistir</p>	<p>totalmente gratis, los jóvenes podrán realizar deporte y asistir a charlas educativas sobre los problemas que más se presentan en este barrio.</p>	<p>serán las encargadas de vender sus productos y manualidades realizadas por ellos mismos</p>
<p>5 – Yeison Camilo Ramon: Creación de una institución de Educación media técnica y de formación laboral para los habitantes de San Javier.</p>	<p>Desempleo, como problemática social en el Barrio San Javier.</p>	<p>Sí, A través del cobro de pequeñas cuotas a las personas beneficiadas.</p>	<p>Sí, la innovación se genera al sostenimiento a través de las personas beneficiadas.</p>	<p>Si, debido a que las empresas demandan mano de obra calificada.</p>

Tabla 3 Resultados de votación de los participantes del grupo respecto a los proyectos propuestos

Estudiante:	Proyecto	Desarrollo problemática social	Votación Si - No
Carmen Yuliana Agudelo	Creación de una granja social, que permita destinar alguno de los espacios verdes que tiene esta comuna y que pertenecen a la misma comunidad para ser utilizada en la creación y consolidación de un sembrado comunitario	Proyecto pertinente pues no solo se recibe apoyo de la administración municipal sino que también tiene la posibilidad de ser desempeñado por hombres mujeres y niños, la comunidad participa directamente en el cuidado y siembra, además los recursos no son demasiado altos aunque se debe tener presente que no es un producto que saldrá de inmediato al mercado.	Carmen Yuliana Agudelo <u>Si</u> Carmen Delgado <u>Si</u> Claudia Verónica Marin <u>Si</u> Hernán Darío Gallego <u>Si</u> Yeison Camilo Ramón <u>Si</u>
Carmen Delgado	Creación de una cooperativa de trabajo para cooperar contra el desempleo. Se desarrollaran actividades económicas, profesionales, intelectuales, cuyo	importante la creación, legalización y puesta en marcha de la cooperativa porque estaría aportando a disminuir la Problemática social (desempleo)	Carmen Yuliana Agudelo <u>No</u> Carmen Delgado <u>No</u>

	objetivo es ejecutar obras o prestar servicios para satisfacer necesidades de la organización y de la comunidad.	Medellín, Antioquia. Comuna 13	Claudia Verónica Marín <u>No</u> Hernán Darío Gallego <u>No</u> Yeison Camilo Ramón <u>No</u>
Claudia Verónica Marín	Creación de programas de capacitación sobre manualidades, modistería, peluquería y reciclaje orientados a que cada persona monte su propio negocio	De esta manera, se ayudaría a que las personas tengan una renta siendo ellos mismos los jefes de sus actividades	Carmen Yuliana Agudelo <u>No</u> Carmen Delgado <u>No</u> Claudia Verónica Marín <u>No</u> Hernán Darío Gallego <u>No</u> Yeison Camilo Ramón <u>No</u>
Hernán	Construcción de un entorno educativo	El alto índice delincuencia, atraco a mano	Carmen Yuliana Agudelo

<p>Darío Gallego</p>	<p>con diferentes salas de aprendizaje, parques recreativos, contar con instituciones educativas que brinden talleres de manualidades, drogadicción, música y teatro, de igual forma tendrá la oportunidad de realizar talleres de aprendizaje en la modalidad de virtual.</p>	<p>armada, drogadicción, desempleo, donde el micro tráfico es el sustento de estas bandas delincuenciales de esta localidad</p>	<p><u>No</u> Carmen Delgado <u>No</u> Claudia Verónica Marin <u>No</u> Hernán Darío Gallego <u>No</u> Yeison Camilo Ramón <u>No</u></p>
<p>Yeison Camilo Ramón</p>	<p>Creación de una institución de Educación media técnica y de formación laboral para los habitantes de San Javier</p>	<p>Desempleo, como problemática social en el Barrio San Javier</p>	<p>Carmen Yuliana Agudelo <u>No</u> Carmen Delgado <u>No</u> Claudia Verónica Marin <u>No</u></p>

Fase: 4 Metodología design thinkig

Objetivo general

Desarrollar y aplicar la Metodología Design Thinking con cada una de sus fases y herramientas para identificar alternativas de solución viables para la problemática social del Desempleo en el barrio san Javier de la comuna 13 de la Ciudad de Medellín

Etapa Design Thinking No. 1-Empatiza



Ilustración 1 Etapa Empatizar y la técnica Grupos de discusión o "Focus Group"

La técnica permite explicar de manera profunda el tema que se investiga, los gustos, disgustos, las motivaciones de compra, la escogencia entre producto o servicios, las imágenes de marca y las percepciones de la competencia, entre otros temas. Parte de la riqueza de la información que se recolecta está en que dicha información es espontánea, auténtica, actualizada, viva y obtenida de quienes están interactuando con el producto o servicio.

La contribución de la nueva información se puede obtener de su análisis descriptivo o de su interpretación, aspecto éste último muy relacionado con la experiencia de quien modera este tipo de grupos. Las ventajas asociadas a la técnica, como la rápida obtención de datos y el generar

mayor información a través de la interacción de los participantes, convierten a los focus groups en un interesante recurso de investigación que orienta las estrategias para subsistir en el mercado.

Los usos más comunes están relacionados con su utilización en estudios cuantitativos, complementando y ampliando temas de interés, como el desarrollo de productos, el diseño de logos, nombres y empaques, pruebas de sabor, análisis de comerciales, posicionamiento y reposicionamiento de productos, etc.

En cuanto a los focus groups, existen muchas definiciones; dos de ellas son las siguientes:

Los focus groups son un tipo especial de grupo, en términos de propósito, tamaño, composición y procedimientos. (Krueger, 1988, p. 18).

Un grupo focal consiste en ocho o diez personas que se reúnen con un moderador/ analista para la discusión en grupo “enfocado” sobre un producto o categoría específica de producto (o cualquier otro tema de interés para investigación). Se alienta a las personas a que hablen sobre sus intereses, actitudes, reacciones, motivos, estilos de vida y sentimientos. (Schiffman et al.; 1997, pag.31).

Siguiendo entonces los pasos de la técnica elegida, propongo la siguiente intervención para la problemática social del desempleo en el barrio san Javier comuna 13 de la ciudad de Medellín.

El proceso de Design Thinking comienza con una profunda comprensión de las necesidades de los usuarios implicados en la solución que estamos desarrollando, y también de su entorno.

Pasos para desarrollar la Técnica

Paso 1: El objetivo del grupo de enfoque para esta problemática es conocer e identificar por medio de la técnica de los grupos focales, las opiniones, propuestas, alternativas y demás aportes relevantes y así conocer la población y las posibilidades para intervenir por medio del proyecto de emprendimiento social como lo es la granja en su comunidad.

Identificar las dificultades sociales de esta comunidad definir estrategias y acciones que conlleven a conocer su contexto social y como las pocas oportunidades laborales, generan problemas en el acceso a educación, salud, bienes y servicios públicos, es decir, el problema está en que no se cuenta con un empleo estable que le permita obtener ingresos para cumplir responsabilidades y satisfacer necesidades básicas.

Pasó 2: En los grupos focales direccionaremos las preguntas inicialmente a conocer sobre:

- ¿Quiénes son las personas participantes?
- ¿Qué rol desempeñan en la comunidad?
- ¿Hace cuánto habitan la zona?
- ¿Cuántas personas desempleadas conocen en su contexto cercano?
- ¿Cuáles son los motivos del desempleo en esta comuna?
- ¿Qué oportunidades de empleo considera posibles con los recursos actuales?
- ¿Qué piensan del proyecto productivo de la granja?
- ¿Quiénes estarían interesados en participar activamente?
- ¿Por qué no estarían interesados?
- ¿Cuáles son las posibilidades que el proyecto perdure?
- ¿Qué condiciones considera se pueden tener en cuenta en la implementación?

Demás inquietudes que nos permitan identificar la actitud, disposición, realidad, opinión y propuestas de los líderes y habitantes en general de esta comunidad que asistan al focus group.

Paso 3: las reuniones se realizan para mayor facilidad tanto de los líderes del proyecto como las personas de la comunidad, los domingos de 9 am a 12 m

Paso 4: El espacio se reserva en alguna de las sedes de la comunidad, utilizada por las instituciones comunitarias como la junta de acción comunal, o las sedes de los grupos de tercera edad y/o madres de familia. El préstamo de estas se coordina con los encargados, siguiendo los protocolos de seguridad necesarios pues tenemos claro que esta zona de la ciudad presenta altos índices de violencia.

Paso 5: En este paso se establecen las acciones necesarias tipo cronograma para poder manejar un orden en la sección y de igual forma tener unas bases claras sobre que es el proyecto, que se puede lograr, quien puede realizar el apoyo y demás necesidades que dejen a la comunidad con el interés, pero también con la obligación de que su participación es necesaria e importante para el éxito del proyecto de emprendimiento social que se les está planteando.

Los objetivos se encaminan en verbalizar de forma clara los alcances que puede tener la idea y las opciones de mejora que con la ayuda de estos se puede obtener, se realiza un cierre con las conclusiones de la sección, además se agradece por la participación y se realiza de una vez la convocatoria para el próximo focus group donde se buscara establecer lineamientos más directos sobre la idea de negocio.

Todo lo anterior sin dejar de lado la importancia que tiene no perder de vista el objetivo inicial del proyecto que es una estrategia para disminuir los altos índices de desempleo en esta comuna 13 de Medellín.

Para investigadores como Lora & López (2001) el desempleo en Colombia es un problema de demanda y de oferta, entendiendo la demanda como la necesidad de las organizaciones productivas de requerir mano de obra (trabajadores) y la oferta como la cantidad de población disponible para trabajar; además afirman que este ha sido el resultado de un aumento en la oferta de mano de obra combinado con la disminución de la demanda de trabajadores, acompañado por problemas de crecimiento económico

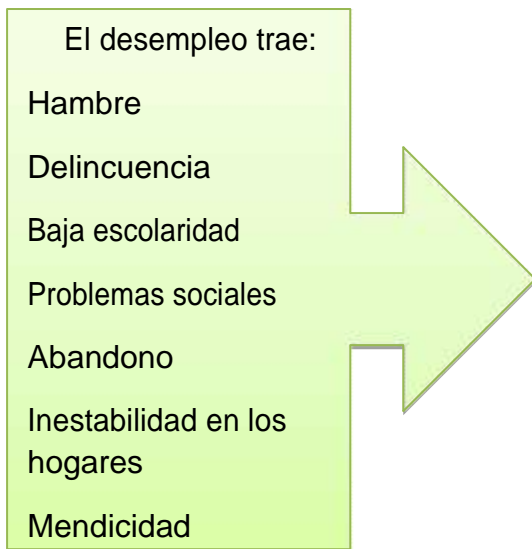
La teoría neoclásica enuncia que el salario depende del punto de inicio entre la oferta y la demanda de la mano de obra en ella se establece que en condiciones de pleno empleo y en ausencia de factores institucionales los salarios aumentan cuando sube la demanda de la mano de obra y disminuyen si baja la demanda, aspecto importante a transmitir a la comunidad pues este es un proyecto con beneficios e ingresos a mediano y largo plazo, no se obtienen resultados inmediatos.

Debemos ser capaces de ponernos en los zapatos de dichas personas para ser capaces de generar soluciones consecuentes con sus realidades, reconociendo que hay que entender los problemas, necesidades y deseos de estos habitantes implicados en la solución que estamos buscando, la comunicación, la empatía, el bajar a su nivel y compartir en su espacio generara confianza y seguridad, todo con una actitud respetuosa y conciliadora, ser curiosos, y observadores nos permitirá conocer detalles encontrar información trascendente.

Etapa Design Thinking No. 2 –Define



Necesidades:



Posibles soluciones:



El proceso nos lleva a: Saber escuchar al cliente, entender sus necesidades, simplificar los procesos, responder con soluciones innovadoras, dinámicas y confiables a largo plazo:

2.1 – Técnica - Customer journey:



Ilustración 2 Técnica - Customer journey



Ilustración 3 Variedad de frutas



Ilustración 4 Beneficios de las frutas

Durante el proceso de crecimiento de la huerta, se presenta un espacio de decadencia por lo tanto se aprovechará el tiempo y se presentan charlas de capacitación sobre el mercadeo y también actividades para conocer los posibles clientes.

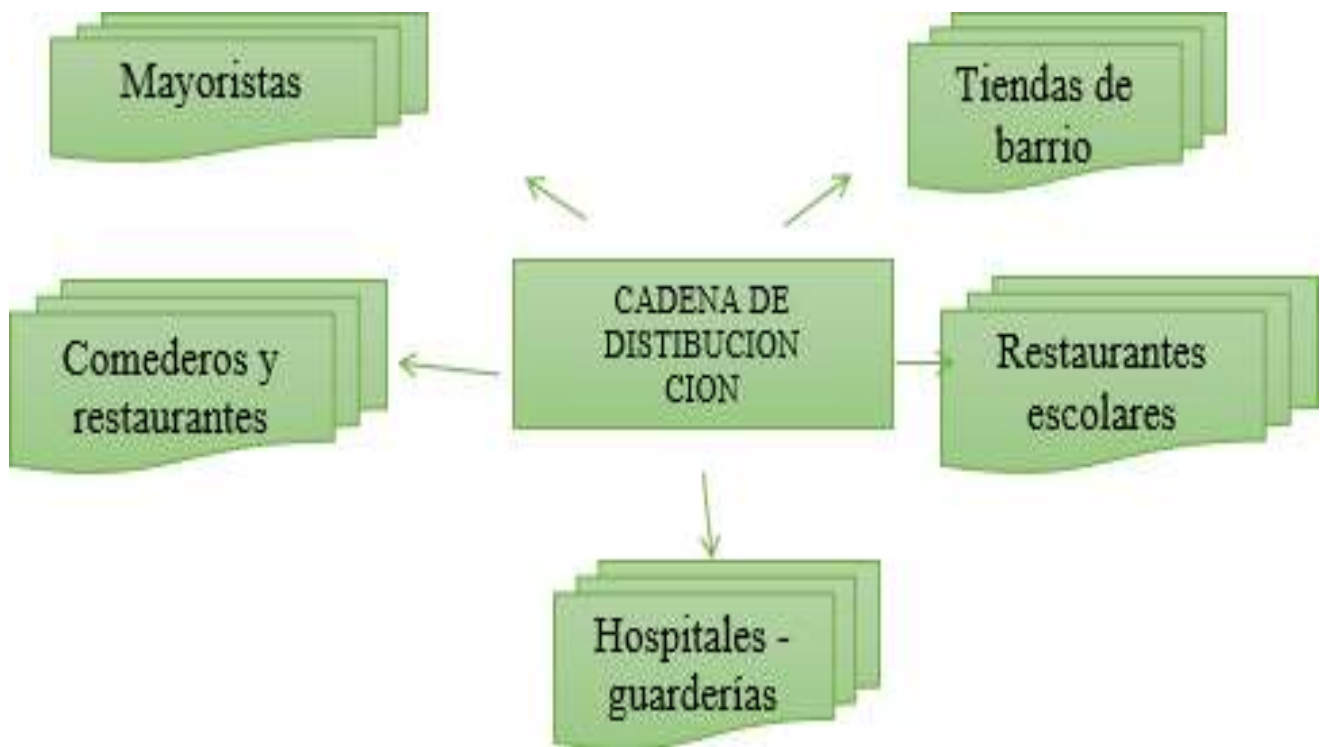


Ilustración 5 Cadena de distribución

Beneficios al consumir nuestros productos:



Foto No.3 -Buen peso y energía



Ilustración 6 Buen peso y energía

Etapas Design Thinking No. 3 -Idea

Técnica: mapa mental

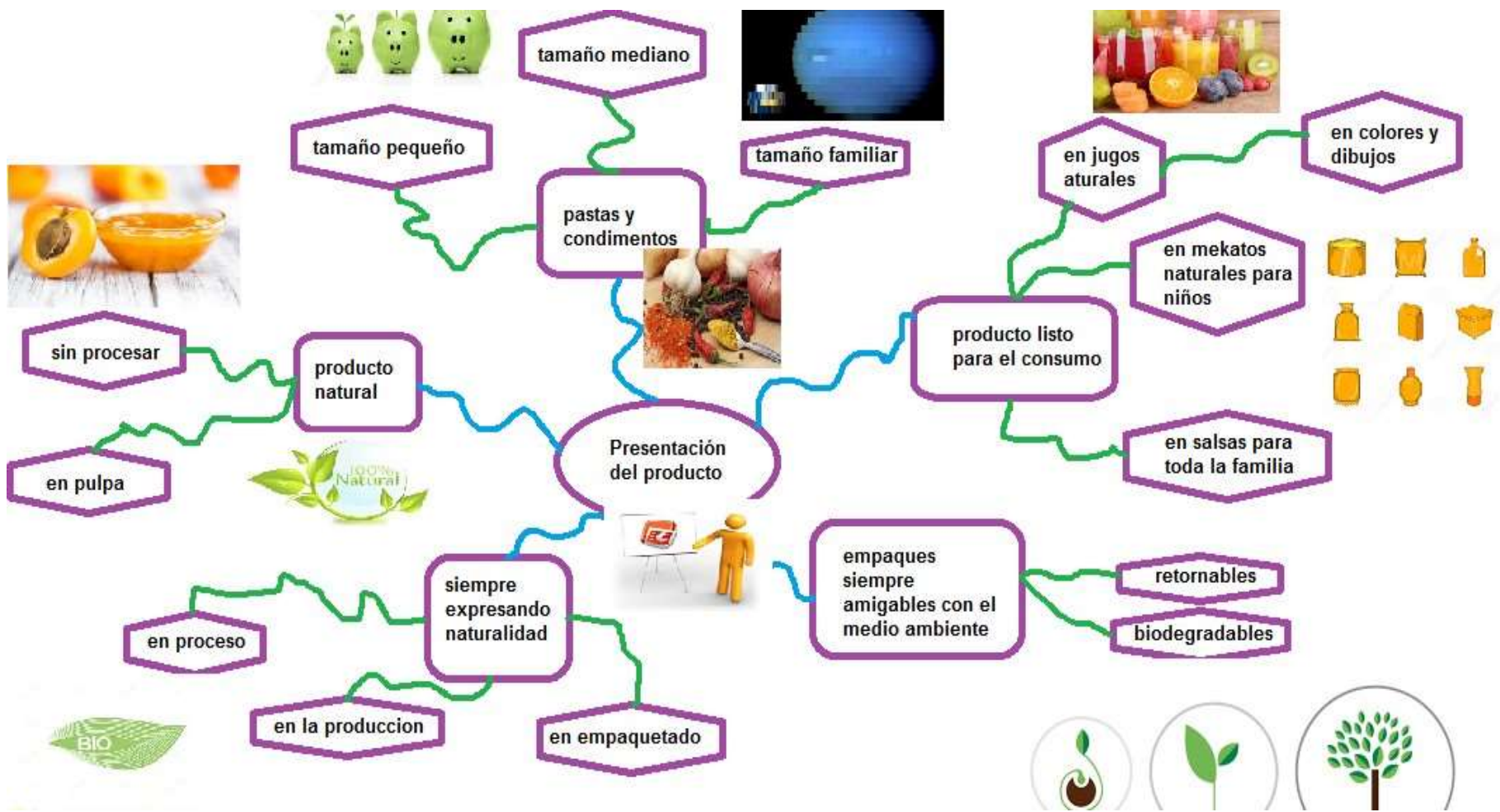


Ilustración 7 Mapa mental

Se ofrecen los productos en diversas presentaciones. La primera de ellas, es en la forma tradicional, es decir, la fruta o verdura sin proceso alguna ya sea entera o pulpa si así lo permite. La segunda idea es presentar el producto a través de un pequeño proceso que le permite a nuestro cliente usar el producto como adición en el momento de cocinar, es decir, como pasta, algún tipo de salsa, entre otras opciones que se permitan según el producto. La tercera opción es entregar un producto listo para el consumo ya sea como jugo, empaquetado como dulces o añadido a otros productos en forma de dulce. Además de lo anterior, se ofrecen 3 tamaños de cada producto: pequeño, mediano y familiar, resaltando en todo momento los procesos naturales con los cuales son cosechados y producidos los alimentos. De otro lado, se hace énfasis en la tarea de no crear basura, para esto, se procede a usar empaques biodegradables y retornables.

Etapas Design Thinking No. 4 –Prototipo

Esta etapa es clave para el proceso de Design Thinking. Prototipar es la generación de elementos informativos como dibujos, objetos o artefactos, con los que se pretende responder las inquietudes que nos acercan a la solución final. Crear un producto mínimo viable (PMV) que tenga la funcionalidad requerida por el cliente y con lo que el cliente y/o usuario trabaje o experimente, sin usar materiales complejos, buscando siempre la simplicidad. Puede ser cualquier cosa con la que se pueda interactuar: un post-it, un cartón doblado, una actividad, o un storyboard. Deben hacerse prototipos rápidos y económicos, pero con contenido que genere debate y pueda también generar retroalimentación del equipo y de clientes. Entre más avance el proyecto, más avanzan los prototipos, mostrando características más funcionales, formales y de uso. Al crear prototipos y medir todos los errores posibles de su puesta en marcha, se genera un ahorro de tiempo, un mayor acercamiento al éxito de forma más certera.

PROTOTIPAR

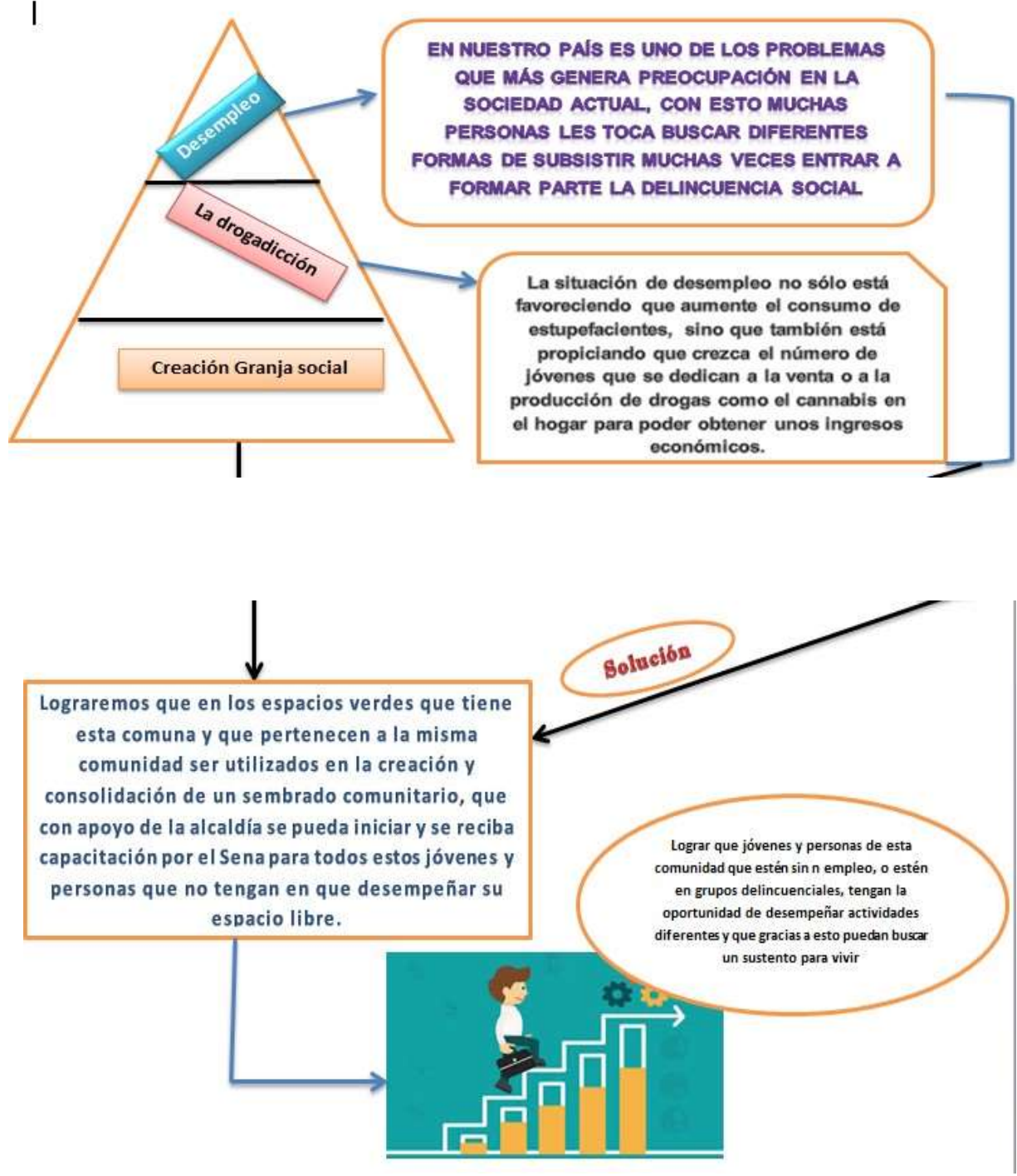


Ilustración 8 Prototipar

Fase 5 Definición estrategias de mercadeo

Gestión Del Marketing

Atributos y beneficios de los productos a ofrecer



Ilustración 9 Frutas y verduras de la región

- **Atributos:**
- Los recursos naturales a utilizar en la granja deben ser adquiridos de forma eficiente con el fin de conservarlos y así contribuir al medio ambiente
- La granja será creada de forma manual y tendremos diversidad en cuanto a los productos agrícolas y pecuarios y las diferentes formas de producirlos.
- Para la buena producción de los diferentes productos agrícolas se darán las diferentes herramientas necesarias y el rendimiento del cultivo en un tiempo específico , para esto se adecuara bien el terreno la siembra será manual y con el cuidado correspondiente de cada producto, sin utilizar aselerantes ni ninguna clase de químicos
- Productos que serán cultivados con semillas y abonos orgánicos que brindan calidad y seguridad para el consumo.
- Fuentes de vitamina, Nutritivas y antioxidantes podemos disfrutar de ellos en cualquier época del año. Cada estación del año posee hortalizas y verduras de distintos sabores y

colores que harán que nuestra dieta deje de ser rutinaria. Además, cada color se asocia a distintos tipos de vitaminas, antioxidantes y minerales.

- se pueden consumir de muchas maneras.
- Libre de conservantes químicos
- Control de calidad
- Frescos y saludables



Ilustración 10 Beneficios de frutas y verduras

Las frutas y verduras proyectadas al mercado, tienen condiciones nutricionales únicas: son bajas en calorías, contienen gran cantidad de agua, vitaminas hidrosolubles como vitamina C, ácido fólico, vitaminas del complejo B, vitaminas liposolubles como beta carotenos, vitamina A, E y K, minerales donde se destaca el potasio, magnesio y fibra, se pueden incluir en cualquier comida e incluirlas en el menú diario, además ayudan a mantener el peso saludable y evitar el sobrepeso

Los beneficios que ofrece la granja son reflejo de la buena administración compuesta que propicia el beneficio adecuado del mercado, aplicación de tecnologías sencillas y económicas

que permiten hacer más eficientemente las labores que allí se efectúan y explican que existen alternativas que pueden hacer más provechoso el método de manufactura.

Permanencia, bienestar y compromiso individual, familiar y comunitario; mayor participación social y urbana; contribuyendo a disminuir los niveles de desempleo y pobreza, resurgen los valores patrimoniales y porque no también es una oportunidad para fortalecer los valores humanos, y más de una población con alto impacto de violencia.

Teniendo presente que en algunas zonas le aplican fertilizantes y plaguicidas a los productos para que aceleren su crecimiento y expansión, este será un atributo positivo y un beneficio de esta idea de emprendimiento pues estos serán entre otras cosas productores ecológicos donde se utilizaran fertilizantes orgánicos compuestos de restos vegetales o estiércoles de animales y otras técnicas que promueven la fertilización natural de la tierra; y el control de plagas y enfermedades favoreciendo el desarrollo ecológico y el cuidado del medio ambiente.

Al no contener substancias químicas, los productos producidos por nuestra granja son asimilados correctamente por cualquier organismo, sin presentar molestias o percusiones negativas.

Otras de la grandes ventajas de nuestra granja y de sus productos cosechados es que son cultivados en suelos abonados por fertilizantes naturales, los cuales crecen más naturales y con unos niveles más altos en vitaminas

Al consumimos alimentos que se están produciendo ya que es en forma natural colaboramos en la conservación del medio ambiente y evitamos la contaminación de la tierra, el agua y el aire.

Finalmente, se promueven la capacitación y la creatividad de los benefactores del proyecto, las actividades artesanales, el agro y el consumo de productos propios.

Grupo objetivo

1. Las familias de los barrios cercanos, que por su baja economía son personas que acostumbran a comprar el diario, por lo cual este sería un público objetivo importante para el proyecto pues se tendría un flujo diario de consumo y por ende de ingresos
2. Las tiendas, supermercados y mini mercados, que abarcan una mayor población consumidora y con ello mayor distribuidor para el consumo de los productos.
3. Restaurantes escolares, para que se brinde una alimentación balanceada.
4. Estrategias de mercadeo en parques comunitarios donde cada 15 días se salga con los productos a ofrecerlos directamente a la comunidad en lugares estratégicos donde se pueda distribuir el producto libremente

Todos estos grupos poblacionales tienen la capacidad de compra, aunque en diferentes cantidades, pero todos con necesidad del consumo y por ende de la compra.

Segmentación

Tabla 4 Segmentacion

TIPO DE SEGMENTACION	DESCRIPCION
<u>Geográfica</u>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Población del Barrio San Javier. ✓ Población de Medellín y alrededores.
<u>Demografía</u>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirigida a toda la población sin excluir sexo, genero, edad.
<u>Psicografica</u>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Toda clase social. ✓ Estilo de vida saludable.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conservación del medio ambiente. ✓ Cuidado en su salud. ✓ Calidad V.S Beneficio.
<u>Socioeconómicos</u>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Todos los niveles de ingresos. ✓ Estilo de vida saludable.
<u>Conductual</u>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estilo de vida saludable. ✓ Problemas con la salud. ✓ Productos ecológicos y amigables con el medio ambiente. ✓ Apoyo a labores sociales.
<u>Económicos</u>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Todos los tipos de clientes.

Competencia

En la zona no se encuentran competidores directos que tengan el mismo enfoque social, de una granja productora de alimentos de la canasta familiar, la mayor competencia estaría en los distribuidores pie a pie que ofrecen sus productos recorriendo estos barrios de la comuna.

De igual forma las tiendas y mini mercados de la comuna que se surten de las grandes plataformas de mercado como la minorista y la mayorista.

Pero esta idea de emprendimiento social no está enfocada en competir con cosas diferentes a la calidad de los productos, la rapidez en la entrega, la limpieza, y frescura de verduras.

Dentro de competencia se pueden mencionar aquellas que produzcan pulpas, frutas, entre otros productos que se parezcan a los nuestros. La diferencia radicará en la calidad de los productos, pues los aquí mencionados serán 100% naturales, también el proyecto en mención se

diferencia y se caracteriza por ofrecer el producto fresco de la granja al consumidor, también competirá con entrega rápida, además se crearán y entregaran recetas para la preparación de los mismos, los productos estarán en lugares adecuados con buena presentación de salubridad, ventilación, y luz.

La comunidad busca una economía al momento de comprar por lo tanto los precios serán asequibles al consumidor, ya que somos directos distribuidores.

Aliados clave

- ✓ El municipio de Medellín, el cual entre sus proyectos de emprendimiento tiene como objetivo apoyar las ideas innovadoras, las pequeñas pymes, y los proyectos de emprendimiento que, como este, buscan consolidar una solución eficaz y directa sobre la comunidad desempleada.

Con esta alianza se pueden realizar acciones de cooperación para recibir apoyo económico para la iniciación del proyecto, de igual forma gestionar por medio de esta coalición los permisos y autorizaciones requeridas para iniciar y estabilizar la idea de emprendimiento social, se tiene claro que una alianza con el municipio puede traer grandes acciones de cooperación como prestamos, autorizaciones, y posibilidad de convenios con otras ideas innovadoras donde por ejemplo tengan proyectos sociales de productos de aseo, plásticos, etc. Así las reciprocidades serán una constante que ayudara no solo a fortalecer nuestra idea de negocio, sino que también puede ampliar las oportunidades de mercadeo y alianzas estratégicas.

- ✓ Empresas gubernamentales y no gubernamentales quienes tienen dentro de su programa apoyo a proyectos emprendedores, pymes ente otros, quienes ofrecen ayudas económicas y asesorías para sacar adelante la ejecución de proyectos sociales.

- ✓ Otros aliados de este proceso serían los mismos productores, es decir, las personas de la comunidad a la cual beneficiará el proyecto, pues está en sus manos ayudar a la distribución de los productos por medio de la comunicación del proceso que se está llevando a cabo, es decir, mentalizando a sus amigos y familiares de la importancia de apoyar este tipo de proyectos.
- ✓ Realizar alianzas con empresas donde permitan el último viernes de cada mes la realización de un evento “la granja en la empresa”, donde abran un espacio y permitan la ubicación de los stands con los productos y donde la empresa por medio de sus comunicaciones internas como correos, e información locativa entere a sus empleados de las posibilidades y oportunidades de compra de las mejores verduras frescas, de calidad y 100% naturales.

Propuesta de estrategias de mercadeo:

Tabla 5 Estrategia de Comunicación

Estrategias	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con que?	¿Cuándo?	¿Quién?
Comunicación	se capacitara a los productores como gestores de sus ventas a través de la amistad que ya posean con los tenderos de los barrios	se empleara la tienda online donde se usaran imágenes de los productos y se hará énfasis en el bienestar de la familia a través del cuidado de su alimentación	Se destinara un porcentaje de ventas para publicidad.	Estas capacitaciones se realizaran una vez al mes.	El personal encargado de la parte social del proyecto.
Comunicación	se creará una página WEB diseñada para que los diferentes consumidores, conozcan cada uno de los productos	Se darán panfletos publicitarios mostrando la página web, donde encontrarán todo lo relacionado con los	Se destinara un porcentaje de ventas para publicidad.	En los diferentes puntos de ventas se dejaran estos panfletos para que el consumidor lo	El personal encargado de repartir el producto.

		productos del proyecto		mire.	
Comunicación	Publicidad en todo Medellín y especial en el Barrio San Javier	A través de panfletos, emisora, perifoneo.	Se destinara un porcentaje de ventas para publicidad.	Se solicitara permiso en las tiendas para el pegue de la publicidad, habrá personas con volantes de puerta en puerta entregándolos.	Se contratara personal para que haga entrega de esta publicidad.



Tabla 6 Estrategia de Posicionamiento

Estrategias	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con que?	¿Cuándo?	¿Quién?
Posicionamiento	Tendremos precios más convenientes que la competencia.	Con mercaderías en los grandes supermercados promocionando nuestro producto, persuadiendo más a nuestros clientes a usar más nuestro producto y atraer los clientes de la competencia.	Se destinara un porcentaje de ventas para publicidad	Habrá mercaderistas en las tiendas con más afluencia de compradores, los cuales se encargaran de promocionar el producto.	Mercaderistas en las tiendas.
Posicionamiento	Calidad en los productos ofrecidos y cantidad	Los productos producidos por nuestra granja serán completamente cosechados con manos propias, sin químicos ni fertilizantes.	Se destinara un porcentaje de ventas para publicidad	El personal encargado de promocionar el producto en las tiendas, deberá de revisar cada día que llegue el estado del mismo, verificando	Mercaderistas en las tiendas.



				que este en buen estado y disponible al consumidor.	
Posicionamiento	Innovando nuestro producto en diferentes presentaciones	Cada que se cambie la presentación de nuestro producto, la publicidad será acorde a cada cambio y brinde mejores beneficios para el consumidor.	Se destinara un porcentaje de ventas para publicidad	Cada que salga un producto nuevo, o se le haga una modificación.	El personal encargado de la parte social



Tabla 7 Estrategia de Diferenciación

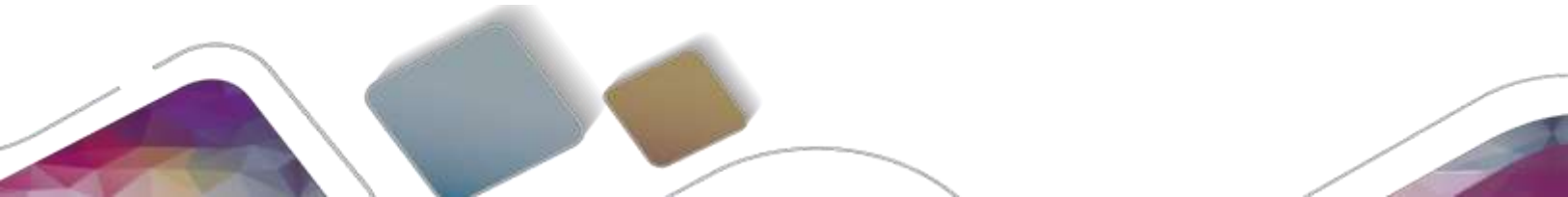
Estrategias	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con que?	¿Cuándo?	¿Quién?
Diferenciación	Productos seleccionados. Calidad de productos	Se empleara una etiqueta clara con valor nutritivo agregado	Se destinara un porcentaje de ventas para la elaboración de etiquetas	Cuando el producto esté listo para entrar al mercado	Recurso humano asignado
Diferenciación	Entrega del producto a domicilio	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimiento de rutas de la población. ➤ Tener inventario de productos al día 	Medio de transporte (triciclo, moto) Medio de comunicación (teléfono, redes sociales)	Cuando el cliente lo solicite.	Recurso humano asignado
Diferenciación	Ayuda a la	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A través de la 	Adquiriendo los	Se distribuya en la	Personal encargado de



	comunidad	compra de los productos.	productos.	zona o puntos de venta.	distribuir los productos en la zona.
Diferenciación	Empaques amigables con el medio ambiente.	➤ Materiales de los empaques biodegradables,	Papel, cartón, bolsas biodegradables.	Al momento de empacar o distribuir el producto.	Empresa.

Tabla 8 Estrategia de Marketing Mix

Estrategias	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con que?	¿Cuándo?	¿Quién?
Producto	Productos 100% naturales. Seleccionados	Cultivados sin adición de agentes químicos.	Tierras y técnicas de cultivo naturales.	Siembra-	Organización.
Precio	Precio menor con respecto a la	✓ Nivel de precio inferior al de la competencia	A través de la disminuciones	Se distribuya en los canales.	Organización.



	competencia.	o productos sustitutos. ✓ Con valor agregado por la compra de verduras adicionamos una fruta. ✓ Ofrecer cupones o vales de descuento	los canales de distribución.		
Promoción	Compra de productos a través de pedidos Crear Crear puestos de degustación	Ordenes de pedidos con suficiente antelación para preparar la producción y así se disminuye el precio. Preparación de jugos naturales. Pulpa de fruta Ensaladas	Orden de servicio o pedido, stock de inventarios. Con las frutas más maduras	Al momento de recibir la orden se descontara el 10% del valor real. Antes que la fruta se dañe. En temporadas de cosecha	Organización. Persona asignada para preparación de alimentos
Plaza	Posicionamiento a través de cadenas	Cumpliendo con los requerimientos de los clientes	Calidad en los productos y en el	Al momento de negociar se estipula los	Organización y cliente.



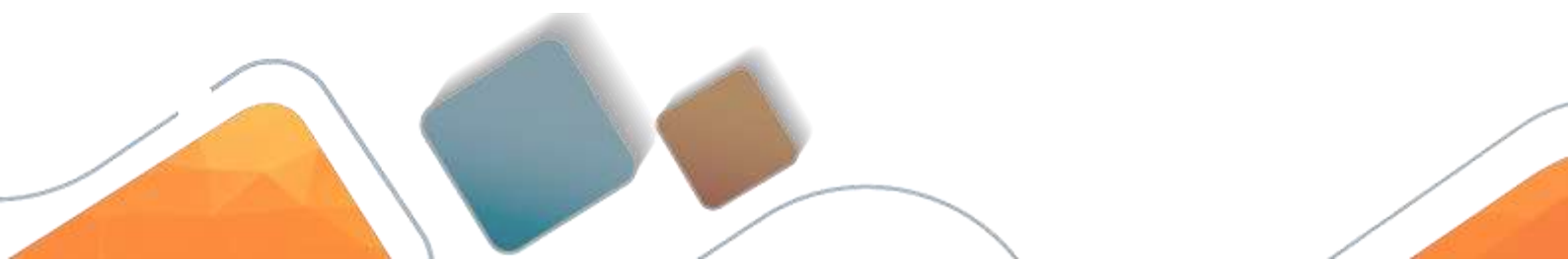
	<p>de almacenes, supermercados, tiendas de barrio.</p> <p>De ser posible señalar las vías de acceso o como llegar al negocio.</p> <p>Tener un mapa de la ubicación impreso y en la web</p>	<p>para consolidar el producto.</p> <p>Por medio de vallas, página web.</p> <p>Ubicando puntos de venta en sitios estratégicos de fácil acceso.</p>	<p>servicio.</p> <p>Alianzas con otros negocios</p>	<p>requerimientos y se evalúa la satisfacción y a través de indicadores de gestión.</p> <p>Cuando el proyecto entre al mercado</p>	<p>La organización en cabeza del administrador o gerente.</p>
--	--	---	---	--	---



Fase 6: Programa de marketing digital

Objetivos del programa

- Dar a conocer productos de excelente calidad que permitirán mitigar algunos fenómenos sociales de gran importancia en el barrio San Javier de la Comuna 13 de Medellín a través del uso de herramientas proporcionadas por internet como lo son las redes sociales y las tiendas online.
- Además de esto, se pretende ofrecer oportunidades de empleo a diferentes grupos sociales como lo son las personas adultas y los jóvenes, promoviendo una cultura inclusiva donde todos somos útiles y tenemos oportunidades de progreso independiente de nuestras características económicas sociales, entre otras.
- Contribuir al medio ambiente con el problema de las basuras a través del uso de algunos de estos residuos como abono para el cultivo, promoviendo la cultura del reciclaje y buen manejo de los residuos resaltando estos procesos a través de la publicidad que se hará en las diversas fuentes.
- Promover el consumo de productos naturales que beneficiaran la economía del sector, pero sobre todo impulsando una alimentación sana y balanceada que nos alejara de las enfermedades propias de la mala alimentación como la obesidad, algunos problemas cardiacos, entre otros



Marca y slogan:



Ilustración 11 Marca

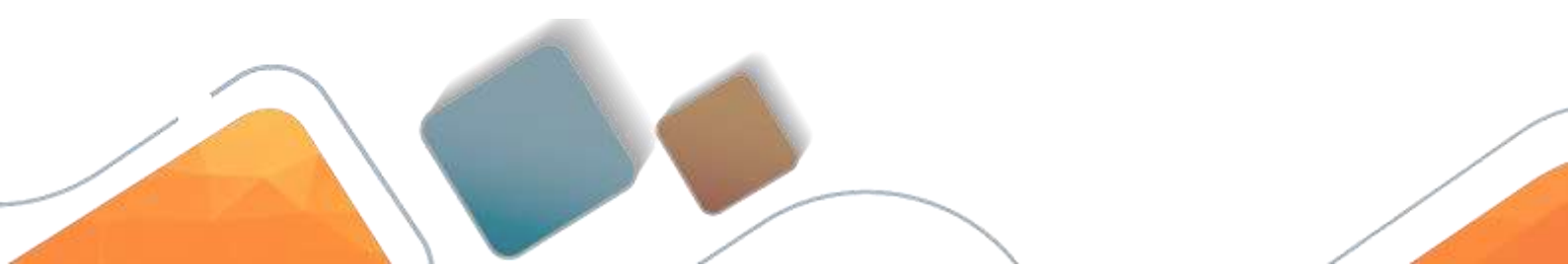


Creer para Avanzar

Ilustración 12 Slogan

Enlace WIX:

<https://www.wix.com/dashboard/7ee3031b-e505-457b-9e61-002075b97335/home>



Pantallazo de la página diseñada:

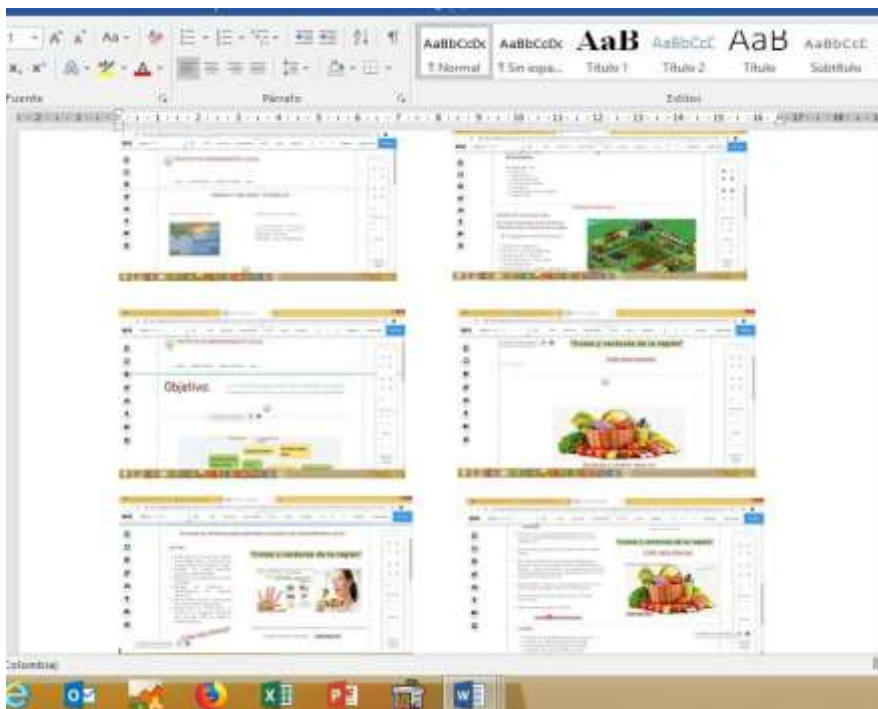


Ilustración 13 Pantallazos página Wix

Vínculos a redes sociales para promocionar:

YouTube

- Para empezar, se creará un canal en este servicio donde se dará a conocer los procesos que se siguen en el cultivo y empaquetado de los diversos productos. En estos videos, se resaltaré el sentido social del proyecto y los beneficios que ha traído a la comunidad: Reducción en las basuras, empleo para todos los integrantes de la comunidad independiente de su edad, entre otras.

- Además de lo anterior, también se dará a conocer las historias de las personas que se encuentran empleadas en la labor: se resaltara las oportunidades que este tipo de proyectos abre a la comunidad en general.
- Incluso, se manifestará la importancia de una alimentación saludable y balanceada, esto se hará con el apoyo de un profesional de la salud quien dará a conocer algunos de los beneficios de las diversas vitaminas que contienen nuestros productos.
- la posibilidad de crear videos promocionales para dar con tu audiencia.
- Te ayudan a difundir tus propuestas ante tu audiencia de un modo original y entretenido.
- Te permiten llegar directamente a tu público objetivo mediante técnicas de segmentación

Vinculo:

<https://www.youtube.com/channel/UCpKf-knB1bPHO195POcId9w>

Facebook

- Se iniciará una sesión donde se pueda tener comunicación con los clientes en tiempo real donde se atenderá al cliente y se podrá hacer compras de productos, además se incluirán imágenes de los productos a través de todo el proceso que se llevan a cabo para que estos lleguen a la mesa del cliente final.
- Se resaltaré el carácter amigable de nuestro proyecto con el medio ambiente a través de imágenes donde se explique las diversas contribuciones que se hacen hacia un mudo más sostenible.
- Se incluirán imágenes periódicamente sobre la importancia del consumo de nuestros productos
- Ofrece una forma rápida, económica y efectiva de alcanzarla con un mensaje promocional. Los anuncios se pueden personalizar al máximo y gracias a la

información que el social media tiene de los usuarios se pueden crear campañas orientadas a targets muy precisos.

Vinculo:

https://web.facebook.com/Frutas-y-verduras-de-la-regi%C3%B3n-2041573176148943/?notify_field=blurb&modal=profile_completion¬if_id=1557332199099435¬if_t=page_profile_blurb

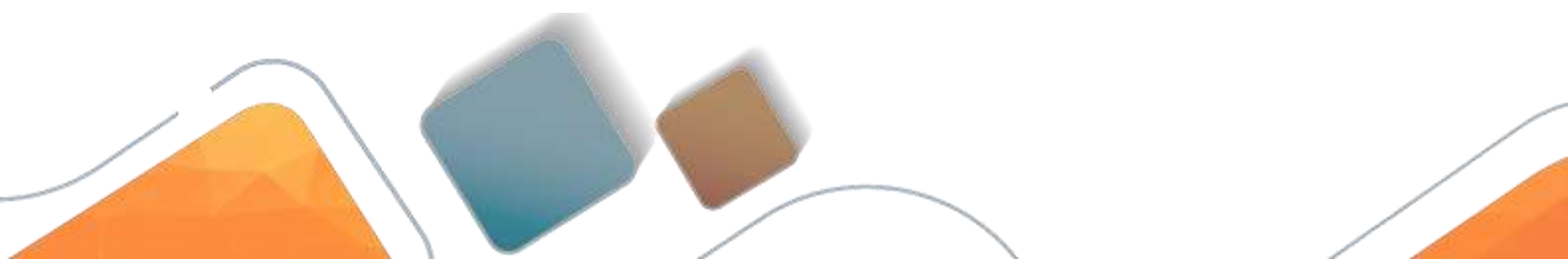
Vínculo del video (cada fase del proyecto):

Tabla 9 Vinculo video sustentación Final

Claudia Verónica Marín	Fase 1 y 2	https://www.youtube.com/watch?v=oAVzC1K1hW0
Yeison Camilo Ramón	Fase 3	https://youtu.be/dqmO03fVSP0
Carmen Yuliana Agudelo	Fase 4	https://youtu.be/Ivv8XqkP7tg
Hernán Darío Gallego	Fase 5	https://youtu.be/N2NVmhZPL0c
Carmen Ofelia Delgado	Fase 6	https://youtu.be/VxIPP1orUUs

Vínculo del video de sustentación final del proyecto de emprendimiento social en YouTube.

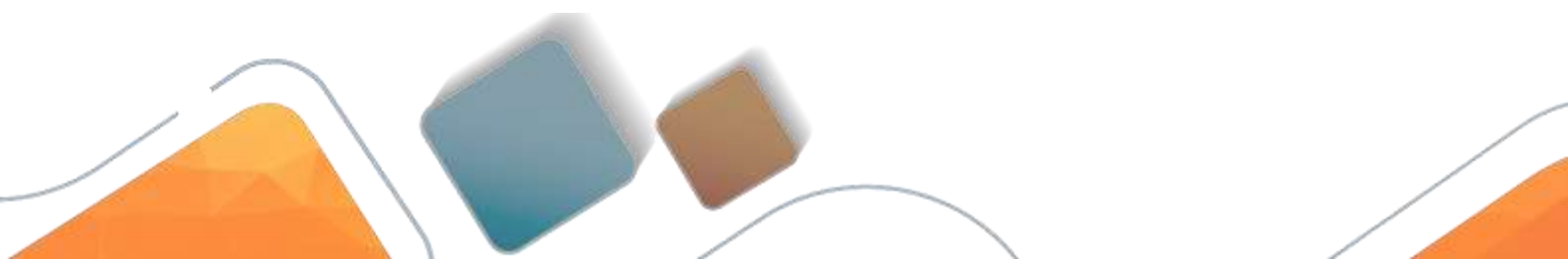
<https://youtu.be/dmNx1zIPhDQ>



Conclusiones

La importancia de un trabajo como el que estamos concluyendo, es brindarnos a nosotros como estudiantes y a la comunidad en general, la oportunidad de conocer diferentes perspectivas y puntos de vista para aportar al crecimiento del país, la forma correcta de poder realizar actividades sin necesidad de emplear acciones negativas para concluir un proyecto.

El desempleo afecta la calidad de vida del ser humano e impide el desarrollo de cada individuo por la ausencia de oportunidades para cambiar la situación. Por lo tanto, es importante buscar solución a cada variable que se desprende del desempleo y apoyar con proyectos de emprendimiento social y ser gestores de innovación para aportar a las necesidades estudiadas.



Bibliografía

Robledo, C. (2012). Introducción al Marketing Digital. (P. 83-94). Recuperado

de <https://docplayer.es/1126173-Introduccion-al-marketing-digital-camilo-robledo-coordinador-mercadeo-sm-digital.html>

Moshini, S. (2012). Claves del marketing Digital (P. 9-15). Recuperado

de <http://www.intuic.com/intuic/Frontend/pdf/Claves-del-Marketing-Digital.pdf>

Cariola, O. (2009). Marketing: plan para emprendedores. Recuperado

de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/reader.action?docID=3195470&query=Marketing+para+emprendedores>

Kerestegian S. (2017). Dias Norticos 2017: Design Thinking. (Video) Recuperado

de https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-5IVg83w

Lupton E. (2012). Graphic Design Thinking Intuición, acción, creación. Recuperado de:

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/detail.action?docID=4421910&query=Design+Thinking>

DANE, (2019). Empleo y desempleo. Tomado:

[https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo)

desempleo

