

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

GALLETAS SANAS PARA EL ALMA

BEATRIZ ELVIRA PARRA LEAL

MARTHA AIDA MORALES PEREZ

JANET CRISTINA DE LA ROCHE BETANCUR

JOSE HILBAR NAVARRO BAQUERO

ALBERTO TOVAR CASTAÑEDA

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD

**ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE
NEGOCIOS**

TECNOLOGIA EN GETION COMERCIAL Y DE NEGOCIOS

DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN PARA TECNOLOGÍAS GESTIÓN DEL

MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

VILLAVICENCIO (META). JULIO 2019

CONSOLIDACIÓN PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

GALLETAS SANAS PARA EL ALMA

Beatriz Elvira Parra Leal Código: 21.237.145

Martha Aida Morales Perez Código: 40.366.306

Janet Cristina De La Roche Betancur Código: 34.612.224

Jose Hilbar Navarro Baquero Código: 17.327.093

Alberto Tovar Castañeda Código: 12.134.414

Grupo Colaborativo110011_9

Presentado a:

Oscar Alexander Valverde Gómez

Tutor:

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE
NEGOCIOS**

**TECNOLOGIA EN GETION COMERCIAL Y DE NEGOCIOS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN PARA TECNOLOGÍAS GESTIÓN DEL
MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL**

VILLAVICENCIO (META). JULIO 2019

Contenido

Resumen	5
Abstract.....	6
Introducción.....	7
Objetivos.....	8
Objetivo General.....	8
Objetivos específicos	8
Metodología:	9
Fase 2 Definición de la problemática social:.....	10
Fase 3 Identificación acciones de innovación social:.....	13
Fase 4 modelo de negocio Disign Thinking:.....	15
Empatiza:	15
Formato de entrevista realizada:.....	16
Vivencias de la entrevista:	17
Registro Fotográfico.....	21
Define.....	22
Idea	23
Prototipa	23
Testea.....	24
Fase 5 Definición de estrategias de mercadeo:.....	25
Fase 6 Programa de Marketing Digital:	43
Vinculo de video final.....	47
Conclusiones	48
Bibliografía	50

Lista de tablas

Tabla 1 Diagnóstico situación actual fuente los autores	9
Tabla 2 matriz de evaluación fuente los autores.....	13

Lista de Ilustración

Ilustración 1 ciudad de Villavicencio; Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Villavicencio#/media/Archivo:Villavicencio,_Meta,_Colombia_-_panoramio_(7).jpg	10
Ilustración 2 Google Earth mapa de Villavicencio; Recuperada de https://www.google.com.co/maps/place/Villavicencio,+Meta/@4.1247544,-73.6791007,12z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3e2ddfba283211:0x537e40041d7b20c2!8m2!3d4.1513822!4d-73.6376	11
Ilustración 3 comuna 6 Barrio San Benito; Recuperado de https://www.google.com.co/maps/place/Br.+San+Benito,+Villavicencio,+Meta/@4.1368848,-73.6356354,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3e2e0b9b4e996b:0x14c084587086aa9c!8m2!3d4.1371048!4d-73.6336234	11
Ilustración 4 registro fotográfico aplicación encuesta fuente José Navarro	21
Ilustración 5 modelo canvas fuente Cristina de la Roche	22
Ilustración 6 Lluvia de ideas elaborado por Martha Morales	23
Ilustración 7 video elaborado por Alberto Tovar	23
Ilustración 8 poster elaborado por Beatriz Parra	24

Resumen

El emprendimiento social es la fusión entre una solución innovadora a un problema de desarrollo social y económico y una estrategia sostenible de impacto es por eso que galletas para el alma busca que cada día sean menos niños y jóvenes los que se pierdan a causa de las drogas psicoactivas, y tengan una oportunidad de vida para aportar a esta sociedad y decir si a la galleta y no a la droga, y como dice nuestro eslogan La felicidad más dulce es aquella que se comparte. Come galletas sanas, di no a las drogas .

Esta son las pequeñas acciones que hacen grande a un país y generando acciones sociales estamos garantizando oportunidades de vida a nuestra juventud.

Abstract

Social entrepreneurship is the fusion between an innovative solution, a problem of social and economic development and a sustainable strategy of impact is what cookies for the soul seeks that every day fewer children and young people are lost because of drugs Psychology, have a life opportunity to contribute to this society and tell the cookie and not the drug, and as our slogan says The sweetest happiness is that which is shared. They see the healthy cookies, say no to drugs.

We guarantee life opportunities to our youth.

Introducción

Teniendo en cuenta la importancia del emprendimiento social, donde las organizaciones pueden aplicar estrategias de mercado para alcanzar un objetivo social, a través del estudio y desarrollo del Diplomado Gestión del Marketing para el emprendimiento social, se realizó el análisis y estudio que nos permitió identificar las necesidades más apremiantes en nuestro entorno.

Seleccionamos la problemática social considerada más relevante y que más impacto tiene en la ciudad de Villavicencio, ayudar a disminuir el consumo de sustancias psicoactivas, y así proponer y desarrollar un proyecto de emprendimiento social, ofreciendo una solución viable, eficaz y ajustada a la realidad.

Se propone encontrar una solución mediante talleres de capacitación, actividades lúdicas, adicionando un valor agregado como el de comercializar galletas que nos ayudaran a conseguir los recursos para realizar las actividades programadas hacia los consumidores de sustancias psicoactivas y enfocar a los jóvenes a que generando una empresa ocupan su tiempo libre, reciben ganancias y finalmente se ayudan y ayudan a sus familias para salir adelante

Se desarrolló un Programa de Marketing Digital para formular acciones de mercadeo que nos permita mejorar la competitividad y productividad viables a la problemática social “lucha contra el consumo de sustancia psicoactivas (SPA) en los adolescentes del barrio San Benito de la ciudad de Villavicencio.”.

Finalmente se propuso el modelo de negocios CANVAS que nos permitió detectar elemento que generan valor en un proyecto emprendedor.

Objetivos

Objetivo General

Analizar en Villavicencio (barrio San Benito) las diferentes problemáticas de riesgo ante las sustancias psicoactivas e identificar las consecuencias en niños, jóvenes y adultos a nivel personal, familiar y social.

Objetivos específicos

- Formular una actividad donde por medio del consumo de galletas sanas los niños, jóvenes y adultos consuman alimentos sanos.
- Generar una campaña de comercialización y posicionamiento del producto, mediante marketing digital.

Metodología:

descripción de la metodología empleada en el desarrollo del proyecto.

Tabla 1 Diagnostico situación actual fuente los autores

DESARROLLO: ESTUDIANTE	REGIÓN	NECESIDADES DE LA POBLACIÓN	GRUPOS MÁS AFECTADOS	NIVEL DE IMPACTO	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN
José Hilbar Navarro Baquero				1.Personales: Inseguridad por delincuencia, afecta a los buenos habitantes de la comunidad, que ya no pueden transitar con tranquilidad, y tristemente no pueden estar tranquilos ni en sus hogares, por el miedo a los atracos.	Generar espacios para los jóvenes en horarios extracurriculares, para así lograr tenerlos ocupado, evitando el consumo de spa.-dar oportunidad de creación de empresas y
Alberto Tovar Castañeda	Villavicencio	Mejorar la calidad de vida de los jóvenes afectados por consumir sustancias psicoactivas	En la ciudad de Villavicencio en el barrio San Benito, jóvenes y adultos	2.Ambientales: La inseguridad por consumo de drogas, afecta al medio ambiente y en general a los habitantes, pues el olor de las drogas se penetra hasta nuestros hogares, provocando enfermedades respiratorias, alergias, etc.	buscar alternativas de industrialización.
Beatriz Elvira Parra Leal				3.Sociales: El consumo de drogas y los robos genera también que más personas se conviertan en los mal llamados “desechables” o habitantes de la calle, que cada vez son más y ocupan cualquier lugar de la ciudad, convirtiendo estos sitios públicos en sus cambuches, sus baños, entre otros.	En el tema del consumo de drogas, los organismos gubernamentales pueden ayudar encaminándose a fortalecer una institución, que pueda trabajar motivando a los líderes jóvenes, a los artistas urbanos, a las personas destacadas en deportes, entre otros, para que produzcan mensajes que mejoren la conducta de los jóvenes para un crecimiento en ambientes sanos.
Janeth Cristina de la Roche					
Martha Aida Morales Perez					

Fase 2 Definición de la problemática social:

La problemática social que encontramos en la ciudad de Villavicencio, se trata del consumo de sustancias psicoactivas en jóvenes; encaminamos esta investigación en un barrio de la ciudad llamado San Benito, en el cual hay varios colegios. Esta situación ha generado conflictos que afectan a los jóvenes y a sus familias.

Villavicencio, que es la región donde se da ésta problemática, es la capital del departamento de Meta, al sudeste de Bogotá. El baile tradicional es el joropo y se distingue por el deporte de los vaqueros, el coleo. Su clima es tropical amazónico; el gentilicio es Villavicense. Es el centro comercial más importante de los Llanos Orientales, se fundó el 6 de abril de 1840, con una población urbana aproximada en el 2015 de 486.363 habitantes, temperaturas medias de 28°C y 30°C.



Ilustración 1 ciudad de Villavicencio; Recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/Villavicencio#/media/Archivo:Villavicencio,_Meta,_Colombia_-_panoramio_\(7\).jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Villavicencio#/media/Archivo:Villavicencio,_Meta,_Colombia_-_panoramio_(7).jpg)



Ilustración 2 Google Earth mapa de Villavicencio; Recuperada de <https://www.google.com.co/maps/place/Villavicencio,+Meta/@4.1247544,-73.6791007,12z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3e2ddfba283211:0x537e40041d7b20c2!8m2!3d4.1513822!4d-73.6376>

El municipio se encuentra dividido en 8 comunas y 235 barrios. San Benito corresponde a la Comuna 6.



Ilustración 3 comuna 6 Barrio San Benito; Recuperado de <https://www.google.com.co/maps/place/Br.+San+Benito,+Villavicencio,+Meta/@4.1368848,-73.6356354,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3e2e0b9b4e996b:0x14c084587086aa9c!8m2!3d4.1371048!4d-73.6336234>

Según información de un periódico de Villavicencio, (Ortiz, 2017) debido a que el barrio San Benito es una zona comercial, se camufla la delincuencia; un vecino del sector dice que son muchas las personas afectadas por los ladrones y otras problemáticas como el microtráfico y prostitución que afectan al sector.

Dice que es incómodo transitar por el barrio en horas de la noche, porque en algunos puntos hay mucha gente consumiendo sustancias alucinógenas, además de otras situaciones como borrachos, trabajadoras sexuales, entre otros.

Dice también que en el barrio San Benito existen más de cinco (5) colegios, con más de 1.000 jóvenes estudiantes, los cuales tienen que vivir el ruido de billares, bares y licor.

Investigando, se encontró en un Boletín Estadístico del año 2016 algunos datos como:

Primero que todo, durante el año 2016 se consolida el Plan Integral de Seguridad y Convivencia Ciudadana (PISCC) para la ciudad de Villavicencio y entre los aspectos que se tomaron en cuenta se priorizó el dialogo directo con los líderes de cada comuna.

Resultado Operatividad Policía Metropolitana de Villavicencio:

- Incautación de 275 armas de fuego, de las cuales 200 son ilegales. Reducción del 23% en incautación de armas.
- Incautación de 19 kg. de cocaína, 0,005 kg. de heroína, 34 kg. de base de coca, 28 kg. De bazuco, 994 kg. de marihuana.
- 279 drogas de síntesis (Nº de pastillas incautadas a la fecha).

Fase 3 Identificación acciones de innovación social:

Tabla 2 matriz de evaluación fuente los autores

PROYECTO	PERTINENCIA	FACTOR PRODUCTIVO	INNOVACION	MERCADO
Campañas a jóvenes de colegios del Barrio San Benito en Villavicencio para eliminar el consumo de sustancias psicoactivas (Beatriz Elvira Parra)	Crear una campaña para que entre los docentes y los padres de familia convenzan a los jóvenes que el consumo de sustancias psicoactivas es malo para la salud.	Fabricación y venta de postres. A través de su trabajo y creatividad ocupar a los jóvenes para que no opten por alternativas que no les aporta a su salud ni bienestar y el negocio les puede generar beneficios económicos.	Ayudar a diferentes familias, aprendiendo a cultivar las frutas para la elaboración de los postres y crear un mecanismo para la venta y distribución de estos.	Estudiantes de los colegios del Barrio San Benito, docentes y vecinos.
Terapia de arte, se utilizará como medio principal de comunicación. Escuchar a niños y jóvenes es el primer paso para ayudarlos a crecer sanos y seguros. (Alberto Tovar)	Búsqueda de identidad de los adolescentes de ser aceptados por sus pares, que los ponen en situaciones de mayor riesgo de decidir equivocadamente	Con la terapia de arte de las diferentes artes plásticas, se busca que los adolescentes tengan conocimientos que les sirvan de herramientas para tomar decisiones libres, responsables e informadas.	Ayudar a la gente a explorar sus pensamientos y emociones de una manera única. Al realizar la práctica y el uso de objetos físicos como los pinceles y papel ayudan a las personas a sentirse más conectadas con el mundo que los rodea.	Adolescentes, ancianos y otros que requieran una psicoterapia y tengan buena habilidad en el arte. Ciudad de Villavicencio, barrio La Alborada.

La idea es involucrar de manera voluntaria a los adolescentes que viven y estudian en la barrio San Benito de la ciudad de Villavicencio (en el barrio san Benito de Villavicencio encontramos más de 35 instituciones educativas con más de 30.000 estudiantes) en nuestra empresa con fin social que es la lucha contra el consumo de sustancias psicoactivas.

La idea es enseñar a los adolescentes a:

Enseñar a los adolescentes a establecerse una meta, que se realizará en equipo y que además es divertida. Ese objetivo puede ser muy variado pues con los fondos obtenidos de la venta de las galletas los jóvenes serán los que decidirán qué actividad se va realizar con el fin de proponer una campaña contra el consumo de sustancias psicoactivas en los adolescentes del el barrio san Benito de la ciudad de Villavicencio

Enseñar a los adolescentes a tomar decisiones con inteligencia. Pues son los mismos jóvenes quienes establecen cuántas cajas quieren vender y para qué quieren usar ese dinero. Lo deben hacer por consenso, lo que supone una oportunidad para desarrollar su capacidad de expresarse con los demás y exponer sus puntos de vista. También supondrá aprender a resolver los problemas que se vayan planteando,

Enseñar a los adolescentes a gestionar el dinero. Pues los jóvenes deben llevar dinero, dar cambio, asegurarse que todo está correcto y que cuadren las cuentas. Se enseñan a hacer un presupuesto y hacer un seguimiento.

Enseñar a los adolescentes a desarrollar habilidades sociales, pues los jóvenes deben formar equipos de venta, relacionarse entre ellos y sobre todo con muchas otras personas, normalmente de sus colegios o barrios. Se enseñan a mantener una conversación y a explicar a la gente las cosas tan positivas que van a hacer con el dinero obtenido en la campaña contra el consumo de

sustancias psicoactivas en los adolescentes en el barrio san Benito de la ciudad de Villavicencio esa temporada.

Enseñar a los adolescentes sobre la ética de los negocios: Porque vender es mucho más que hacer un negocio, es responder a la confianza que se deposita sobre el vendedor, tratando a las personas con cortesía y siendo completamente honestos con los cambios y calidad de nuestros productos.

Esperamos con estas actividades desarrollar una verdadera campaña en contra del consumo de sustancias Psicoactivas, además con las ganancias los jóvenes escogerán las actividades que ellos quieren realizar para involucrar a los demás adolescentes viven y estudian en la barrio San Benito de la ciudad de Villavicencio, las actividades pueden ser de cualquier tipo como desde patrocinio de actividades deportivas, torneos, equipos hasta actividades lúdicas como teatro, música, arte, canto, también salidas turísticas, mini tecas, baile...la idea es que los jóvenes puedan desarrollar cualquier actividad que les permita alejar su mente de cualquier invitación a consumir sustancias psicoactivas.

Fase 4 modelo de negocio Disign Thinking:

Empatiza:

Encuesta realizada a personas de entre 15 y 80 años del barrio san Benito de la ciudad de Villavicencio, sobre la percepción que tienen sobre el consumo de sustancias psicoactivas, y que piensan de que se cree una empresa que se dedique a la fabricación y comercialización de galletas, para que con las ganancias se puedan ayudar a las personas víctimas del uso y abuso de sustancias psicoactivas, generando talleres sobre cómo evitar caer en este flagelo y terapias para aquellos que ya están consumiendo puedan lograr salir de esta condición , además se les

pregunto si están de acuerdo a que se le dicte talleres a las familias para que estén pendiente de sus hijos y puedan evitar ser presas fáciles de la drogadicción.

Formato de entrevista realizada:

Edad:

Genero:

Ocupación:

1. ¿Alguna vez has consumido sustancias Psicoactivas?

✓ Si

✓ No

2. Si la respuesta anterior fue si define cual

✓ Cocaína

✓ Marihuana

✓ Éxtasis

✓ Bazuco

✓ Otro

3. Si en la respuesta anterior fue otro defina cual

✓ _____

4. ¿Cree que los jóvenes son presa fácil de caer en el consumo de sustancias psicoactivas?

✓ Si

✓ No

5. Porque

✓ _____

6. ¿Cree que si se tiene ocupado a los niños y jóvenes son menos propensos a caer en el consumo de sustancias psicoactivas?

✓ Si

✓ No

7. ¿Qué piensa de crear una empresa que venda sus productos y con las ganancias de los mismos, realice charlas pedagógicas que prevengan el consumo de sustancias psicoactivas?

✓ Bueno

✓ Malo

✓ Le es Indiferente

8. ¿Estaría dispuesto a trabajar en esta empresa vendiendo galletas, para ayudar a las personas que consumo de sustancias psicoactivas?

✓ Si

✓ No

✓ Tal vez

9. ¿Quiere ser parte activa de esta alternativa, ayudando a las personas para que no caigan en este flagelo?

✓ Si

✓ No

✓ Tal vez

10. ¿Cree que este tipo de negocios ayuda a los ciudadanos?

✓ Si

✓ No

✓ Tal vez

11. Justifique su respuesta

✓ _____

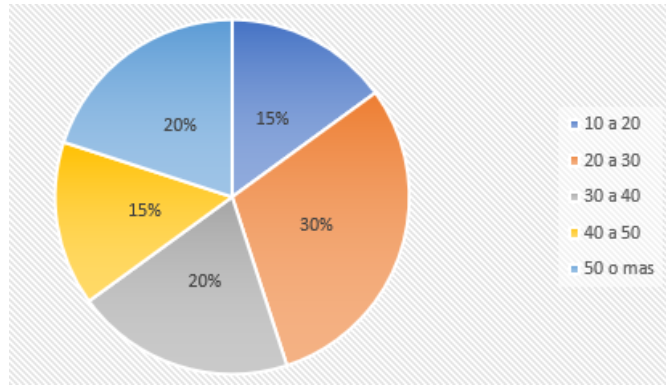
Vivencias de la entrevista:

Al realizar la entrevista pude identificar que son cada vez más las personas que caen en esta problemática y que tristemente nuestra juventud se está perdiendo, y a muchas personas no

les importa, hemos dejado de ser empáticos y solidarios con los otros, según las respuestas de la entrevista se pudo evidencia que:

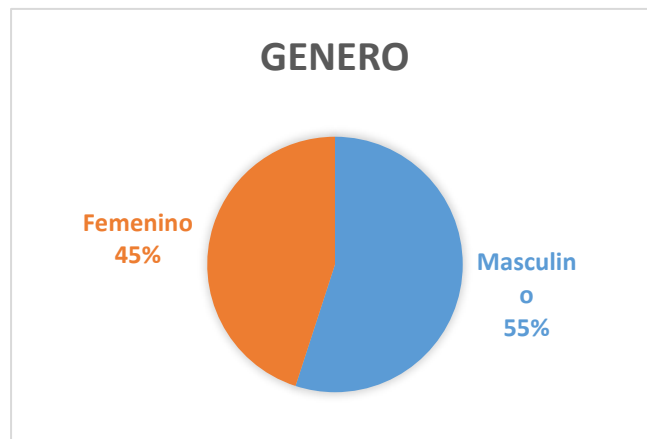
a) Las personas entrevistada están en el rango de edad entre 15 y 75 años

Rango de Edad	Individuos
10 a 20	3
20 a 30	6
30 a 40	4
40 a 50	3
50 o mas	4

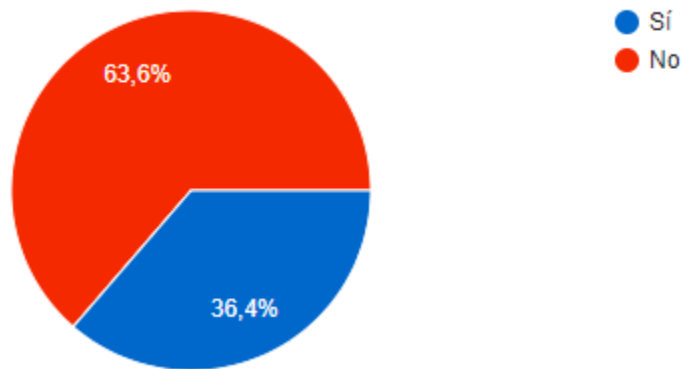


La mayoría de las personas encuestadas se encuentra en el rango de los 20 a los 30 años con el 30%

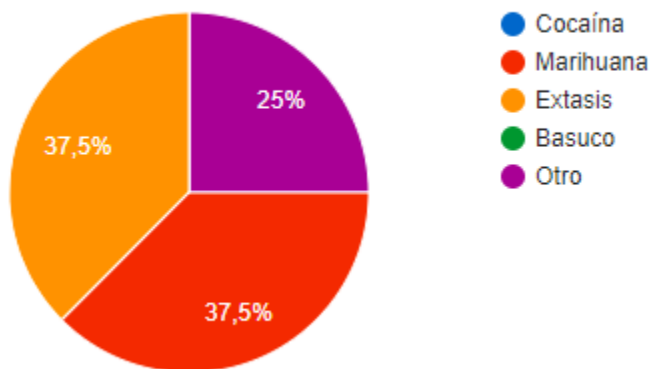
b) De la personas encuestadas el 55% es de género masculino y el 45% de género femenino



c) De las persona encuestadas el 63,6% afirma no haber consumido nunca drogas y el 36,4% , sin embargo esta es una pregunta que las personas no contestan de forma totalmente honesta ya que se avergüenzan de suministrar este tipo de información.

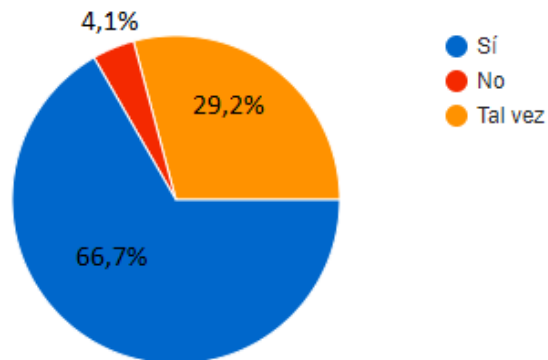


d) Del total de personas encuestadas que manifestaron en algún momento de su vida haber consumido drogas son la marihuana y el éxtasis los mas consumidos con un porcentaje de 37.5% cada uno, y otros como el chimú que si bien no es considerado por muchos una sustancia psicoactiva, si lo es y con efectos a largo plazo que se asemejan a los de la marihuana.

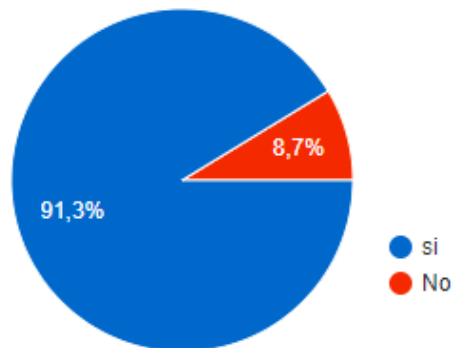


e) Del total de los encuestados el 66,7% piensan que los jóvenes son presa fácil la las drogas, el 4,1% una minoría cree que no y el 20,2% no esta seguro, sin embargo al preguntarles el porque de su respuesta, la mayoría coinciden en que las malas amistades,

el comportamiento por patrón (si tú lo haces yo lo hago), la falta de apoyo, comprensión, valores y educación se consideran los mayores factores de riesgo

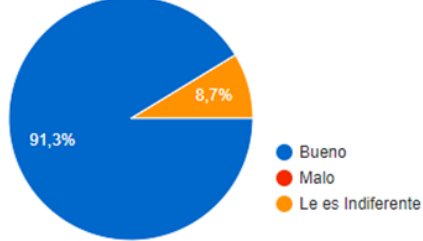


- f) Por otra parte la gran mayoría de las personas creen que mantener ocupado el tiempo de los niños y jóvenes ayudara a que no estén tan propensos a caer en este problema.

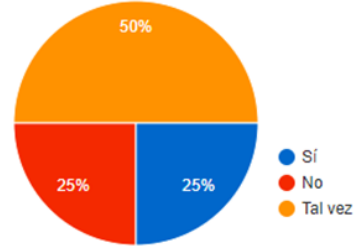


- g) A todo el mundo le parece terrible un gran problema pero a la hora de apoyar empresas, personas o trabajar para ayudar a mitigar este flagelo las personas lo piensan para comprometerse, a la gran mayoría le parece bien crear empresas con sentido social, sin embargo no muchos estarían dispuesto a trabajar y ser parte activa de la solución.

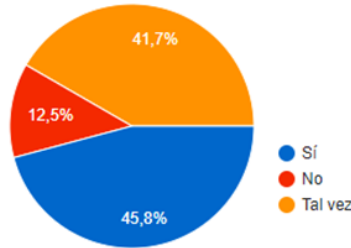
¿Qué piensa de crear una empresa que venda sus productos y con las ganancias de los mismos, realice charlas pedagógicas que prevengan el consumo de sustancias psicoactivas?



¿Estaría dispuesto a trabajar en esta empresa vendiendo galletas, para ayudar a las personas que consumo de sustancias psicoactivas?



¿Quiere ser parte activa de esta alternativa, ayudando a las personas para que no caigan en este flagelo?



h) Finalmente la inmensa mayoría cree que este tipo de negocios ayuda a los ciudadanos, ya que al emplear jóvenes estos ocupan su tiempo y están en menor peligro de caer en este problema, también porque dictar las charlas, concientiza a las personas de las señales de alarma, para que puedan identificar y ayudar a otros, por otra parte cualquier acción encaminada a mejorar la sociedad debe ser bien recibida y el primer peldaño es la educación familiar y el acompañamiento.

Registro Fotográfico



Ilustración 4 registro fotográfico aplicación encuesta fuente José Navarro

Define

Objetivo				
<p>Generar un impacto positivo en la disminución del consumo de sustancias psicoactivas, en el barrio San Benito de la ciudad de Villavicencio, mediante un proyecto productivo que tiene como actividad económica la venta de productos de panadería (Galletas), que permita financiar las charlas y talleres orientadoras a realizar con los jóvenes.</p>				
Problema	Solucion 	Proposicion de Valor Unica	Ventaja Especial	Segmento de Clientes
<p>1. Poco Tiempo para comer, debido al ajeteo del día a día</p> <p>2. Dificultad para que las personas consuman alimentos saludables</p>  <p>3. no existe en nuestro entorno de accion un producto innovador y de buena aceptación que incluya una mision social</p> 	<p>Galletas con ingredientes saludables de diferentes sabores para venta mediante dispensador</p>	 <p>Esta una solucion para las personas con poco tiempo para preparar la lonchera o las onces, tambien ofrece a los estudiantes una opcion saludable y deliciosa para su descanso.</p> <p>es unproducto con ingredientes como la avena y la quinua, con un excelente sabor, que por su poco contenido graso y sus antioxidantes ofrecen un snak para cualquier momento y lugar.</p>	<p><i>Es un producto, sano, se puede llevar a todas partes, bajo costo y labor social</i></p> 	<p>Personas de cualquier género, estado civil y estrato social, de entre 1 y 70 años que gusten de las galletas artesanales y saludables</p> 
	<p>Metricas Clave</p> <p>Personal</p> <p>Capital </p> <p>Proceso de Produccion</p> <p>Labor Social</p> 		<p>Canales</p> <p>1. <u>Directa:</u> mediante instalacion de dispensadores en las escuelas y colegios</p> <p>2. <u>Web:</u> Creacion de pagina web para promover las ventas y ademas elobjetivo social</p>	<p>Early Adopters (Pioneros)</p> <p>Las Familias de los estudiantes y los colegios del barrio San Benito en Villavicencio</p> 
Estructura de Costes		Flujo de Ingresos		
<p>Costos Directos: Compra de Insumos, Pago de Empleados, Transporte, Herramientas</p>		<p>1. <i>Venta de Galletas Directa</i></p> <p>2. <i>Venta Online</i></p> <p>3. <i>Donaciones a la parte social del proyecto</i></p> <p>4. <i>Patrocinadores</i></p>		
<p>Costos Indirectos: Promocion y Publicidad, Impuestos, Servicios Publicos</p>				
Impacto				
<p>La ejecución de este proyecto contribuirá a que las familias fortalezcan los factores de protección en contra del consumo de SPA, además de crear habilidades sociales en el núcleo familiar para afrontar el consumo de SPA. Se busca fomentar espacios donde las familias adquieran las herramientas indispensables para prevenir el consumo de SPA en algunos de sus integrantes contribuirá de manera significativa con la formación de entornos saludables para el desarrollo humano y familiar, esto permitirá reconocer cuales son los factores de riesgos y consecuencias del consumo de SPA.</p>				

Ilustración 5 modelo canvas fuente Cristina de la Roche

Idea



Ilustración 6 Lluvia de ideas elaborado por Martha Morales

Prototipa

Link video:



Ilustración 7 video elaborado por Alberto Tovar

<https://youtu.be/8qQqbHZ4Boo>



Ilustración 8 poster elaborado por Beatriz Parra

Fase 5 Definición de estrategias de mercadeo:

1. Descripción Detallada De La Problemática Social

El fenómeno de las sustancias psicoactivas (SPA) en el mundo es desafiante, en diversos estudios y escenarios se ha mostrado de modo reiterativo que algunos factores como la globalización, la tecnificación y la comunicación, han desplazado el uso tradicional de algunas plantas sagradas con propiedades psicoactivas usadas desde tiempos inmemorables con significación cultural, hacia un abuso carente de contexto y de difícil control, incluyendo nuevos patrones de consumo, caracterizados por sustancias y métodos cada vez más accesibles y potentes; no es exclusivo de ciertos grupos de edad o de condiciones socioeconómicas particulares y en el mundo ha crecido a pasos agigantados.

El consumo de SPA afecta a todas las dimensiones del bienestar humano social, biológico, psicológico, cognitivo, emocional, cultural, etc. Su dependencia es una consecuencia probable y frecuente de su uso indebido, que preocupa por su expansión, la corta edad de inicio y la igualdad de consumo entre hombres y mujeres. El abuso, la dependencia y el poli-consumo se constituyen en serios problemas de salud pública que tienen amplias repercusiones sociales y en esto radica la importancia de un abordaje holístico.

Los elementos implicados en el consumo de SPA se agrupan en tres grandes categorías interdependientes que se transforman a diario las sustancias mismas, la situación del consumidor y las condiciones del contexto. Las sustancias actúan aumentando o disminuyendo el flujo de determinados neurotransmisores, modificando y alterando su fisiología, pueden ser depresores, estimulantes, alucinógenos o sustancias mixtas. La situación del consumidor tiene dos componentes los personales, de carácter genético, conductual, y los inmediatos, que condicionan

su proceso de socialización, crianza, convivencia, identidad, modelos parentales, estilos de vida y ejemplo de consumo en personas significativas. En este escenario es decisiva la dinámica familiar, se ha encontrado que los consumidores tienen problemas en el interior de sus familias.

En el contexto colombiano, donde se produce y reproduce de manera continua el fenómeno de las SPA, considerando su trayectoria de cultivo-producción, tráfico y consumo, se encuentran dos estructuras sociales claramente diferenciadas una más alejada del círculo familiar, definido por representaciones sociales, relaciones de poder, modelos e intereses económicos, violencia estructural, desigualdades sociales y desarraigo. Otra más cercana, generalmente relacionada con pobreza, desplazamiento forzado, desempleo, hacinamiento y migración, que se muestra propicia para el desarrollo de la cultura del narcotráfico, como un fenómeno histórico social, de gran magnitud.

El fenómeno del consumo de SPA tiene implícita una connotación sociopolítica y económica global que se relaciona con la moral, la ética y el derecho, y esto dificulta el desarrollo de las estrategias de control, los estudios realizados en Colombia evidenciaron que la creciente expansión del consumo de SPA trascendió los límites de lo esperado en poblaciones vulnerables hasta convertirse en un mecanismo cotidiano de expresión de la adolescencia y la juventud, en todos los grupos sociales, en familias funcionalmente normales y en hogares o personas que lo utilizan para afrontar situaciones derivadas de la exclusión, la pérdida de valores, el desempleo y la violencia.

Se ha realizado el proceso de inmersión comunitaria en sectores de Villavicencio, por medio de lluvia de ideas donde cada estudiante realizaba investigación del factor innovador, el impacto presentada y con ello se logró definir una situación problema común con resultados que

coinciden, la situación es el consumo de sustancias psicoactivas por parte de jóvenes y adultos, constituye una de las situaciones más graves en la sociedad actual.

Debido a diferentes factores como los inconvenientes familiares que perturban el normal desarrollo de los adolescentes, de igual manera es importante mencionar que dentro de las características más llamativas se encuentra la necesidad de asumir roles frente a sus amigos, sin dejar de lado las connotaciones del fracaso escolar, los problemas de personalidad, legales, entre muchos otros que han llevado a la comunidad a un grado de incertidumbre por no encontrar una estrategia para contrarrestar el consumo de SPA en los jóvenes de los sectores

2. Desarrollo de la actividad

a. Describir detalladamente los atributos y beneficios del producto o Servicio a ofrecer al mercado

Los atributos de la fabricación y comercialización de galletas se basan en el aseo, en la calidad y la prestación de un excelente servicio.

Los beneficios de las galletas a nivel general, se miden a través de la información nutricional de la misma, que podemos resumir en las calorías, el colesterol, el sodio, los carbohidratos y la fibra dietética que podemos ofrecer en medidas óptimas para que se conviertan en comida sana.

Características técnicas: Las galletas se elaborarán con los siguientes ingredientes:

- 125 gramos de harina de Trigo

- 2 tazas de avena
- 1 cucharada sopera de esencia de vainilla
- 1 huevo
- 1 pizca de polvo de hornear
- 75 gramos de azúcar.
- Agua
- Preparación:
- En un recipiente grande, se bate el huevo, el azúcar, el agua y la esencia de vainilla, seguidamente incorporamos poco a poco la harina y la avena con el polvo de hornear, se revuelve muy bien, se deja reposar la masa por unos minutos.
- Sobre una bandeja enharinada vamos formando nuestras galletas y la colocamos al horno por un tiempo de 10 minutos con el horno a 180°



Ilustración 91 comida sana para el alma

Entre los atributos de las galletas comida sana para el alma encontramos que el consumo de galletas hace parte de una dieta equilibrada, gracias al aporte energético de sus macronutrientes, y a las vitaminas y minerales que contienen.

Comida sana para el alma es la esperanza que tienen muchos jóvenes y sus familias para salir de la adicción a las drogas, ya que por medio de estas se pueden rehabilitar y encontrar salida a estas adicciones. (Valderrama, 2015)

Para el caso del producto en el que se enfoca este proyecto productivo debemos decir que cuenta con los siguientes atributos así:

- ✓ **Composición:** Son galletas con ingredientes de primera calidad pensadas para ofrecer a toda la familia una alternativa sana y saludable en cualquier momento del día, es un alimento que ofrece los beneficio de la avena como la fibra, los aminoácidos y la proteína y además minerales tales como el magnesio, hierro, vitamina B1, manganeso, ácido fólico y zinc, con pocas calorías y además son deliciosas.
- ✓ **Color:** Tiene un característico color entre café y amarillo generado por los ingredientes utilizados en su producción y por el proceso de cocción en horno.
- ✓ **Empaque:** es individual y sencillo en papel celofán transparente y sellado con calor.
- ✓ **Sabor:** son principalmente galletas dulces en las cuales tiene un sabor a canela y vainilla.
- ✓ **Tamaño y forma:** será redonda, de tamaño promedio el paquete tiene una galleta de 15 gramos.
- ✓ **Marca:** Galletas Saludables para el Alma.

(Laura López, 2016)



Ilustración 10 logo galletas sana para el alma fuente los autores

- ✓ **Imagen:** Buscaremos la recordación de los clientes, por medio de una imagen sencilla y clara y mediante la labor social a la cual está enfocada la producción de estas galletas.
- ✓ **Precio:** El producto no tiene un precio establecido, será lo que cada quien tenga en su corazón aportar, sin embargo lo mínimo a aportar serán 200 pesos.

En cuanto al diseño y presentación, propongo para comercializar las galletas, además del dispensador, ofrecerlas en cada local y colegio para que las conozcan, mediante el siguiente empaque, con un costo aproximado de \$3.000 por caja.



Ilustración 11 empaques; recuperado de tomado de <https://asenvases.com/web/producto/>

Los beneficios de un empaque metálico es que garantizan que el producto se mantenga saludable porque el proceso de enlatado retiene en su interior, el aroma, las vitaminas, los antioxidantes y nutrientes esenciales y evitan las impurezas. Además, estos empaques luego de terminar su contenido pueden servir para guardar accesorios como joyas, implementos de costura, entre otros.

1.1. Beneficios del Producto

Los beneficios y ventajas de las galletas es que su aporte energético es fácilmente modulable. Ello permite elegir la cantidad que se toma en cada momento. Por eso son ideales solas o combinadas con alimentos: leche, yogures, quesos frescos, frutas, zumos, confituras o chocolate.

Además de aportar beneficios alimenticios está aportando beneficio social, ya que permiten que aquellos que están adictos a las drogas puedan ver una luz de esperanza, en la rehabilitación y encuentren un trabajo digno para vivir.

A pesar de que el producto no es único en el mercado, estas galletas ofrecen una opción de un snack saludable a un precio irrisorio, en mundo donde actualmente abunda la comida chatarra, además estarás colaborando con un servicio social que podría servirte en el futuro; nadie está libre de verse expuesto a las SPA.

Por otra parte, el principal componente de las galletas será la avena que es uno de los cereales por excelencia e imprescindible dentro de una dieta saludable y equilibrada.

Por tanto, nuestro producto tener avena ofrece los siguientes beneficios

- ✓ Es fuente de energía.
- ✓ Es fuente de proteína y de grasas insaturadas.
- ✓ Equilibra el colesterol y ayuda a controlar la diabetes.

(online personaltrainer, 2019)

b. Grupo objetivo del proyecto (identificar y caracterizar el grupo de consumidores que aceptarían y tienen la capacidad de compra)

El grupo objetivo de nuestro proyecto ya lo tenemos identificado, porque nos enfocamos en los jóvenes de los colegios del barrio San Benito en Villavicencio, que se compone de hombres y mujeres, trabajadores, padres de familias con niños y jóvenes estudiantes de los colegios del sector. En la entrevista realizada en la fase anterior se evidenció que dichos jóvenes están prestos a aceptar nuestra idea de producción y comercialización de las galletas como herramienta para la consecución de dinero que ayudará a las actividades propuestas para que los jóvenes disminuyan el consumo de SPA

La idea es enseñar a los adolescentes a:

- **Establecerse una meta**, que se realizará en equipo y que además es divertida. Ese objetivo puede ser muy variado, ya que con los fondos obtenidos de la venta de las galletas los jóvenes serán los que decidirán qué actividad se va realizar con el fin de proponer una campaña contra el consumo de sustancias psicoactivas en los adolescentes del barrio san Benito de la ciudad de Villavicencio
- **Tomar decisiones con inteligencia**. Los mismos jóvenes son quienes establecen cuántas cajas quieren vender y para qué quieren usar ese dinero. Lo deben hacer por consenso, lo

que supone una oportunidad para desarrollar su capacidad de expresarse con los demás y exponer sus puntos de vista. También supondrá aprender a resolver los problemas que se vayan planteando,

- **Aprender a gestionar el dinero.** Los jóvenes aprenderán a manejar el dinero, dar cambio, asegurarse que todo está correcto y que cuadren las cuentas. Se enseñan a hacer un presupuesto y hacer un seguimiento.
- **Desarrollar habilidades Sociales,** los jóvenes deben formar equipos de venta, relacionarse entre ellos y sobre todo con muchas otras personas, normalmente de sus colegios o barrios. Se enseñan a mantener una conversación y a explicar a la gente las cosas tan positivas que van a hacer con el dinero obtenido en la campaña contra el consumo de sustancias psicoactivas en los adolescentes en el barrio san Benito de la ciudad de Villavicencio esa temporada.
- **Ética de los negocios:** Porque vender es mucho más que hacer un negocio, es responder a la confianza que se deposita sobre el vendedor, tratando a las personas con cortesía y siendo completamente honestos con los cambios y calidad de nuestros productos.

Esperamos con estas actividades desarrollar una verdadera campaña en contra del consumo de sustancias Psicoactivas, además con las ganancias los jóvenes escogerán las actividades que ellos quieren realizar para involucrar a los demás adolescentes que viven y estudian en el barrio San Benito de la ciudad de Villavicencio; las acciones pueden ser de cualquier tipo como desde patrocinio de actividades deportivas, torneos, equipos, como hasta actividades lúdicas como teatro, música, arte, canto. También organizar salidas turísticas, mini tecas, baile...la idea es que los jóvenes puedan desarrollar cualquier actividad que les permita alejar su mente de cualquier invitación a consumir sustancias psicoactivas

- c. **Segmentación (tener en cuenta los criterios de segmentación), en este punto definir el tipo de segmentación que se podría aplicar al proyecto de acuerdo a la actividad económica.**

Según el propósito de nuestra actividad económica para definir la segmentación del mercado, debemos establecer cuáles son los segmentos que más favorecen en otras palabras los que más favorezcan la consecución de los objetivos y metas.

➤ **Mercado Meta**

El mercado meta en este caso son niños y jóvenes de los colegios del Barrio San Benito y sus alrededores ya que son los principales consumidores de galletas, sin embargo este producto también está orientado todo tipo de persona ya que todos en algún momento consumimos un producto tan versátil como las galletas.

Segmentación geográfica

Por tanto y para alcanzar el objetivo debemos tener en cuenta las siguientes variables:

- ✓ **Variable Geográfica:** Para esta variable tendremos en cuenta que el mercado objetivo está ubicado en la ciudad de Villavicencio, más propiamente en el barrio San Benito.

Comida sana para el alma llegara a:

País:



Ilustración 12 geo localización; recuperado de <https://mapasinteractivos.didactalia.net/en/community/mapasflashinteractivos/resource/departments-of-colombia/b544f365-cba2-465f-a600-5878f00642eb>

Ciudad:



Ilustración 13 macro localización Recuperado de Google maps

Barrio: San Benito



Imagen 1 Google maps

Clima: Húmedo, cálido

Segmentación demográfica

Comida sana para el alma demográficamente será segmentada de la siguiente manera.

Edad: Está destinado para ser consumida por edades de 2 a 99 años

Sexo: Hombres y mujeres.

Escolaridad: Indeterminada, ya que todos son actos para consumirla y/ o venderla.

Religión: Todas las religiones la pueden consumir.

Segmentación psicográfica

Comida sana para el alma busca llegar al mayor número de personas, con una personalidad colaboradora, donde puedan ayudar a las personas necesitadas como lo son los adictos a las sustancias psicoactivas, con estilos de vida saludable, con valores bien marcados tales como el amor al prójimo, colaboración, solidaridad, con actitudes ganadoras y creyendo en el proyecto de salvar a nuestra juventud.

(Ecoe ediciones, 2010)

Segmentación conductual

Comida sana para el alma tiene claro el comportamiento de los posibles consumidores ya que es un producto que se consume diariamente en las medias nueves de los niños y jóvenes

de los colegios, en algunas familias optan por consumirlas al desayuno y a la cena, por lo tanto, es habitual su consumo, además las galletas proporcionan grandes beneficios alimenticios.



Ilustración 14 tomada de <https://controlpublicidad.com/campanas-publicitarias/construyendo-actitud-contras-las-drogas/>

d. Identificar la competencia (analizar los posibles competidores que existan en la región donde pretendemos desarrollar el proyecto, entendiendo competidores como organizaciones que satisfacen la misma necesidad que nosotros pretendemos satisfacer)

No hay mucha competencia para posicionar nuestra comercialización de la venta de galletas lo cual nos beneficiaría, ya que es con un propósito y una finalidad de ayudar a los jóvenes del sector a que no consuman las sustancias psicoactivas.

Comida sana para el alma, en el momento no tiene competencia directa, ya que ninguna empresa o proyecto busca colocar las galletas para contribuir de manera social, además la clase de galletas es única en el mercado, aunque en el barrio San Benito existan fabricantes de galletas

ellos tienen otra segmentación que es ventas al por mayor para subdistribuidores, y las panaderías aledañas fabrican, pero minoritariamente para la venta diaria. (Cariola, O. , 2019)

En el barrio San Benito, donde desarrollaremos nuestro proyecto, la panadería más grande que encontramos es PANADERIA BIZQUET ubicada en la carrera 36 No, 24ª-04 del barrio San Benito; encontramos que su especialidad son los desayunos, café y bebidas, pues se enfocan más hacia el concepto de cafetería.

Lo anterior es favorable para posicionar nuestra venta de galletas en el sector.



Ilustración 15 panadería bisquet fuente propia

e. Identificar los aliados clave del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento social y proponer acciones de cooperación como alianzas estratégicas.

Como nuestro proyecto hasta ahora inicia es importante para conseguir aliados estratégicos no solo tener un producto de excelente calidad, si no también que se pan y conozcan de la labor social que se financia con este proyecto, inicialmente y teniendo en cuenta el peque mercado con el que iniciaremos nuestras alianzas estratégicas deberán ser:

- ✓ Los colegios y escuelas del sector, que nos permitan montar dispensadores de galletas en sus instalaciones y además dictar las charlas y conferencias.
- ✓ Las tiendas, supermercados y minimercados del sector
- ✓ Por ultimo las familias de los niños y jóvenes de los colegios que nos ayuden a vender la idea mediante el boca a boca. (OBS business school, 2019)


Teniendo en cuenta que las empresas pueden crear alianzas para perfeccionar sus modelos de negocio, reducir riesgos, o adquirir recursos, hallamos cuatro tipos diferentes de asociaciones, donde buscamos a futuro, complementar la venta de nuestras galletas, fabricando galletas de quinua de buen sabor y saludables y decoradas artesanalmente para ofrecerlas como alternativa al comprar un detalle para ofrecer a cualquier persona: (Violán, 2014)

- Las alianzas estratégicas entre no competidores (venta de galletas con una empresa de motos que ayude a repartir)
- Las alianzas estratégicas entre competidores (cooperativas)
- Encontrar socios que aporten con capital para que el negocio crezca o empiece a funcionar.
- Alianzas entre comprador-proveedor para asegurar un suministro fiable. (panadería con su proveedor de harina).

Entonces identificando estos 4 elementos, se propone como alianza estratégica, profundizar en el tema de los competidores (cooperativas). Algunos motivos para desarrollar esta alianza estratégica son: acceso a recursos y transferencia de conocimiento, aprendizaje, orientación estratégica, reducción de costos, aumento de la eficiencia, satisfacción del cliente, motivos institucionales.

f. Proponer estrategias de Mercadeo que permitan comunicar y cautivar un mercado específico, se debe proponer al menos una acción por tipo de estrategia:

Tabla 3 Estrategias de Mercado

Estrategias	¿Que?	¿Cómo?	¿Con que?	¿Cuándo	¿Quien?
	Programas	Acciones Inmediatas	Recursos necesarios	Tiempo	Responsable
Comunicación	1. On line 	1. Campaña agresiva mediante redes sociales, con logos y posters coloridos con información amena y relevante que capten la atención para dar a conocer tanto el producto como el objeto social que financia el mismo en aras de masificar las ventas y así poder alcanzar un mayor grupo de consumidores.	Inicialmente los recursos serán Propios. Los emprendedores realizaremos los poster y los logos y utilizaremos nuestras redes sociales propias (Facebook, YouTube, e Instagram) para iniciar y promover la campaña.	Tres (3) meses	Los Emprendedores
	2. Voz a voz	2. Promover con las familias, compañeros de trabajo y amigos, además de las personas beneficiadas de la parte social del negocio mediante el voz a voz para llegar a el público que no utiliza redes sociales.			
Posicionamiento	1. Beneficios para la Salud 2. Precio	1. Producir una galleta lo más sana posible con ingredientes naturales,	Estudio de ingredientes a utilizar, creando un	Tres (3) meses	Los emprendedores

Diferenciación

1. Producto casero y Artesanal.
2. Atención personalizada.
3. Presentación del producto.

- como la avena y la quinua, es por esto por lo que este producto ofrecerá un opción mucho más sencilla, saludable y económica para puedan alimentarse más sanamente.
2. Estrategia del precio, mínimo que es accesible para
 1. Cumpliendo la promesa de que las galletas serán productos preparados de forma artesanal con los mejores productos.
 2. Ofreciendo atención personalizada a los clientes que deseen vender las galletas en sus negocios.
 3. Ofrecer el producto tanto en paquete individual como caja especial para regalar

producto sano y económico.
Estudio de Mercado que permita conocer los deseos y gustos del cliente



Marketing Mix (producto, precio, promoción y plaza)	1. Producto	1. Galletas de Quinoa o avena
	2. Precio	(producto tangible y
	3. Promoción	percedero), es una buena
	4. Plaza	alternativa para un snack sano hecho con ingredientes de excelente calidad, es una galleta dulce a base de harina de quinoa o avena endulzada con miel es una receta artesanal que brindan al cliente un producto saludable y económico. 2. tendremos 2 presentaciones así: - Galleta Individual de 15g para venta en dispensador precio mínimo \$200 - Caja para regalo de 150g con caja decorativa \$10.000. 3. Se realizarán campañas online, voz a voz, descuentos por compras en cajas de 150g superiores a 50 mil pesos. 4. Se realizará venta directa, venta mediante intermediarios como Tiendas y supermercados.

Fase 6 Programa de Marketing Digital:

Problemática social

Ayudar a solucionar en gran parte el problema social (consumo de sustancias psicoactivas) encontrado en un grupo de jóvenes del barrio San Benito en la ciudad de Villavicencio, mediante actividades lúdicas, talleres, capacitación, entre otros.

Enseñarles que haciendo empresa inicialmente con la producción y venta de galletas saludables, y en el proceso de formación empresarial adquieren conocimiento de cómo llegar a transformar y mejorar su calidad de vida y la de las personas de su entorno.

El grupo objetivo de nuestro proyecto ya lo tenemos identificado, porque nos enfocamos en los jóvenes de los colegios del barrio San Benito en Villavicencio, que se compone de hombres y mujeres, trabajadores, padres de familias con niños y jóvenes estudiantes de los colegios del sector. En la entrevista realizada en la fase anterior se evidenció que dichos jóvenes están prestos a aceptar nuestra idea de producción y comercialización de las galletas como herramienta para la consecución de dinero que ayudará a las actividades propuestas para que los jóvenes disminuyan el consumo de SPA

La idea es enseñar a los adolescentes a:

Establecerse una meta, que se realizará en equipo y que además es divertida. Ese objetivo puede ser muy variado, ya que con los fondos obtenidos de la venta de las galletas los jóvenes serán los que decidirán qué actividad se va realizar con el fin de proponer una campaña contra el consumo de sustancias psicoactivas en los adolescentes del barrio san Benito de la ciudad de Villavicencio

Tomar decisiones con inteligencia. Los mismos jóvenes son quienes establecen cuántas cajas quieren vender y para qué quieren usar ese dinero. Lo deben hacer por consenso, lo que supone una oportunidad para desarrollar su capacidad de expresarse con los demás y exponer sus puntos de vista. También supondrá aprender a resolver los problemas que se vayan planteando, **Aprender a gestionar el dinero.** Los jóvenes aprenderán a manejar el dinero, dar cambio,

asegurarse que todo está correcto y que cuadren las cuentas. Se enseñan a hacer un presupuesto y hacer un seguimiento.

Desarrollar habilidades Sociales, los jóvenes deben formar equipos de venta, relacionarse entre ellos y sobre todo con muchas otras personas, normalmente de sus colegios o barrios. Se enseñan a mantener una conversación y a explicar a la gente las cosas tan positivas que van a hacer con el dinero obtenido en la campaña contra el consumo de sustancias psicoactivas en los adolescentes en el barrio San Benito de la ciudad de Villavicencio esa temporada.

Ética de los negocios: Porque vender es mucho más que hacer un negocio, es responder a la confianza que se deposita sobre el vendedor, tratando a las personas con cortesía y siendo completamente honestos con los cambios y calidad de nuestros productos.

Esperamos con estas actividades desarrollar una verdadera campaña en contra del consumo de sustancias Psicoactivas, además con las ganancias los jóvenes escogerán las actividades que ellos quieren realizar para involucrar a los demás adolescentes que viven y estudian en el barrio San Benito de la ciudad de Villavicencio; las acciones pueden ser de cualquier tipo como desde patrocinio de actividades deportivas, torneos, equipos, como hasta actividades lúdicas como teatro, música, arte, canto. También organizar salidas turísticas, mini tecas, baile... la idea es que los jóvenes puedan desarrollar cualquier actividad que les permita alejar su mente de cualquier invitación a consumir sustancias psicoactivas

No hay mucha competencia para posicionar nuestra comercialización de la venta de galletas lo cual nos beneficiaría, ya que es con un propósito y una finalidad de ayudar a los jóvenes del sector a que no consuman las sustancias psicoactivas.

Comida sana para el alma, en el momento no tiene competencia directa, ya que ninguna empresa o proyecto busca colocar las galletas para contribuir de manera social, además la clase de galletas es única en el mercado, aunque en el barrio San Benito existan fabricantes de galletas ellos tienen otra segmentación que es ventas al por mayor para subdistribuidores, y las panaderías aledañas fabrican, pero minoritariamente para la venta diaria. (Cariola, O. , 2019)

Desarrollo

Consolidación del programa de Marketing Digital

- a. Imagen de la marca y slogan seleccionado por el grupo



Ilustración 16 logo galletas sanas para el alma; fuente los autores

- b. **Presentación del enlace del Wix con todos los elementos solicitados:**
Imagen de marca y slogan
Vínculos de información de la empresa y sus productos o descripción del servicio.

Enlace Wix: <https://misitiojosenavarro.wixsite.com/misitio-4>



Ilustración 17 página wix fuente los autores

Haz clic aquí

Vínculos de contacto con el prospecto, se puede solicitar Login al navegante.



Click Aquí

<https://galletassanasparaelalma.blogspot.com/2019/07/vinculos-de-informacion-de-la-empresa-y.html>

Vínculos a las redes sociales: a los perfiles y grupos



Click Aquí

<https://www.facebook.com/Galletas-sanas-para-el-alma-465038994282686/?ti=as>



Click Aquí

<https://twitter.com/leonardovalderr/status/1146569868789133313>



Click Aquí

<https://www.instagram.com/galletassanas/?hl=es-l>

Vinculo de video final

https://www.youtube.com/watch?time_continue=126&v=yKQYhfLV-qo

Conclusiones

Después de realizar este trabajo en el cual nos apropiamos de una problemática social, investigamos; buscamos rutas y posibilidades de aportar a la solución de la misma, podemos concluir que:

- Es necesario realizar una planificación precisa y juiciosa que sirva de base para la implementación de un plan de empresarial con énfasis social acertado con objetivos y metas medibles y enfocado en apoyar una metodología que permita realizar actividades que mitiguen el consumo de sustancias psicoactivas en los jóvenes del barrio San Benito de Villavicencio.
- Por medio de este proyecto se plantearon diferentes acciones de innovación social que permitirán por medio del desarrollo de talleres, cursos y actividades identificar los grupos de jóvenes con los que se puedan implementar exitosamente las estrategias en aras de disminuir el consumo de sustancias psicoactivas, siempre con el acompañamiento de personal profesional y especializado en el tema.
- La propuesta de valor es lo que diferencia a un negocio de los otros, para este caso la actividad económica (venta de Galletas) será la encargada de financiar todo el proyecto social, por tanto debemos planear soluciones prácticas e innovadoras con el objetivo de conseguir un mejor resultado por medio de la empatía, la racionalidad y la creatividad, buscando satisfacer las necesidades del cliente y la consecución de los objetivos sociales del plan de emprendimiento.
- Con la parte social del plan de emprendimiento se buscará promover espacios para que los jóvenes y sus familias obtengan las herramientas necesarias para fomentar la prevención del consumo de SPA en sus entornos, y para que a través de actividades lúdicas pedagógicas que fomenten espacios de integración con el fin de fortalecer vínculos basados en la confianza y en el manejo de las emociones.

- También se pudo aprender que el Design Thinking es de gran utilidad en el ámbito de los negocios con énfasis social, debido a su enfoque y contenido humanista que atiende las necesidades reales del entorno para el cual se realiza, finalmente fomenta el pensamiento diferente y abierto, cubriendo diferentes perspectivas para que al final el proyecto sea comercial y socialmente exitoso.
- Finalmente el desarrollo de un Programa de Marketing Digital aplicado en un proyecto de emprendimiento social es una herramienta muy valiosa que permite interactuar con el cliente y con todos los involucrados en tanto en el proceso económico como social, se promoverá la actividad económica y por otra parte se creará conciencia de apoyo en otras empresas públicas y privadas.

Bibliografía

- Cariola, O. . (15 de febrero de 2019). *Marketing: plan para emprendedores*. Obtenido de Cariola, O. (2009). Marketing: plan para emprendedores <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/reader.action?docID=3195470&query=Marketing+para+emprendedores>
- DecibelesFm*. (25 de Julio de 2017). Obtenido de <http://www.decibeles.com.co/aumento-el-consumo-de-sustancias-psicoactivas-en-el-meta/>
- Ecoe ediciones. (2015 de agosto de 2010). *Schnarch, A., & Schnarch, .* Obtenido de Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010). Marketing para emprendedores. Bogotá DC, Colo <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/reader.action?docID=3193395&query=mercadeo+para+emprendedores>
- Gil Viancha, J. G. (2018). *Trabajo de grado*. Obtenido de http://repository.ucc.edu.co/bitstream/ucc/6801/1/2018_factores_riesgo_consumo.pdf
- Laura López. (5 de Mayo de 2016). *Q`ofood*.
- OBS business school. (02 de abril de 2019). *Tendencias y inovacion*. Obtenido de Cinco estrategias para el posicionamiento de una marca: <https://retos-directivos.eae.es/ejemplos-de-empresas-con-buenas-estrategias-de-comunicacion/>
- OBSERVATORIO DE DROGAS DE COLOMBIA*. (12 de 09 de 2014). Obtenido de <http://www.odc.gov.co/Portals/1/politica-regional/Docs/RE0512SEP2014-meta.pdf>
- online personaltrainer. (19 de enero de 2019). *onlinepersonaltrainer*. Obtenido de <https://www.onlinepersonaltrainer.es/>
- Ortiz, M. R. (24 de Enero de 2017). Inseguridad en Barrio San Benito de Villavicencio. *Extra*.
- Redacción PDM*. (22 de 10 de 2018). Obtenido de <https://periodicodelmeta.com/en-25-se-han-incrementado-las-intoxicaciones-por-consumo-de-drogas-en-villavicencio/>
- Revista El Congreso*. (8 de Noviembre de 2018). Obtenido de <http://www.revistaelcongreso.com/clinica-renovar-institucion-de-salud-mental-con-sentido-social/>
- Valderrama, L. (16 de enero de 2015). *GALLETAS DE QUINUA "Q - RICAS"*. Obtenido de <http://galletas-q-ricas.blogspot.com/2015/01/galletas-de-quinua-q-ricas.html>
- Violán, M. Á. (04 de Agosto de 2014). *El blog de retos para ser directivo*. Obtenido de Estrategias de comunicación: ejemplos reales: <https://retos-directivos.eae.es/ejemplos-de-empresas-con-buenas-estrategias-de-comunicacion/>

