

**Diplomado de Profundización para Tecnologías Gestión del Marketing
para el Emprendimiento Social.**

Presentado por:

Diana Marcela Suarez Benjumea

Maribelle sarmiento

Jackson Gómez

Yoiner Castro

Wilson Enrique Urueña Sanabria

Asesor:

Dina Luz Daza

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Arte y Humanidad

Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

Ibaque 2019

Tabla de Contenido

Introducción.....	3
Objetivos.....	4
Metodología.....	5
Fase 1 Cuadro de la actividad colaborativa.....	6
Fase 2 Definición de la problemática social.....	10
Fase 3 Identificación acciones de innovación social.....	17
Fase 4 modelo de negocio Disign Thinking.....	20
Fase 5 Definición de estrategias de mercadeo.....	38
Fase 6 Programa de Marketing Digital.....	53
Fase 7 Evaluación final video.....	62
Conclusiones.....	63
Bibliografía.....	64

Introducción

El del objeto principal de este diplomado que se trata de marketing para el emprendimiento social, lo que se busca o pretende es crear una cultura de liderazgo que nos permita promover la creación o implementación de un proyecto a través del cual se incida positivamente en el mejoramiento de las condiciones de alimentación y vida saludable de todos los posibles consumidores que adquieran nuestro producto, iniciativa basada en la comercialización DE MOJARRA ROJA , creando hábitos que influyan en la calidad de vida de la comunidad y generen vida saludable, minimizando los factores y la problemática de saluden los habitantes del municipio y sus alrededores.

Este trabajo se apoya y basa en la iniciativa se basa en el propósito de cultivar en los consumidores el hábito de consumidor frecuentemente mojarra roja para tener una vida saludable y cuidar nuestro organismo para gozar de un estilo de vida saludable gracias a todos los nutrientes que aporta este alimento. Dadas las condiciones de gran aceptación que tiene hoy en día el consumo de este alimento, el grupo propone incentivar y cultivar su consumo a través de la creación de una empresa comercializadora de mojarra roja entera y debidamente procesada en filetes.

Para llevar a cabo el desarrollo del proyecto de emprendimiento se describirá

La fase 1 diagnóstico de la situación actual social;

Fase 2 definiciones de la problemática social:

Fase 3 la identificación de acciones de innovación social:

Fase 4 modelo de negocio Design Thinking;

fase 5 definición de estrategias de mercadeo

La fase 6 programa de Marketing Digital, temas muy importante para llevar a cabo la comercialización del producto.

Objetivos

Objetivo general

Proponer un proyecto de emprendimiento social para solucionar en gran medida la problemática de desempleo que atraviese el municipio de la jagua de Ibirico cesar, mediante la aplicación de metodologías y herramientas para evaluación de emprendimientos.

Objetivos específicos

- Realizar el diagnóstico de la situación actual social
- Definir la problemática social
- Identificar las acciones de innovación social
- Presentar el modelo de negocio Design Thinking
- Definir estrategias de mercadeo
- Realizar el programa de Marketing Digital, definiendo los objetivos del programa, la imagen de la marca y slogan.

Metodología

Geográficamente el proyecto se ubica en el municipio de la Jagua de Ibirico cesar, metodológicamente se despliegan acciones de entorno social que buscan sensibilizar, motivar, capacitar a la comunidad en el consumo de alimento ricos en nutrientes esenciales para el cuidado de la salud, llegándose a generar una cultura que propicie la toma de conciencia a través de la puesta en escena de prácticas como el consumo de mojarra roja como fuente de una sana y equilibrada alimentación.

Para cumplir con los objetivos del trabajo, se preparó un esquema metodológico con una Secuencia de actividades que se retroalimentaron sucesivamente. La metodología propuesta se basó en hacer un diagnóstico de la situación actual social de la problemática que afronta actualmente el municipio y así mismo se investigó el público objetivo que se ve afectado.

La metodología para el trabajo se planteó de acuerdo a la problemática que afecta a la comunidad y a encontrar una posible solución para contribuir con que de goce de una alimentación sana y sobre todo se mitigue en gran medida la problemática del desempleo, teniendo en cuenta aspectos como el impacto que pueda tener en la comunidad y si el proyecto es innovador.

Este proyecto se desarrolló en seis fases:

Fase 1 análisis de problemáticas sociales.

Fase 2 definición de la problemática social;

Fase 3 identificación de acciones de innovación social;

Fase 4 modelo de negocio Dising Thinking;

Fase 5 definición de estrategias de mercadeo

Fase 6 programa de marketing digital.

**Fase 1 Diagnostico de la situación actual social:
Matriz de evaluación de ideas de proyecto**

Estudiante 1: Yoiner Javier Castro Muñoz

Región	necesidades de la población	grupos más afectados	nivel de impacto	posibles alternativas de solución
Salado blanco Huila	Mejorar la movilidad vial, a través de arreglo de vías	Campesinos del sector rural del municipio de Salado blanco -Turistas	El número de afectados corresponde a un valor aproximado de 4680, tomando como base la población de las veredas circundantes que se intercomunican de forma Terrestre.	Plasmar y gestionar proyectos de infraestructura que mitiguen el impacto de afectación social. Tales como mejoramiento de vías, placa huellas, alcantarillas, pontones, etc.

Estudiante 2: Diana Marcela Suarez Benjumea

Región	necesidades de la población	grupos más afectados	nivel de impacto	posibles alternativas de solución
Jagua del Ibirico- Cesar	falta de un acueducto, alcantarillado, desempleo, inseguridad y sobre todo afectaciones de muchas viviendas que se encuentran averiadas por las voladuras que se realizan en las empresas mineras del sector, de igual forma hay muchas	Los niños: han sido un sector bastante afectados pues son los más propensos a sufrir de las	.) Ambiental: pues el alto grado de contaminación ha provocado muchas enfermedades en el Ambiente.	Que los mandatarios por fin tomen conciencia y que los recursos que llegan al municipio, se han destinados para suplir con todas estas Falencias. De igual manera que le permitan la entrada a los

	afectaciones en la salud pues estamos expuestos al agente contaminante(carboncillo), y muchas personas de nuestra comunidad están padeciendo de problemas respiratorios(neumonías, bronquitis, tos etc.	Enfermedades respiratorias. Pero de igual forma toda la comunidad en general se encuentra padeciendo serias dificultades.	Sociales: falta de oportunidades laborales. Personales: falta de conocimientos o capacidades para desarrollar el trabajo, falta de habilidades y entrenamiento, motivación deficiente entre otros, consumo de Drogas.	Almacenes de cadena y las entidades bancarias que desean entrar al municipio y que pueden generar empleos. Y que las autoridades ejerzan el control frente a los temas de inseguridad y de esta manera disminuyan los actos de inseguridad.
--	---	---	--	---

Estudiante 3: Maribelle Sarmiento

Región	necesidades de la población	grupos más afectados	nivel de impacto	posibles alternativas de solución
Ibagué-Tolima	Desempleo	La inseguridad afecta a todos los grupos, aunque en su mayoría son personas adultas Trabajadoras. El desempleo, en su mayoría son personas profesionales que por sus estudios no consiguen un empleo acorde con un buen Salario.	Sin duda alguna más del 40% de los profesionales se encuentra Desempleados. De la misma manera la inseguridad que se vive se puede decir que está en un nivel De un 35%.	se han ido dictando una serie de cursos donde se capacita al personal de la comunidad en actividades como repostería, panadería, contabilidad, administración y finanzas

--	--	--	--	--

Estudiante 4: : Jackson Jacobo Gómez

Región	necesidades de la población	grupos más afectados	nivel de impacto	posibles alternativas de solución
Municipio de Paulitas, del departamento del Cesar	<ul style="list-style-type: none"> • seguridad vial • Enfermedades transmisibles • desempleo 	<p>En las enfermedades afectan a Niños</p> <p>En el desempleo a jóvenes de 20 a 25 años</p> <p>En la seguridad vial a todas las personas que transitan en la vía.</p>	<p>Estas problemáticas afectan a más de 20000 habitantes del municipio lo cual en el recorrido del año han muerto 5 niños por causa de dengue y más de una decena de muertes de accidentes de tránsito lo cual es una cifra preocupante para la comunidad en general.</p>	<p>Implementar o ampliar campañas para mitigar el desarrollo de estas enfermedades Transmisibles, señalar e implementación de resaltos para la disminución de velocidad los los vehículos, en cuanto al desempleo ampliar y mejorar el emprendimiento social para las personas más vulnerables, todo esto con la ayuda de las comunidades y el apoyo de la alcaldía.</p>

Estudiante : Wilson Enrique Urueña Sanabria

Región	necesidades de la población	grupos más afectados	nivel de impacto	posibles alternativas de solución
Municipio de Montería, del departamento del Córdoba.	<ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad • Drogadicción • Desempleo • Alcantarillado • Enfermedades • Mal servicio de la energía eléctrica 	<p>En la inseguridad, drogadicción; alcantarillado y mal servicio de energía eléctrica a toda la Ciudadanía.</p> <p>En la parte del desempleo, aunque afecta a toda la ciudadanía en cierta parte el grupo más afectado es el de los Jóvenes que quieren empezar una vida laboral.</p> <p>En las enfermedades afecta más que todo al grupo de los niños.</p>	<p>Estas problemáticas afectan a más de 500 mil habitantes del municipio lo cual en el recorrido del año la inseguridad aumentado un 30% más que el año anterior, la tasa del desempleo ha aumentado de una forma exagerada debido a los habitantes del país vecino Venezuela, por otro lado se han elevado las cifras de niños enfermos y por último el mal servicio de energía eléctrica por parte de la empresa Electricaribe</p>	<p>Solicitar un plan de choque estratégico y permanente que garantice la tranquilidad de la ciudadanía, reforzar los planes de prevención de drogas por la forma en como los adolescentes están Cayendo en ese flagelo. Aumentar el personal Polícivo.</p> <p>En el tema del desempleo gestionar con diferentes empresas y entes.</p>

Resultados de votación

Nombre de estudiante	Nombre del proyecto	Votación
Wilson Enrique Ureña	Distribuidora pollo California	Proyecto comercializadora de pescado
Jackson Jácome	Idea de negocio para la producción y Comercialización de huevos de gallinas semicriollas.	Distribuidora pollo californio
Maribelle Sarmiento		Proyecto comercializadora de pescado
Yoiner		Proyecto comercializadora de pescado
Diana Marcela Suarez Benjumea		Distribuidora pollo California
TOTAL		5 votos

Fase 2 Definición de la problemática social

En los últimos tiempos, las tasas de desempleo han crecido notoriamente en Colombia, debido a las crisis que se vienen presentando por el cierre de muchas empresas, por otro la aceleración del flujo migratorio de los hermanos vecinos, que salen a otros países en busca de oportunidades.

Sin embargo, el desempleo en Colombia no empezó desde ayer. Es un fenómeno cotidiano que, se viene presentando desde hace rato, por lo que podemos decir que el desempleo es el principal problema social que existe en Colombia.

Que en los últimos tiempos se ha hecho más visible, pues como mencionamos anteriormente, muchas personas de otros países se han desplazado hacia nuestros lugares de

Origen, incrementando con este el agrupamiento de personas y así aumentando el índice de des empleabilidad mayor a la que ya estemos viviendo.

El nivel de desempleo es el más alto que haya conocido en Colombia, afecta en gran medida a los jóvenes y a las mujeres, la tasa de desocupación de estos dos grupos es cerca del doble de la de los hombres mayores de 25 años. Se debe tener en cuenta también que cerca de la mitad de quienes están ocupados, trabajan en actividades informales o en empresas pequeñas, donde la productividad suele verse limitada por la reducida escala de los negocios y el acceso limitado a los recursos productivos y a las oportunidades del mercado.

EL cesar se posiciono entre los cinco departamentos con el más alto índice de desempleo, y unos de los motivos de esta alza es por la llegada de gran multitud de venezolanos que llegan a esta región y esto ayuda a incrementar la informalidad y de cierta forma el desempleo y la inseguridad en el territorio cesarence.

Según estadísticas la taza desempleo es del 16,5 por ciento y el cesar ocupa el segundo puesto en la costa con este flagelo. Las personas optan por el rebusque en los semáforos, ventas en las calles, y esto hace que esta región requiera acciones que puedan mitigar este problema que a su vez afecta la economía de la región: Otro problema del desempleo y subempleo se origina, básicamente, por el lado de la demanda de servicios laborales: no existe suficiente demanda laboral para una oferta creciente, incrementada últimamente, aunque de forma marginal, por la migración venezolana. Y como la gente no encuentra empleo suficiente, tiene que crear su propio puesto de trabajo para poder sobrevivir como subempleado y, como sus ingresos son precarios, para no reducirlo con los costos que implica la formalidad, se ve forzada a mantenerse informal

Es por esto que para nosotros es muy importante realizar este trabajo, pues nos toca considerablemente como miembros de esta sociedad y futuros profesionales, conocer las causas que genera el desempleo además de las consecuencias que este trae tanto en el núcleo familiar como en el social en general, son principalmente el objeto de estudio de este diplomado.

En la actualidad que vivimos en cada una de nuestras regiones podemos destacar que el índice o nivel de desempleo se ha incrementado y es por eso que es de suma importancia que destaquemos o conozcamos los factores que han conllevado a esto.

La globalización y mundialización de la economía, la innovación tecnológica y el ingreso masivo de las mujeres a la actividad económica, son algunos de los factores más relevantes que hay generado muchos cambios en las estructuras organizacionales, además otros factores que se pueden anexar son que cada día más los hogares sienten la necesidad de incrementar sus ingresos, pues con el sueldo del hombre no basta, pues como vemos cada día la calidad de vida se vuelve más costosa.

EL DESEMPLEO COMO PROBLEMÁTICA SOCIAL

El desempleo conlleva una disminución de los ingresos y, por tanto, produce cambios en el estilo de vida. El desempleo puede traer consecuencias psicológicas negativas como disminución de la autoestima, depresión, ansiedad, etc. Produce un empobrecimiento del concepto que se tiene de uno mismo.

El desempleo no afecta por igual a todas las personas. Hay que tener en cuenta diversos factores como la edad, el tiempo que lleve desempleado o las cargas familiares que tenga.

Además, el tipo de personalidad de cada uno y su forma de reaccionar ante las contrariedades, pueden ser factores determinantes a la hora de conseguir otro trabajo.

El desempleo supone el aislamiento social. El desempleado no sólo pierde los contactos con las personas que se relacionaba profesionalmente, sino que tiende a encerrarse en sí mismo y a dejar de relacionarse con los demás. Se siente inseguro y desvalorizado.

En Colombia se convive casi a diario con diferentes datos acerca del empleo y desempleo a nivel nacional, hay fuentes que demuestran con estudios que el empleo ha crecido, pero hay otras que lo contradicen con los resultados en encuestas. El DANE de nuevo es quien agita las aguas revelando los nuevos números del desempleo en Colombia.

Y no podía ser más desmotivador el contexto, ya que no hay opciones de trabajo y es probable que pase tiempo sin que haya por cuanto el dólar sigue descendiendo y es un riesgo para los empresarios contratar nuevos empleados. Sin embargo, el colombiano se ha caracterizado por ser recursivo y buscan.

Justificación del proyecto seleccionado.

Las grandes empresas en la actualidad se hacen más competitivas dentro de esta rama, si cada vez más adoptan estrategias a fin de garantizar el éxito local. Este planteamiento está basado en nuevos enfoques a fin de alcanzar el éxito a corto, mediano y largo plazo, con el propósito de establecer metas que permitan el alcance en su gestión humana y administrativa, y una evaluación de los procesos que llevan a cabo, para que se optimicen y se establezcan lineamientos a seguir.

Con la creación de esta empresa buscamos alcanzar los objetivos planteados, encontrar soluciones concretas a los problemas y situaciones internas que inciden en los resultados de

los procesos de la empresa a la hora que se dedique al cultivo y comercialización de mojarra Roja, mediante el desarrollo genético, incubación, alimentación, reproducción, control de enfermedades y un buen manejo ambiental , del mismo modo realizar todo lo concerniente al proceso de transformación de estas mojarra en filete de pescado debidamente empacados y refrigerados para su debida comercialización.

Pero lo que más se busca con este proyecto productivo del cultivador y comercializadores de filetes de pescado mi Jagua, en forma contractual es poder brindar oportunidades de empleo y generación de ingresos a los pequeños productores de la zona. Teniendo claro la situación actual de la actividad económica de la Piscicultura para así poder crecer y proyectar por medio de procesos innovadores al crecimiento internacional, nacional y departamental.

Caracterizar la región donde se da esta problemática:

Las regiones que se han visto afectadas con estas problemáticas es **la jagua de Ibirico cesar**, es un municipio con grandes riquezas en minería, pero con un mal manejo por la primera autoridad del municipio, ya que los recursos no son invertidos como deben ser y esto es la causa principal de escasez que vivimos en el día a día.

Pailitas cesar es el siguiente en nuestra lista que podemos decir del impacto del desempleo en esta región, se lo atribuimos de igual forma a la falta de educación y también a las oportunidades laborales, de igual forma vemos notorio como los gobernantes no hacen nada frente a esta problemática y es así que cada día, la gente que se ve obligada a conseguir trabajos informales, pues las carencias son más y las oportunidades menos.

Caracterización socioeconómica general del departamento

En este apartado se presenta una caracterización socioeconómica general del departamento, con el objetivo de dar una mirada global y actualizada a los principales rasgos de la economía de este departamento y de su población, así como a la evolución en el mediano plazo de algunos indicadores clave. Esta caracterización permitirá comprender las particularidades del departamento en el contexto de la economía colombiana y brindar así un soporte cuantitativo para el diseño y aplicación de iniciativas con impacto territorial.

La población que habita este departamento asciende a 991.584 habitantes. Así mismo, el departamento del Cesar tiene un alto porcentaje de urbanización con 73,2%, aunque se encuentra por debajo del promedio nacional que alcanzó 74,35%. En este mismo sentido, la tasa media de crecimiento poblacional exponencial para el quinquenio 2010-2015 se proyecta para 12,95 frente al 11,48 para el total nacional. En consonancia con lo anterior, la tasa bruta de natalidad es más alta en el Cesar que en el total nacional.

En términos de nivel de desarrollo socioeconómico en general, el departamento del Cesar exhibió un PIB per cápita de \$14'308.419 para el año 2011, frente al PIB per cápita nacional de 13'500.280. Esto significa que en promedio una persona del Cesar obtiene 6% más de los ingresos de un colombiano promedio. Así mismo, la distribución del ingreso en el departamento se encuentra altamente concentrada, con un coeficiente de Gini de 0,518, el cual es un poco más bajo que para el total nacional que exteriorizó un Gini de 0,54.

Subregiones del departamento del Cesar

Subregiones	Municipios	Número de habitantes	Actividad Económica
Subregión Norte	Agustín Codazzi	52.235	Industrial, comercial, ganadera y financiera.
	La Paz	22.522	
	Manaure	13.198	
	Pueblo Bello	20.154	
	San Diego	13.565	
	Valledupar	413.341	
Subregión Nor-occidental	Bosconia	34.734	Recibe la influencia del proyecto carbonífero que se explota en el corregimiento La Loma del municipio de El Paso, y es paso obligatorio para el centro y norte del país.
	El Copey	25.956	
	El Paso	22.082	
	Astrea	18.901	
Subregión Centro	Curumani	25.682	Agropecuaria en general, Carbonífera: La Jagua de Ibirico y Chiriguaná y Pesquera: Chimichagua y Tamalameque.
	La Jagua de Ibirico	22.184	
	Becemil	13.680	
	Chimichagua	30.877	
	Chiriguaná	20.691	
	Tamalameque	13.973	
Subregión del Sur	Aguachica	88.883	Su principal vocación es comercial, de abastecimiento e intercambio de alimentos, insumos y servicios. Por ser un punto equidistante entre el norte de y sur de Bolívar, se convierte en un espacio de convergencia para los productos agropecuarios. Se caracteriza por la producción de ganado de carne, palma africana y caña panelera. Además, presenta una importante producción pesquera en Gamarra y La Gloria.
	Gamarra	15.777	
	González	7.842	
	La Gloria	13.612	
	Pelaya	17.401	
	Pailitas	16.710	
	Río de Oro	14.208	
	San Alberto	22.757	
	San Martín	18.089	

En esta sección se presentan algunas estadísticas relevantes para grupos que se encuentran en situación de vulnerabilidad y que constituyen uno de los focos del Plan Departamental de Empleo con el objetivo de definir estrategias y programas orientados a mejorar sus condiciones de bienestar económico y social.

Jóvenes

Como se puede observar en la tabla 7, aproximadamente el 45,8% de los desocupados del departamento del Cesar se concentra en el grupo de edad de 20 a 29 años. Esta situación de desempleo se acentúa especialmente para la población en extrema pobreza, víctimas y personas en situación de desplazamiento, así como en los grupos étnicos.

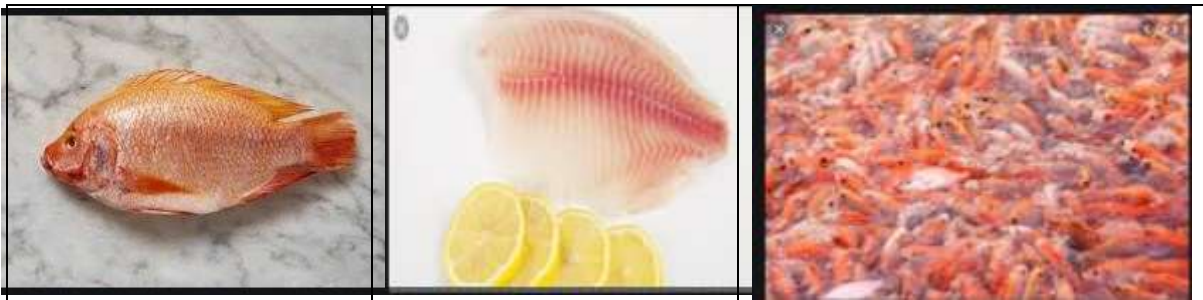
Desocupados del departamento de Cesar por edad

Por edad		
Descriptiva	Número	Part. %
10 a 19	5.755	14,7
20 a 29	17.874	45,8
30 a 39	7.206	18,5
40 a 49	4.881	12,5
50 y más	3.321	8,5

Fase 3 Identificación acciones de innovación social:

La propuesta para la implementación de una empresa comercializadora de mojarra roja entera y procesada en filetes como medio de generación de empleo en el municipio de la Jagua de Ibirico Cesar tiene como fin principal brindar una alternativa de poder brindar una mejor calidad de vida y salud a sus consumidores, así mismo que ayude a la problemática que inciden en la actual crisis del desempleo.

Este proyecto se basa en crear una empresa comercializadora de mojarra roja entera y procesada en filetes mediante alianzas estratégicas, para que el consumidor pueda adquirir nuestro producto al mejor precio y calidad del mercado etc.



Propuesta de innovación social que se aplicarían al proyecto final seleccionado.

La innovación social es un proceso de identificación y solución de necesidades de una comunidad usando estrategias creativas y que perduren en el tiempo. Su objetivo es integral a la misma comunidad de forma activa dentro de la solución del problema.

El primer paso para desarrollar una innovación social es creer. Cree que se puede cambiar el mundo, identificando y trabajando por un problema puntual dentro de una comunidad.

Además, es importante no darse por vencido. Para poder llegar a tener un proyecto perdurable en el tiempo y de alto impacto primero hay que perseverar. Experimentar, planear, intentar varias opciones y ajustar detalles hasta encontrar lo que funciona. ¡No te rindas al primer intento!

Dentro de los procesos de innovación que se aplicarían a nuestro proyecto tenemos como objetivo de introducción los siguientes:

Desarrollo de una estrategia de innovación. Dentro de la estrategia de innovación esta la definición de unos objetivos, en línea con los objetivos estratégicos de la empresa. Se definen las grandes áreas en donde se quieren poner los esfuerzos y presupuesto de innovación.

Objetivos para la innovación: dentro de ellos podemos resaltar gamas amplias de bienes y servicios, penetración en nuevos mercados, mayor calidad en nuestros productos, menores costos.

– **Innovación de productos** (bienes y servicios): Las innovaciones de productos y servicios desarrollados generaran un mayor impacto económico en las ventas.

Proyecto productivo

– **Innovación en los procesos:** aquí en esta etapa nuestra empresa introducirá métodos de fabricación o producción de bienes o servicios nuevos o mejorados de manera significativa, y desarrolló logísticos y mejora de los métodos de entrega o distribución.

– **Innovación organizacional:** como idea fundamental dentro de este ítem es establecer nuevas prácticas empresariales en la organización del trabajo o de los procedimientos de la empresa, nuevos métodos de organización de los lugares de trabajo con el objetivo de un mejor reparto de responsabilidades y toma de decisiones, y nuevos métodos de gestión de las relaciones externas con otras empresas o instituciones públicas.

– **Innovación comercial:** • introducir nuevos métodos para la distribución y la entrega del producto al cliente, mejoras en el manejo logístico a nivel regional.

– Lo anterior lo que nos permitirá llevar un incremento o una mejora en la participación de mercado, a partir de la introducción de productos en nuevos mercados.

Dentro de todos los puntos anteriormente mencionados debemos destacar que para ser innovadores en nuestro proyecto debemos contar también con otros recursos de vital importancia como los son: adquirir conocimientos técnicos que nos permitan estar al día en información, adquirir los conocimientos tecnológicos y experiencia esto lo lograremos recurriendo a los servicios de ingeniería, o cualquier otro servicio de consultoría.

Invertir en equipos, programas informáticos e insumos que incorporen el trabajo de innovación realizado por otros.

Reorganización de los sistemas de gestión y del conjunto de actividades empresariales.

Realizar nuevos métodos de comercialización y ventas.

Además un tema de mucha relevancia que tendremos en cuenta dentro de la propuesta de innovación es * Ahorro de agua, manejo, y uso racional de esta lo lograremos utilizando e incentivando el desarrollo tecnológico del proceso a partir del conocimiento de operaciones para el tratamiento de aguas residuales, logrando de esta manera que la acuicultura sea un proceso responsable con el medio ambiente.

Fase 4 modelo de negocio Design Thinking:

Desarrollo del modelo de negocio mediante la metodología design thinking con todas las etapas y herramientas utilizadas en cada una y sus resultados.

1. modelo de design thinking **Etapas** empatiza aplicado a la problemática del desempleo.

Técnica: mapa mental.

¿Qué es un Mapa mental?

“Un **Mapa mental** es un diagrama usado para representar conceptos (palabras, ideas, tareas) dispuestos radialmente alrededor de una **idea central** (palabra clave). Se utiliza para la generación, visualización, estructura y clasificación taxonómica de las ideas, y como ayuda interna para el estudio, organización, solución de problemas, toma de decisiones, escritura”

La técnica fue desarrollada por el psicólogo británico [Tony Buzan](#) a mediados de los años 90. Con ella se pretende acceder a los espacios mentales de una forma más creativa.

En resumen:

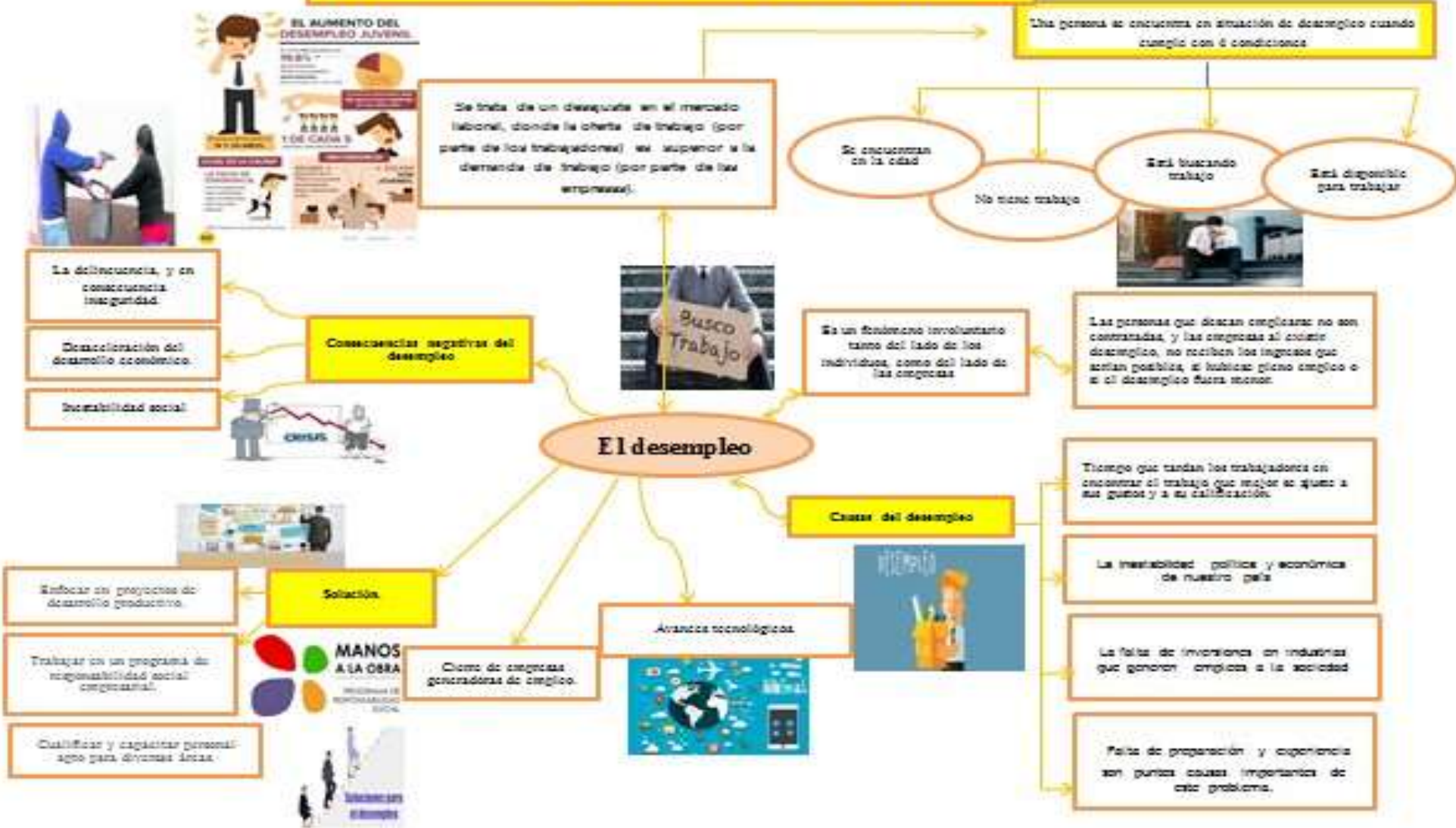
Es una **técnica gráfica** con la que organizamos las ideas a partir de una imagen / concepto central y desde la que se generan nuevas ideas acompañadas de otras imágenes / conceptos que se relacionan con la idea central.

EmpAtIzA



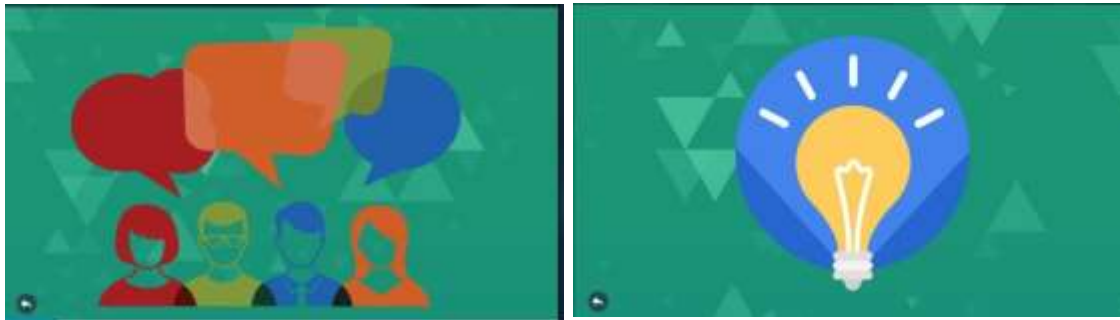


Etapa Design Thinking No. 1-Empatiza, técnica mapa mental



Segunda técnica utilizada o aplicada a la etapa empatiza

Técnica: 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.

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 municipio de la jagua de ibirico cesar.

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

Pasos para desarrollar la Técnica



Paso 1: Define el objetivo del grupo de enfoque, escribe el planteamiento del problema.

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 que nos permitan conocer la población y las posibilidades para intervenir por medio del proyecto de emprendimiento social como lo es la granja en su comunidad.

Para el **planteamiento del problema** podemos decir que el desempleo es una dificultad que se presenta actualmente en Colombia, una gran parte de la población sobre todo de los estratos bajos, tienen pocas oportunidades laborales, tienen dificultades 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, según el DANE (2015) el desempleo en Colombia se situó en un 10,8% siendo la cifra más baja de los últimos 15 años.

Paso 2: Realiza una lista de las preguntas que vas a realizar y cerciérate que estén enfocadas en tu objetivo.

En los grupos focales creo que direccionaría 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 este municipio?

- ¿Qué oportunidades de empleo considera posibles con los recursos actuales?
- ¿Qué piensan del proyecto productivo del criadero y comercialización de mojarra roja?
- ¿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: Normalmente las sesiones de los focus groups tienen una duración de una o dos horas. Programa la fecha, la hora de inicio y la hora en la que la sesión terminará.

Las reuniones se programarían en conjunto con la comunidad, eligiendo el horario más apropiado para todos, preferiblemente los fines de semana al medio día, y con una duración no superior a una hora y media, pues como sabemos la mayoría escoge estos días para compartir y salir de viaje con sus familiares y la idea es no quitarle mucho tiempo.

Paso 4: Busca y reserva alguna sala de conferencia, en esta escribe los nombres de los integrantes en el lugar.

El espacio se reservará es el salón de sintramingerita que es un espacio donde los empleados de los sindicatos tienen para llevar a cabo todas sus reuniones. El préstamo de estas se coordinaría con los encargados.

Paso 5: Crea un folleto que incluya una nota de bienvenida, los objetivos del grupo de enfoque, y las reglas generales que tendrá la reunión.

En este paso se establecerán 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 estarían encaminados en verbalizarles 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 realizaría un cierre con las conclusiones de la sección, además se agradecería por la participación y se realizaría la convocatoria para el próximo focus group donde se podrían empezar a 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 el municipio de la jagua de Ibirico cesar.

Para investigadores 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


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.

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 y encontrar información trascendente.

Etapa Design Thinking No. 2 – Define

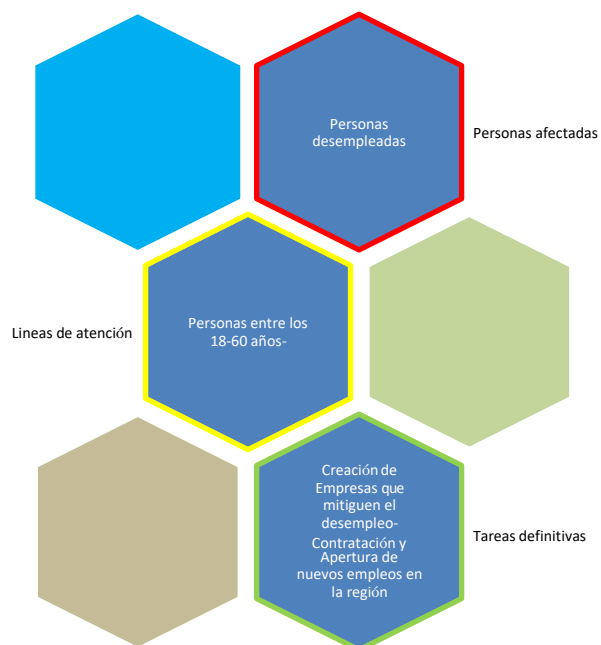
Tecnica: Perfil de usuarios, mapa interacción de usuarios, mapa mental, moodboard.

Perfil de usuarios

<p><i>Nombre;</i> Personas sin empleo de la región</p> 	<p><i>Descripción;</i> personas afectadas por la problemática social del desempleo en la región del Cesar.</p>	<p><i>Objetivos;</i> Implementar nuevas empresas aprovechando el potencial económico de la región.</p>
--	--	--

<i>Frase;</i> Promoviendo empresas		
<i>Edad;</i> desde los 18-59 años <i>Profesión;</i> administradores, biólogos, Maestros, técnicos. <i>Ciudad;</i> San Juan del Iribico-Cesar	<i>Personalidades:</i> jóvenes emprendedores, profesionales, amas de casa entusiastas de laborar en las empresas de la región	<i>Referencias;</i> Ausencia de servicios públicos domiciliario Empresas que promuevan nuevos Empleos.

Mapa de interacción de usuarios



Mapa Mental



Moodboard

El moodboard es una herramienta visual que consiste en la selección de imágenes, fotografías, materiales, etc., que puedan expresar conceptos relacionados con la posible solución y que sean complicados de expresar con palabras. Pueden ayudar a la percepción más certera de ambientes, estilos, valores etc. Por los distintos componentes del equipo.

Personas

Las personas objetivo por la oferta de la solución planteada abarca a los habitantes de la región del Cesar, y demás regiones circunvecinas, así como los mercados nacionales incluso internacionales con el fomento de la piscicultura es considerada una de las actividades económicas más importantes y de las que mayor desarrollo y crecimiento tiene, ya que el 50% del consumo mundial de pescado viene del pescado cultivado.

Con la Piscicultura se pueden emplear eficientemente aquellos sitios que no son aptos para la agricultura, se permite hacer un buen aprovechamiento del agua y la tierra que posee en los terrenos.

¿Cómo podríamos...?

¿Cómo podríamos mejorar el desempleo en la región del Cesar?

Implementando la creación de nuevas empresas que promuevan la generación de nuevos empleos en la región, mitigando la cifra que aumenta día a día con el desempleo, en esta ocasión la creación de una empresa comercializadora, y productora de mojarra roja.

Método de pesos ponderados

Objetivo: Dinamizar la producción de mojarra roja en la región.

El método de pesos ponderados se realiza con el cliente. Nos reuniremos con el equipo de personas que represente al "Cliente", con él definiremos objetivos, funciones que deberá tener el producto, y también sus restricciones.

Objetivo	función	Restricción
Dinamizar la producción de mojarra roja en la región.	Producir y comercializar mojarra roja en la región	No cumplir con las normas legales en la producción y comercialización como lo Exige el Invima.
Puntuación	Opción detallada la más viable del segmento	

Etapas Design Thinking No. 3. Idea

Etapas: Idea




La etapa de Ideación tiene como objetivo la generación de un sinnúmero de opciones. No debemos quedarnos con la primera idea que se nos ocurra. En esta fase, las actividades favorecen el pensamiento expansivo y debemos eliminar los juicios de valor. A veces, las ideas más estrambóticas son las que generan soluciones visionarias.

Design Thinking hace referencia a una metodología para la generación de ideas innovadoras y que toma como centro la perspectiva de los usuarios finales. De esta forma se pueden detectar problemas y necesidades, así como ofrecer soluciones efectivas y en muchos casos, alternativas, para cada una de ellas.

Idea: Como su nombre indica, en esta fase empieza el proceso de generación de ideas en base a los problemas previamente establecidos. El objetivo es tener muchas alternativas de solución y no ir en busca de la mejor solución, al menos de momento. Se debe fomentar que todos los miembros de equipo participen de esta sesión y expongan su opinión y punto de vista. Ninguna idea debe ser descartada y se pueden emplear diversos métodos creativos como lluvia de ideas o mapas mentales, cualquier estrategia que sea más adecuada para tu equipo.

Se debe trabajar particularmente en crear un ambiente en el que todos los miembros se sientan capaces de aportar y dar ideas, sin ser juzgados por ellas. Es esencial que se cree un ambiente libre y de confianza, donde ninguna idea se cuestione.

Propuesta de valor: Filetes de pescado de mojarra roja es un emprendimiento que surge de la necesidad de la población de la jagua de Ibirico y en toda la región, lo cual está dado por la ventaja competitiva, la cual se define como todas y cada una de las características y atributos que hacen del producto algo especial y diferente en el mercado. Es un producto que generara confianza al consumidor final ya que sus precios son más competitivos en el mercado y que llegara al consumidor de una manera higiénica y de calidad siendo estos empacados en envases al vacío para garantizar una mejor seguridad del producto.

Imagen 	Nombre: Producción de filetes de mojarras rojas
--	--

Edad Consumidores a partir de 10 años en adelante	Ubicación: Este emprendimiento estará ubicado en el municipio de la Jagua de Ibirico
Actividad: Producción y comercialización de filetes de mojarra roja en la región del Cesar	Objetivos: Poder satisfacer las necesidades de los consumidores y al mismo tiempo poder generar beneficio a la región como empleo y desarrollo económico

Etapa Design Thinking No. 4 – Prototipo

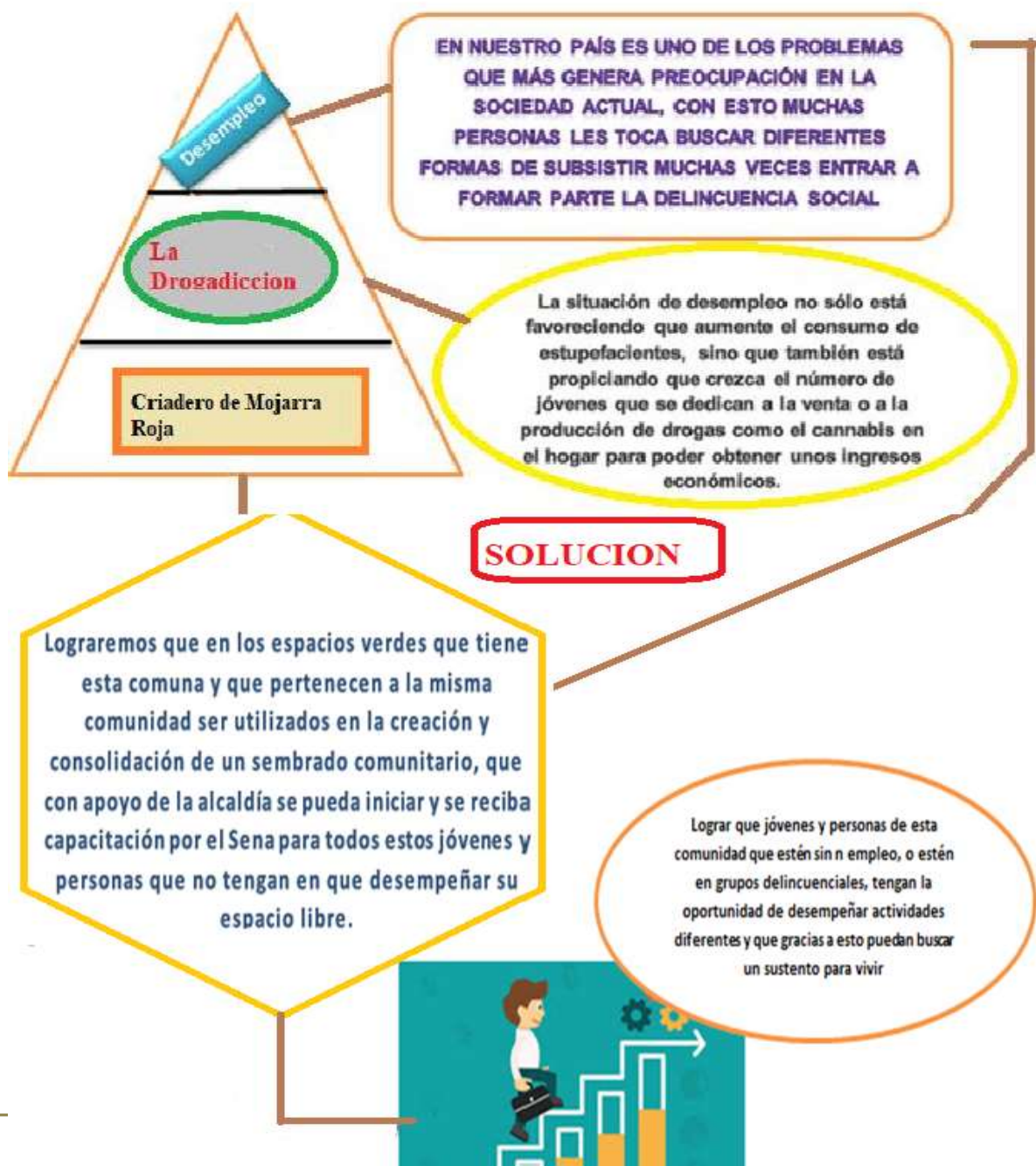
TÉCNICA: prototipo en imagen



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. Es crear un producto mínimo viable (PMV) que tenga la funcionalidad mínima requerida por el cliente y con lo que el cliente y/o usuario pueda trabajar o experimentar, sin usar materiales complejos, buscando siempre la simplicidad. Puede ser cualquier cosa con la que se pueda interactuar: un postit, 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



Etapa Design Thinking No. 5- testea

Por su parte la última etapa es **“Testea”**. La cual se prueba los prototipos con los usuarios implicados en la solución que estamos desarrollando, esto implica que esta fase es crucial, y contribuye a identificar mejoras significativas, fallos a resolver, posibles carencias, entre otras. En otras palabras, en esta fase se afianza la idea hasta convertirla en la solución que estamos buscando.

Para trabajar en esta etapa, se puede utilizar una técnica conocida como **“Mapa de procesos”**, por la cual se evalúa la solución mediante herramientas visuales. El mapa de ofertas consiste en plasmar de forma visual las diferentes funcionalidades de un proceso o servicio ofrece a un usuario final, lo que sin duda ayuda a sostener el dialogo sobre posibles mejoras de una solución o explicación final.

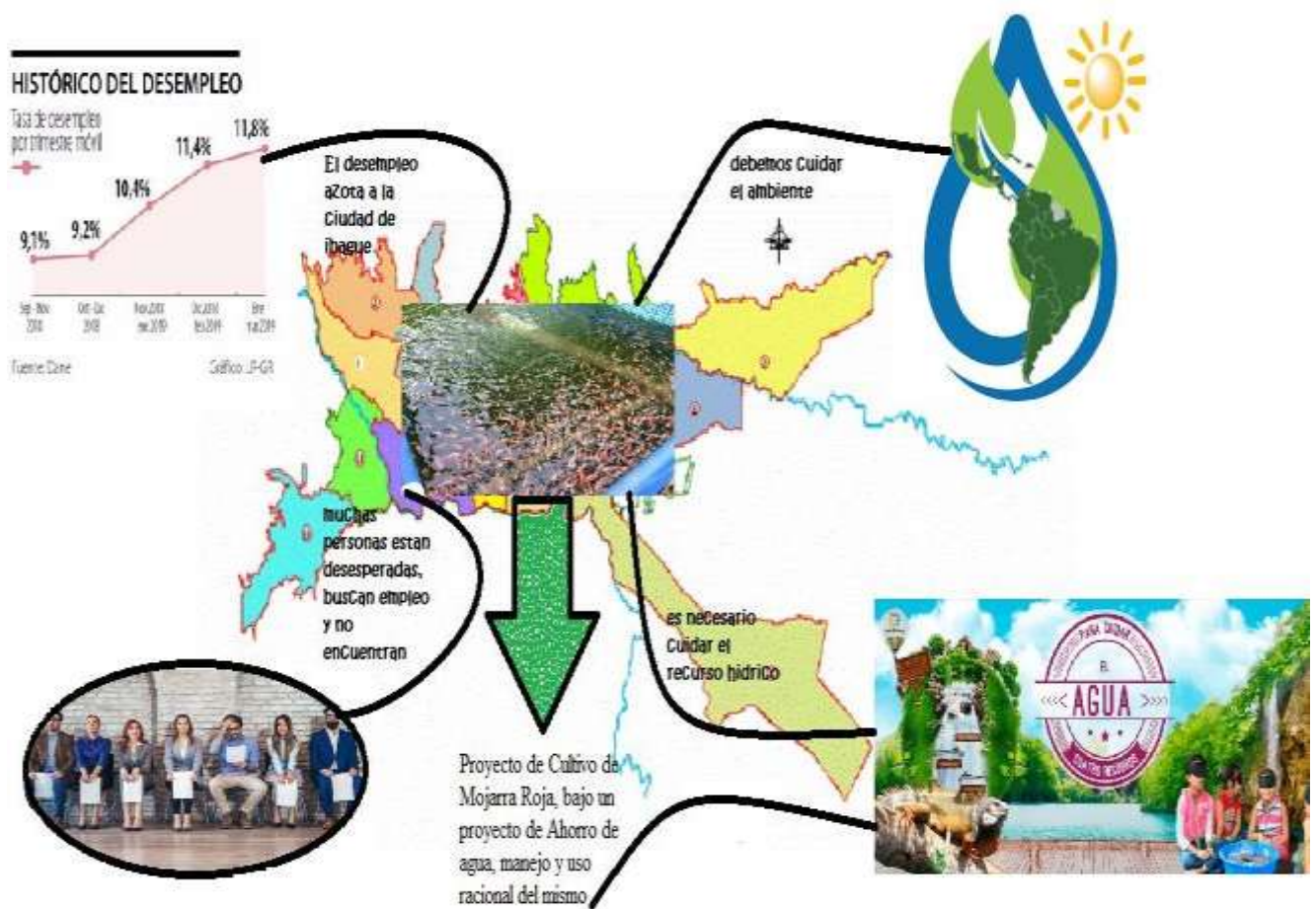
Aterrizando esta información a la problemática abordada en este grupo, se encuentra que el desempleo es una situación que afecta al departamento escogido para el desarrollo del diplomado, y que dentro de las soluciones planteadas por el grupo, se encuentra precisamente plantear proyectos de inversión que mitiguen esta problemática social.

La solución escogida por el grupo fue el diseño de un plan de ahorro de agua, manejo y uso racional, enfocado al cultivo y la siembra de especies acuáticas como la mojarra roja.

Este proyecto de cultivo y siembra de la mojarra roja no solo accede a mejorar la calidad de vida de las personas que puedan trabajar en el cultivo, sino que además, promueve un plan de

Uso del agua adecuado, contribuyendo al ambiente, además de reactivar la economía, contribuyendo a compras importantes a los proveedores.

Esto implica que el proyecto moverá varios sectores de la economía, y será eficiente con el agua, lo que sin duda será un punto positivo en la ejecución del mismo, y más cuando en la actualidad se impulsan el cuidado del ambiente y el uso racional del agua como recurso no renovable.



Fase 5 Definición de estrategias de mercadeo:

Consolidación de la descripción de cada elemento de la gestión del Marketing

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



La piscicultura involucra buenas practicas que conllevan al desarrollo de cría y engorde de peces; la factibilidad de la actividad piscícola se centra en el buen manejo de los recursos, tanto el agua como los peces destinados a la productividad, también toma parte importante la calidad genética, la alimentación, la estricta sanidad los apropiados métodos de conservación y el transporte del producto final.

La mojarra roja es un pescado rico en ácidos grasos esenciales omega 3 y proteínas. Puede ser un gran aliado de nuestra salud cardiovascular y un complemento ideal para la dieta de las embarazadas. Además de todo es un pescado, bajo en calorías y grasas y, debido a su riqueza de [nutrientes](#) esenciales, es ideal para cualquier plan de alimentación saludable. De Hecho, es una fuente importante de vitamina D y proteínas de alto valor biológico.



Aporta proteínas: Si observas la información nutricional de la mojarra roja podrás comprobar que es un alimento con una cantidad importante de proteínas de alto valor biológico, nutrientes esenciales, que participan en los procesos cognitivos y en la salud metabólica. Cada porción de 100 gramos aporta hasta 20 gramos de proteínas, es decir, una cantidad similar a la que contiene el pollo; Las [proteínas](#) de alto valor biológico son Aquellas que más aminoácidos contienen y, por lo tanto, son necesarias para mantener una dieta equilibrada.

Añadir mojarra roja en la alimentación regular es una forma sencilla y deliciosa de brindarle importantes beneficios al sistema cardiovascular. El DHA no se produce de forma natural en el cuerpo, así que es necesario conseguirlo a través de los alimentos.

El DHA contribuye a mejorar la circulación sanguínea, un factor clave para evitar la presión arterial alta y problemas del corazón, y este alimento lo contiene.

Los ácidos grasos pueden disminuir los niveles de colesterol malo en las arterias, una causa principal de aterosclerosis y enfermedades cardíacas y vasculares.



A diferencia de otros tipos de pescado, la mojarra roja contribuye a mejorar el proceso de digestión, no solo por sus nutrientes esenciales, sino por su textura.

Dado que es un pescado bajo en grasas, no es pesada para el [sistema digestivo](#), lo que impide la inflamación o el estreñimiento.



Aunque el contenido de hierro de la tilapia es mínimo, esta cuenta con otros [nutrientes](#) que pueden ayudar a prevenir la anemia. Vitaminas del grupo B (B3, B6, B9 y B12) Magnesio, Zinc. Éstos nutrientes, a su vez, ayudan a mantener la piel, el cabello y las [uñas saludables](#).



Por su contenido de proteínas de alto valor biológico y nutrientes esenciales, la mojarra roja es una excelente opción para cuidar el peso sin descuidar la alimentación. Las proteínas trabajan en el proceso de formación de masa muscular, lo que permite mejorar la actividad

Del metabolismo, mejora el rendimiento físico y mental, favoreciendo la resistencia durante las actividades deportivas. Es un alimento que prolonga la sensación de saciedad, disminuyendo la [ansiedad](#) que conlleva a tener continuos “picoteos”.

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

Grupo objetivo o consumidor:

El grupo objetivo o segmento comprendido va dirigido a todos los habitantes del municipio y sus alrededores (corredor minero), restaurantes, supermercados, y demás Correspondiente al segmento de la población con poder de decisión de compras dentro de la canasta familiar.

Para identificar el grupo objetivo o nicho de mercado, partiendo de la finalidad de atacar la Problemática y conjunto a estrategia de plaza el cliente objetivo es supermercados, plazas de mercados, empresas del sector, restaurante entre otros, ósea personas en general que desean dentro de su consumo implementar en su alimentación la mojarra roja como fuente optima de alimentación y vida saludable, que vean ese factor diferenciador y tengan la necesidad de mejorar su calidad de vida, buscando un bien propio pero sobre todo el bien común, más allá de competir con precio, calidad e imagen es generar estrategia de innovación social y sensibilización. Consumidores. En un estudio se encontró que normalmente el consumo de carne de pescado es elevado en poblaciones localizadas a orillas de los ríos, zonas costeras y grandes centros urbanos, pero en otras regiones debido a La poca oferta su consumo es muy bajo. La población de ingresos altos prefiere consumir mariscos, pescados de mar, productos importados y provenientes de la acuicultura, mientras

Que la población de ingresos medios y bajos prefiere pescado de río y de cultivo, y los enlatados (atún y sardinas).

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.

La segmentación del grupo objetivo se rigió bajo el criterio del conocimiento de los hábitos de consumo de los diferentes niveles socioeconómicos de la población de las áreas geográficas sujetas a estudio, se rigió bajo el criterio del conocimiento de los hábitos de consumo de los diferentes niveles socioeconómicos de la población de las áreas geográficas sujetas a estudio, con el fin de obtener información estructurada y poder conocer hábitos de compra y consumo para poder desarrollar campañas de comunicación y publicidad dirigidas. Todas las encuestas desarrolladas fueron cara a cara, para asegurar que todas ellas respondan a los criterios mencionados, se ejecutó un filtro de selección de la muestra a todos los encuestados.

Con el fin de obtener información estructurada y poder conocer hábitos de compra y consumo para poder desarrollar en un futuro campañas de comunicación y publicidad dirigidas.

Segmentación geográfica y demográfica Se distinguen en tres mercados principales, según un horizonte de tiempo, de la siguiente manera:

Inmediato: en la región de la jagua de Ibirico cesar, ya que no se ha consolidado la estructura de precios, ni el tratamiento de frío o de almacenamiento en otras localidades

Diferentes. Es necesario mantener este mercado puesto que representa liquidez tanto para el productor como para el intermediario, en los volúmenes establecidos.

Corto plazo: Municipios aledaños, porque concentra la mayor población continúa de la jagua de Ibirico cesar.

Largo plazo: en la capital del departamento del cesar y demás partes del país, donde podamos llegar y lograr el abastecimiento de nuestro producto además porque estos cuentan con un alto número poblacional importante para el crecimiento de nuestro negocio.

Segmentación por factores de mercadotecnia Conocidas algunas condiciones de los compradores de pescado, es una realidad que la empresa por ser nueva en el mercado y no poseer paquetes tecnológicos en todas las etapas desde la siembra hasta la post-cosecha, y menos que pueda responder a competidores mejor desarrollados o más cerca de los centros de consumo, la estrategia competitiva debe darse inicialmente en precios y el manejo de estándares de calidad que se proyecta concretar en máximo un año con la certificación de ISO 9000 en procesos y la BPA (Buenas prácticas agrícolas) lo que nos permitirá asegurar al cliente que estamos satisfaciendo necesidades alimenticias con altos márgenes sanitarios y de calidad. Aprovechando este valor agregado se proyecta un gran esfuerzo de mercadeo en publicidad, promoción y canales de comercialización.

Segmentación psicográfica Siendo la competitividad por precio, lo lógico es que el segmento al que se dirige la cachama roja, sea a todos los estratos pero en especial a los estratos 1, 2 y 3, es decir, de bajos a moderados recursos económicos; con grandes necesidades nutricionales; con hábitos de compra como el regateo, precios bajos, mercados

Públicos o populares. Clasifican aquí las plazas de mercado, los mercados de barrio ambulante y propio.

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).

Principales participantes y competidores potenciales: pues alrededor del municipio de la jagua hay varios campesinos que se dedican a la cosecha de mojarra roja, pero en si no tienen una empresa definida para comercializar su producto, sino que lo ofrecen a sus conocidos cuando este ya está apto para su venta.

Aunque también es de conocer que existen varias empresas dedicadas al engorde de gallina y su respectiva comercialización, ellos también entrarían hacer parte de nuestra competencia, aunque no estemos hablando del mismo producto, ellos también ocupan un espacio de inserción en el mercado, pues satisfacen una necesidad parecida a la de nosotros y es brindarle a comunidad alimentación.

Por tal razón una ventaja del producto ofrecido por nuestra organización frente a la competencia sería la implementación de sistemas de gestión de calidad ISO 9001:2000, la BPA y HACCP, lo que permitirá al consumidor adquirir productos con valor agregado y óptima calidad, debidamente certificados por los entes autorizados en Colombia.

Según datos estadísticos del Sistema de Información del sector agropecuario y pesquero colombiano – SISAC, son muy pocas las líneas de tilapia roja o como la conocemos mojarra roja que superan los rendimientos alcanzados por las líneas Colombianas, lo que

Justifica la alta demanda por reproductores. El Departamento del Cesar continúa como el mayor productor de tilapia roja. Cabe anotar que el 70% de la producción reportada en la jagua de Ibirico, corresponde a la producción de tilapia roja. En cuanto al cultivo en estanques, es cada vez más popular las siembras en policultivo, combinando entre 2 y 3 especies, combinando principalmente a la Tilapia roja; En el departamento del Cesar se ha presentado avances en materia de competitividad, percibidos en el mejoramiento de los sistemas de cultivo, aumento de los volúmenes de producción, incremento de la oferta de semilla de algunas especies piscícolas, disminución en el índice de conversión alimenticia y reducción en los precios relativos del pescado de cultivo con respecto a otros productos cárnicos, entre otros.

Productos Sustitutos Un producto sustituto es aquel que puede ser reemplazado por otro y brinda igual satisfacción y bienestar; generalmente un producto es sustituido por otro ante cambios o variaciones en el nivel de precios, renta o gustos. Los filetes de pescado, el atún y las sardinas se consideran como productos sustitutos de la misma categoría de la tilapia Roja. Los sustitutos cercanos ubicados en la categoría de cárnicos se encuentran la carne de pollo, de res y de cerdo.

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

Aliados claves son las redes de proveedores y contactos necesarios para que el proyecto de negocio que tenemos en mente, funciones con la garantía de ser un complemento de lo que hacemos de manera autónoma.



Trabajar con aliados es un buen mecanismo para utilizar menos recursos financieros para desarrollar el proyecto, teniendo en cuenta quien en ocasiones el actor/dueño de los recursos podría estar dispuesto a asumir algún riesgo a cambio de una mayor recompensa.

Por lo tanto, generar alianzas claves es una estrategia para lograr los objetivos del proyecto por un camino de menor riesgo, maximizando la posibilidad de éxito.

MINISTERIO DE AGRICULTURA El compromiso es establecer y difundir en concurso con el sector privado campañas de promoción para estimular el consumo de los productos de la cadena de la piscicultura de acuerdo con los recursos disponible.

CAMARAS DE COMERCIO Apoyo a los jóvenes empresarios organizado eventos con el fin de promover ideas frescas con mucho futuro.

MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE Conformar un grupo interinstitucional con el objetivo de estudiar los procedimientos y el régimen sobre licencias permisos etc. para ejercer la actividad, así como revisar y actualizar la normatividad.

Otros aliados comprometidos con el proyecto y que se convierten en aliados indispensables a la hora de llevar la puesta en marcha del negocio ellos son: SENA Alcaldía y Gobernación, etc.

Perspectivas del Sector: La piscicultura en Colombia reúne a múltiples agentes económicos partícipes en las diferentes actividades de la producción y comercialización de los bienes finales e intermedios de la cadena. Éstas corresponden a la producción, las actividades de levante y engorde, el procesamiento o transformación de los peces, y los canales de comercialización, la prestación de servicios financieros y de transporte, se vinculan paralelamente a la dinámica del sector. Así mismo, la participación de instituciones públicas como son los Ministerios de Agricultura, de Ambiente, de Hacienda, y de Comercio Exterior, el SENA y el INCODER, entre otros, le brindan apoyo para su desarrollo competitivo. Al mismo tiempo, las características geográficas del país en cuanto a disponibilidad de recursos hídricos y suelos aptos. De igual manera, el consumo local y nacional de bienes derivados de la piscicultura ha venido creciendo significativamente, presentándose en oportunidades de mercados, las cuales deben ser aprovechadas.

Consolidación de la descripción de cada elemento de la gestión del marketing que se definió de manera individual hasta el punto e.

Propuesta de estrategias de mercadeo se presentaran mediante un esquema o cuadro de estrategia como:

En el cuadro deben describir los tipos de estrategias de comunicación, de posicionamiento, de diferenciación y del marketing Mis (producto, precio, promoción y plaza).

Estrategia	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con que?	¿Cuándo?	¿Quién?
Comunicación	<p>Se debe fomentar un ambiente social que garantice una receptividad sobre el consumo de la mojarra roja.</p> <p>Acuerdo con entidades públicas y canales institucionales.</p> <p>META: Llegar a mayor número de consumidores por medio de las alianzas estratégicas y del mismo modo posicionar sus productos.</p>	<p>Mediante una campaña de promoción.</p> <p>Realizar alianzas estratégicas con empresas afines a la gestión o labor social, tales como: asociaciones cooperativas, fundaciones, y canales públicos</p> <p>Elaborar propuestas de comercialización teniendo en cuenta las características de cada canal seleccionado.</p>	<p>A través de la prensa, radio e internet, los beneficios personales y sociales del consumo de mojarra.</p> <p>Hacer acuerdos comerciales con las empresas que brinden mejores condiciones para cumplir el objetivo global, con recursos propios y donaciones.</p> <p>Patrocinio de entes de interés social</p>	<p>Desde su inicio</p> <p>A decisión de las directivas 3 meses antes de la puesta en marcha.</p>	<p>Proyecto productivo de mojarra roja</p> <p>Directivas</p>
	<p>Campaña publicitaria.</p> <p>META:</p>	<p>Invertir en publicidad en radio, prensa televisión, volantes, avisos, vallas, tarjetas, flayers etc. Así como la creación de una página web.</p>		<p>A decisión de las directivas 3 meses antes de la puesta en marcha</p>	<p>Directivas y departamento o agencia contratada.</p>

Estrategia	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con que?	¿Cuándo?	¿Quién?
	Conseguir por medio de la publicidad el posicionamiento y reconocimiento de la organización y su producto.	Decidir si la publicidad la realiza directamente la empresa o una agencia publicitaria concurrir a eventos, sectoriales, gremiales, eventos, ferias y exposiciones			
Posicionamiento	Garantizar una satisfacción en el usuario potencial que garantice una receptividad del consumo de mojarra.	Capacitaciones para promover y cultivar el hábito del consumo de mojarra como fuente de vitamina y equilibrio sostenible de nuestra alimentación, para el cuidado del ser humano.	Conferencias	Cada 4 meses.	Nutricionistas especializados en el tema de vida saludable.
Posicionamiento	Relaciones Publicas Llegar a mayor número de proveedores y empresas aliadas por medio de las alianzas estratégicas y a mayor contribución social.	Planear la búsqueda de empresas potenciales. Catalogar estas empresas en función a variables tales como su volumen de ventas, capacidad Financiera y su crecimiento.		En conjunto con la campaña publicitaria.	Departamento comercial.

Estrategia	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con que?	¿Cuándo?	¿Quién?
Diferenciación	<p>Captar la atención del cliente hacia decir si al consumo de mojarra roja como fuente de energía y equilibrio para nuestra vida y salud, a la imagen que se le dé, a los canales de distribución.</p>	<p>Conformación de una fuerza de venta especializada, ofreciendo al cliente asesoría sobre la adquisición del producto y el beneficio de este.</p>	<p>Asesorías especializadas sobre el consumo de mojarra roja.</p>	<p>Cada cuatro meses.</p>	<p>Especialistas del área de la nutrición.</p>
	<p>Beneficio social, Vida saludable</p> <p>Meta: mediante el valor agregado y beneficio social, para las empresas aliadas y comunidad lograr posicionamiento y reconocimiento.</p>	<p>Sensibilización social de ventajas y beneficios de aliarse con el proyecto</p>	<p>Valor agregado de cada colaborador estrategia comercial incluida en el valor campaña</p>	<p>Antes y durante la ejecución del proyecto</p>	<p>Directivas y todos los agentes que intervienen</p>

Estrategia	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con que?	¿Cuándo?	¿Quién?
Producto	Prestación del servicio de promoción del consumo de mojarra roja como fuente de vitaminas y energías para el buen funcionamiento del cuerpo humano y de que de esta manera, se consolide como uno de los alimentos principales en el diario consumir de la comunidad Jaguera y sus alrededores.	Ampliando el acceso a nuevos clientes y la posibilidad de difundir sus ofertas especiales a través de un nuevo canal.	Por medio de la Plataforma web será diseñada de forma intuitiva para que la mayoría de las personas la entiendan y saquen el mayor provecho de ella.	Indefinido mientras esté vigente la promoción	Proyecto mojarra roja mi Jagua.
Precio	Precios que puedan ser accesibles para nuestro mercado objetivo.	Creando un producto que brinde además de calidad, buen precio y accesibilidad del consumidor.	Transporte de la empresa y demás medios involucrados.	Dependerá de los precios de la materia prima y de otros factores. También se estudiara ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencias	Proyecto mojarra roja mi Jagua.

<p>Promoción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad: • Entregas • Relaciones públicas • Promoción de ventas 	<p>-Se utilizará la táctica de referidos donde un cliente trae otro cliente efectivo para otórgale el beneficio.</p> <p>-Hacer un estudio de las redes sociales que presenta mayor captación de usuarios para hacer presencia en estos</p>	<p>La publicidad será realizada por redes sociales (Facebook y Twitter), también por medios tradicionales como volantes, radio.</p> <p>Vallas publicitarias, <u>mupis</u></p>	<p>Se repartirán volantes publicitarios semanas antes de la apertura y Permanentemente, mientras el proyecto esté vigente.</p>	<p>Proyecto mojarra roja mi Jagua.</p>
<p>plaza</p>	<p>Establecer puntos de ventas, tiendas, supermercados, lo importante es de tener fácil acceso para nuestros clientes</p>	<p>Mediante una estrategia intensiva basada en la ubicación en zonas estratégicas.</p> <p>-Almacenamiento</p> <p>-Transporte</p> <p>-procesamiento de pedidos</p>	<p>Todos los medios publicitarios que nos sirvan para llegar a obtener el posicionamiento en nuestro sitio de distribución.</p>	<p>Constantemente la idea es que no debemos descuidar ninguno de los puntos del marketing mix.</p>	<p>Proyecto mojarra roja mi Jagua.</p>

Cada estudiante va a proponer los objetivos del programa de Marketing digital para la idea de negocio del proyecto de emprendimiento social.

Objetivo del programa de Marketing digital para el proyecto de emprendimiento social.

- ✚ Generar un plan de marketing digital que permita la captación del tema por número de Clientes posibles por medio de las diferentes herramientas Web y su adecuado uso.
- ✚ Identificar los clientes potenciales por medio de herramientas analíticas digitales para establecer un plan de acción.
- ✚ Establecer el canal o medio adecuado para la promoción y campaña del marketing digital de acuerdo al perfil del cliente para cumplir el objetivo principal.
- ✚ Utilizar todas las herramientas digitales (web y redes), para lograr posicionamiento, fidelización y sostenibilidad de la empresa.
- ✚ Crear publicidad mediante imágenes, memes, videos y publicaciones en diferentes plataformas digitales, como Facebook, twitter, YouTube, etc. Con el fin de que la popularidad y el interés hacia la empresa crezca y así generar mayores ingresos económicos, posicionamiento y, por lo tanto, alcanzar una mayor captación de clientes para lograr el objetivo principal.

1. Cada estudiante va a proponer una marca para la idea de negocio, con nombre y slogan.

Nombre; Comercializadora de mojarra roja 1^a

Eslogan; El mejor alimento al mejor precio...!



Presentación del enlace del Wix con la imagen o pantallazo de la página diseñada

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.

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

Vínculos a las redes sociales: a los perfiles y grupos.

Vincular al Wix el blog que debe contener las acciones seleccionadas a aplicar en el proyecto de emprendimiento social

Obtener ayuda (C) | Campus Virtual | 110011A_614: Fac... | COMERCIALIZADORA MOJARRA ROJA 1A

resparqja.blogspot.com

COMERCIALIZADORA MOJARRA ROJA 1A

Página principal | SERVICIOS

Página principal

lunes, 25 de noviembre de 2019

ACCIONES DE MARKETING DIGITAL

Facebook: Con Facebook puedes promocionar el lanzamiento del producto, atraer clientes, interactuar a los seguidores, abrir un canal para dar soporte a los clientes o incluso hacer ventas. Asimismo, hay varias acciones para potenciar el uso de esta red, y una de ellas es Facebook Ads, la herramienta de acciones de esta red social. Para utilizarlo es necesario que crees una Página. Así, los futuros anuncios serán dirigidos a la lista de interés (o intereses) de las personas que nos siguen.



COMERCIALIZADORA MOJARRA ROJA 1A

COMERCIALIZADORA DE MOJARRA ROJA 1A



AL MEJOR ABASTO AL MEJOR PRECIO

DIGITAL MARKETING

Windows taskbar: 11/25/2019

Obtener ayuda (C) | Campus Virtual | 110011A_614: Fac... | COMERCIALIZADORA MOJARRA ROJA 1A

resparqja.blogspot.com

Obtener ayuda (C) | Campus Virtual | 110011A_614: Fac... | COMERCIALIZADORA MOJARRA ROJA 1A

resparqja.blogspot.com

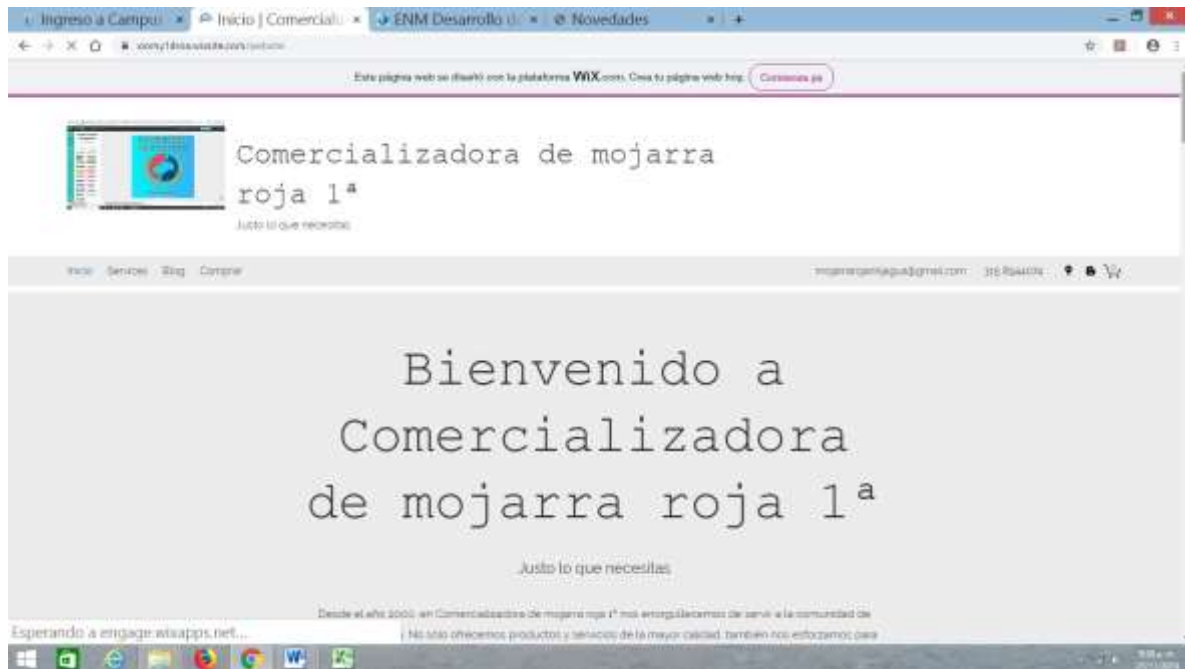


LinkedIn: Lanzada en 2003, LinkedIn es una red social diferente de todas las demás, ya que está dirigida a usuarios profesionales y no necesariamente vende algún producto o servicio. Por lo tanto, por ser una red social donde están varios expertos de áreas diferentes, LinkedIn es un gran canal para promocionar tu marca y tus servicios. Ver cómo una actividad en el mercado. Además, esta red te permite más contactos, es decir, hacer networking con personas que son referentes en diversos nichos, pudiendo incluso servirte en acciones estratégicas para tu negocio.



YouTube: es una red social de videos de Google que cuenta con más de mil millones de usuarios registrados. Además, hoy en día es considerado uno de los buscadores más importantes, ya que muchos usuarios utilizan YouTube para buscar diversos contenidos. A diferencia de los otros redes sociales, YouTube se centra en videos, en temas interesantes y que atraen mucho la atención de las personas por su facilidad de consumo. Con un canal en YouTube tienes la posibilidad de promocionar tu producto de venta de bienes de consumo, así y también conseguir más referencias en sus nichos, ya que puedes hacer videos que refieren a sus clientes de la necesidad de tu producto.

Windows taskbar: 11/25/2019



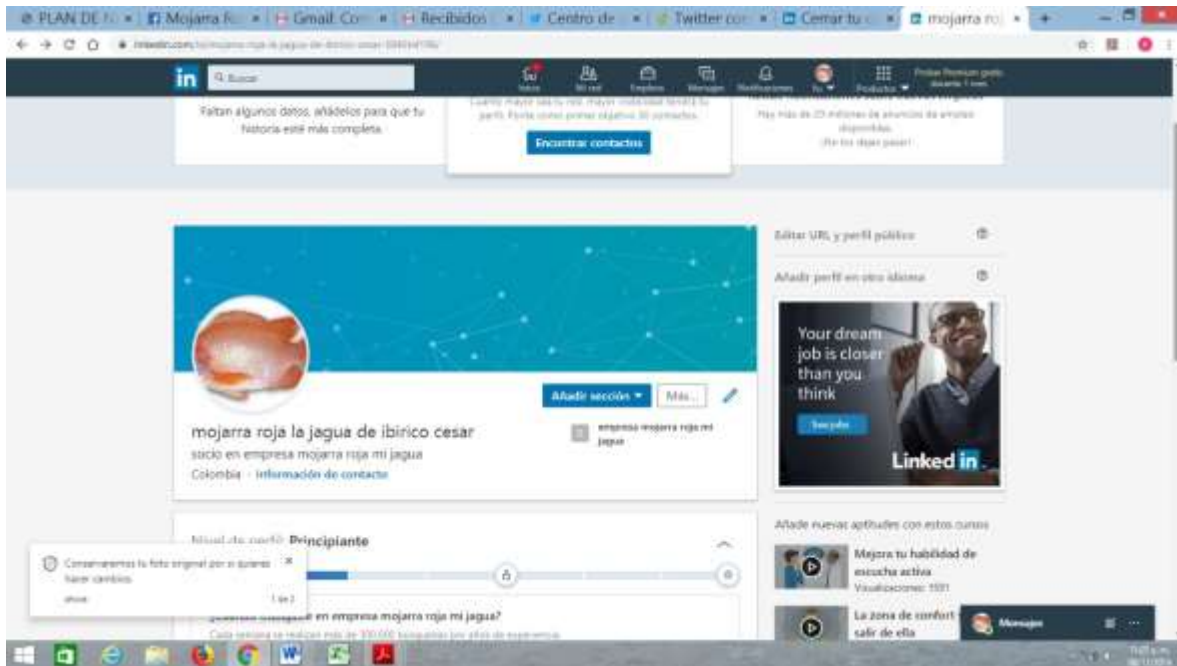
3. Cada estudiante va a proponer las acciones de marketing digital aplicables al proyecto de emprendimiento social, así:

Social Media: deberá describir la estrategia y acción desarrollando los contenidos a manejar en redes sociales. (YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter), se debe describir el propósito de cada acción dentro del proyecto de emprendimiento social.

De acuerdo a nuestro proyecto y evaluada la teoría estudiada las redes más apropiadas para nuestra campaña son el LinkedIn, You Tube, Facebook y Twitter, ya que el perfil de clientes son empresas, empresarios y como personas naturales, comunidad en general, etc.

LinkedIn: Esta es la red social profesional por excelencia, y este es un factor que hay que saber aprovechar a la hora de apostar por la publicidad en esta plataforma y esto será lo que nuestra empresa tenga en mente y apostara con miras a conseguir los objetivos trazados.

Al ser una herramienta de uso profesional, invertir en campañas de LinkedIn Ads puede tener un rol muy positivo si tienes una empresa que busca un perfil más profesional.



2. Apertura de una página en Facebook: en esta nos registramos con un usuario y contraseña que corresponda a nuestro proyecto ejemplo: mojarrarojamijagua@gmail.com ingresamos a la página de Facebook en crear página. Esta página nos permite llegarle a todo tipo de público ya que en una red social tan reconocida como Facebook podemos dar a conocer nuestro proyecto y así mismo a la gente que le guste nos siga y nos recomiende a sus contactos.



3. YouTube: se usará esta plataforma y mediante videos promocionales, se impulsará la marca y la forma de vida que proponemos, llegando así a nuevos clientes. Se espera cada 15 días publicar un video en el cual se comente acciones promocionadas por la marca.

Estrategia: Conseguir que la mayor cantidad de gente vea la publicidad.

Acción: Crear videos publicitarios de la empresa los cuales serán presentados al comienzo, mitad y al final de videos, de forma aleatoria, además de crear recuadros de publicidad en la página de YouTube.



4. Red social de microblogging: Un servicio de microblogueo —del

Inglés **microblogging**—, también conocido como nanoblogueo, permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, generalmente solo de texto. Las opciones para el envío de los mensajes varían desde sitios web, a través de SMS, mensajería instantánea o aplicaciones ad hoc.

Permite enviar mensajes de 280 caracteres, que pueden ser vistos por otros usuarios y puedes seguir a otras cuentas de tu interés, además de conseguir seguidores. Dichos

Mensajes son denominados «tweets» y, aunque estos concretamente son públicos, también es posible iniciar conversaciones privadas, donde estos mensajes son denominados DM (Directa Messages o «mensajes directos»).

Estrategia: con el uso de esta plataforma, podemos conseguir varios efectos beneficiosos para nuestra marca y para generar una reputación acorde con nuestros valores del proyecto social.

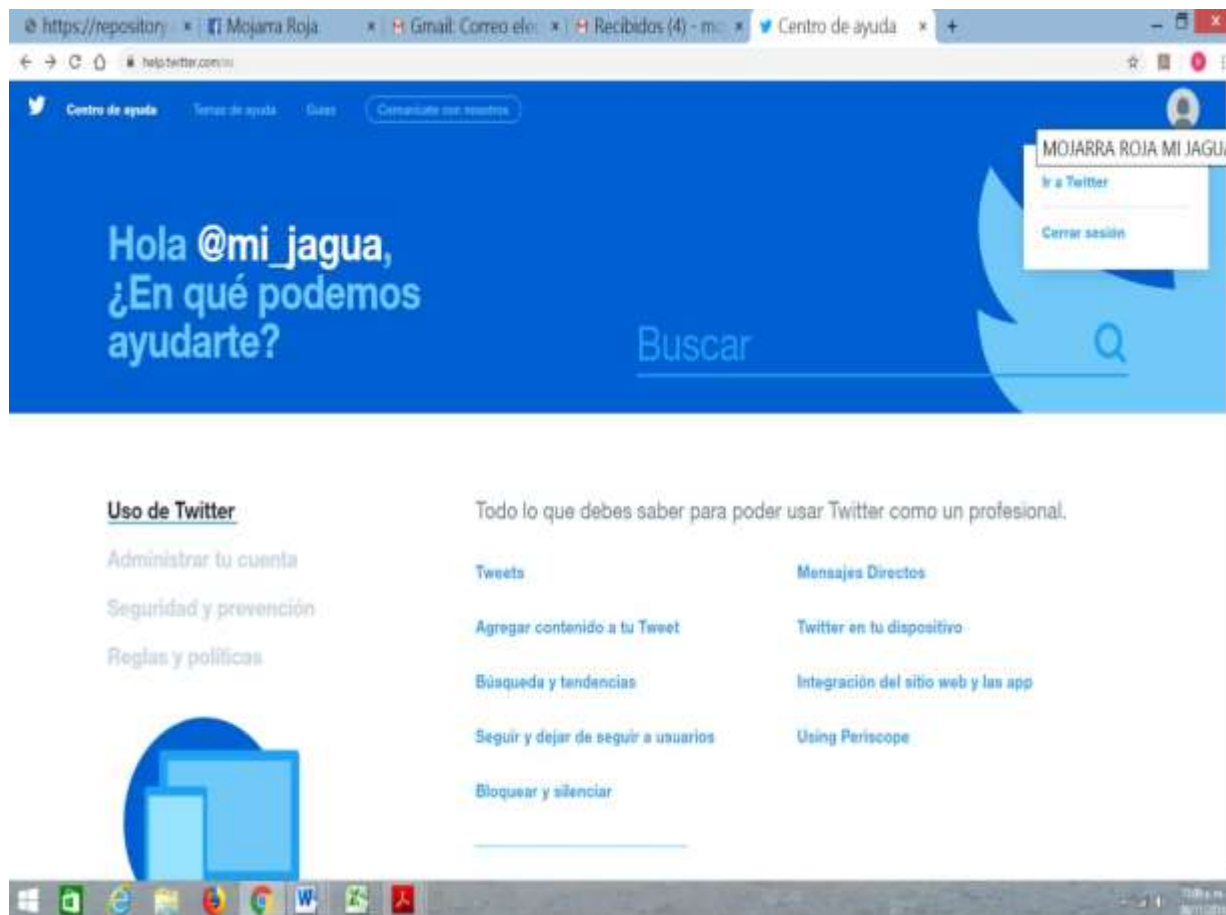
Acción: haciendo que cada día uso de esta red Social, llegaremos a que la conozcan más personas en todo el mundo, dado el alcance internacional de la plataforma. Teniendo así una actividad constante y estando presente en eventos Online, alcanzaremos cada vez una mejor Posicionamiento de Marca en la mente de nuestros potenciales clientes. También podremos comunicar hechos relevantes de manera ágil y útil para nuestros usuarios.



. **Twitter:** primer beneficio que se obtiene al usar **Twitter** como herramienta de *marketing digital* es que la identidad de marca queda protegida en esta red, evitando que otra persona use su nombre y afecte la reputación de su marca.

Siendo una de las *redes sociales* más importantes en internet, **Twitter** puede ser un gran apoyo para nuestra empresa, y para comprender el comportamiento de los Internautas.

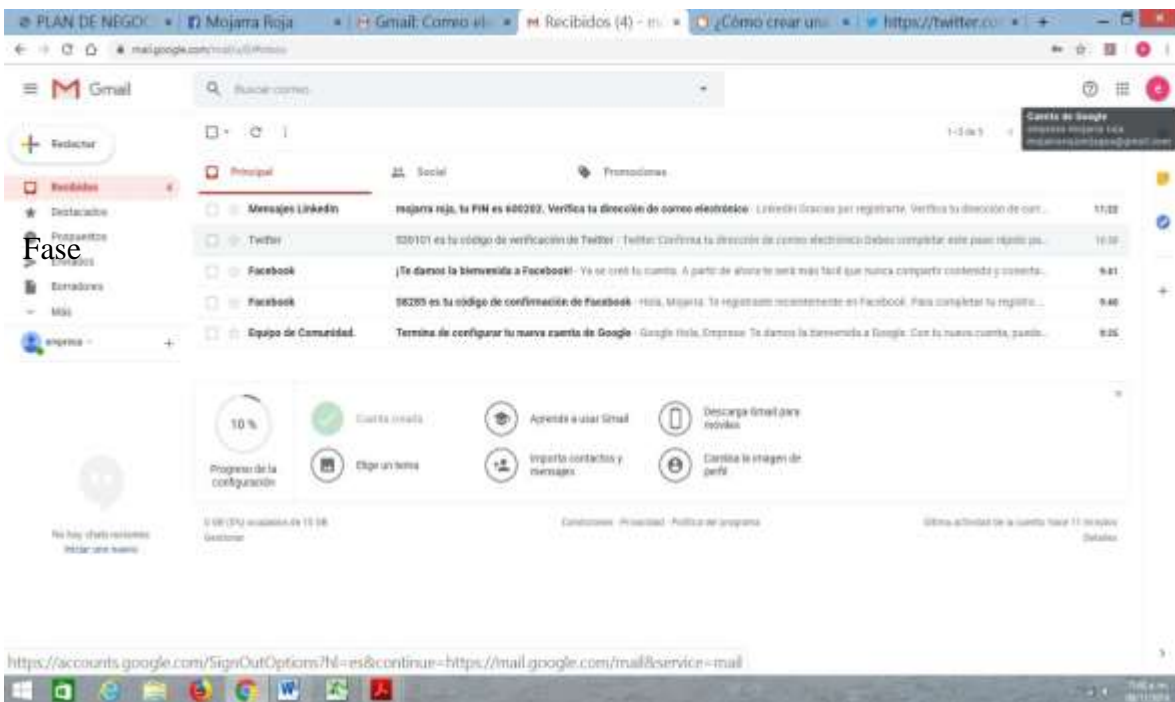
Generar un perfil en **Twitter** con la imagen corporativa incrementa su presencia en internet e incrementa su posicionamiento en la mente de los prospectos. **Twitter** permite insertar en el fondo del perfil imágenes de acuerdo a la marca, puede ser su logotipo, sus



Correo electrónico: será una gran herramienta para nuestro negocio, ya que será el medio por el cual la Publicidad por Correo Electrónico o **e-mail marketing** la utilizamos en TPP E-Marketing y actualmente es uno de los medios más antiguo en Internet de y sigue siendo uno de los más eficientes en el mundo, es una comunicación directa y personalizada. El objetivo principal de la Publicidad por Correo Electrónico es llegar a formar lazos de comunicación directos entre la empresa y los clientes, mandando correos que realmente

Contengan información útil para que no se conviertan en SPAM (“correos basura”, los cuales no han pedido ser recibidos).

El éxito de la **Publicidad por Correo Electrónico** no es mandar miles de correos electrónicos con las imágenes o información de la empresa, sino que con este sistema podamos cuantificar cuantos usuarios quisieron desistir de recibir información, cuantos usuarios abrieron el correo electrónico, cuantos dieron clic en la publicidad o link.



7. Evaluación final video

<https://youtu.be/MTQ9ijNhWvY>

Conclusión

En este trabajo se buscó proponer un proyecto con base a la problemática social seleccionada “DESEMPLEO” la cual contemplo una solución a la problemática social y a la vez que fuera económicamente viable. Esta idea de proyecto se justificó de acuerdo con el factor innovador; impacto en la problemática social; acceso a financiamiento y el mercado potencial, permitiendo, por lo tanto, que cada integrante del grupo realice una valoración de las ideas de los proyectos planteados, lo cual se hizo a través de una matriz de evaluación facilitando confrontar los proyectos propuestos y así, por medio de votación seleccionar el emprendimiento social que más impacto tiene en la comunidad.

El proyecto seleccionado “MOJARRA ROJA MI JAGUA” con el cual se pretendió promover la implementación del consumo de pescado que contribuyera positivamente en el mejoramiento de las condiciones de salud de las personas. A partir de la caracterización de la problemática social diseñada, se pudo identificar la importancia de la formulación del proyecto seleccionado el cual se fundamentó en la búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

El enfoque investigativo dado por este diplomado nos permitió explorar e indagar sobre temas como es el emprendimiento social; así mismo el compartir dichas experiencias con los demás compañeros del grupo fue una forma de aprendizaje significativo y un sinnúmero de conocimientos que a pesar del corto tiempo que duró este diplomado se lograron sacar importantes aportes y dejar conocimientos valiosos.

Bibliografía

Moreira P. & Urriolagoitia L. (2011). **El emprendimiento social.**

Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=3652377>

Colombia Joven [Colombia Joven]. (2014). **¿Qué es Innovación Social?**

Mejía Martínez, A. (19, 11,2018). **OVI UNIDAD 2 Innovación Social.**

Buckland, Heloise y David Murillo. (2014). **La innovación social en América Latina.**

