



MARKET SOCIETY

Angie Camila Joya Riaño

Andres Alfonso Luna De La Cruz

Paula Andrea Sanchez Torres

GRUPO: 501101

Corporacion Unificada Nacional De Educacion Superior CUN

Programa de Ingenieria de sistemas, Comunicación social

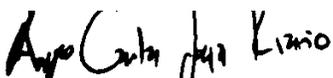
Creacion de Empresas II

Bogota D.C

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, **Angie Camila Joya Riaño**, identificada con cédula de ciudadanía **1.012.430.225 de Bogotá D.C** y alumna del programa académico **Ingeniería de sistemas**, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

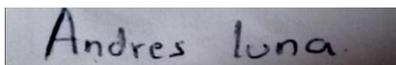


Firma:

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, **Andres Alfonso Luna De La Cruz**, identificado con cédula de ciudadanía **1.012.426.090 de Bogotá D.C** y alumno del programa académico **Ingeniería de sistemas**, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink that reads "Andres luna".

Firma:

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, **Paula Andrea Sanchez Torres**, identificada con cédula de identidad **1.030.680.800** de **Bogotá D.C** y alumno del programa académico **comunicación social**, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Paula A Sánchez T.

Firma:

Contenido

INTRODUCCION.....	6
1. Descripción idea de negocio.....	7
2. Modelo de negocio	8
3. Innovacion sostenible	12
4. Analisis del sector	13
5. Marketing MIX	17
6. Desarrollo de marca	23
7. Estrategia de marketing digital.....	25
8. Estrategias de marketing digital	30
9. Métricas Clave.....	32
10. Estudio tecnico.....	33
11. Estudio tecnico II.....	36
12. Estudio tecnico III.....	37
13. Lanzamiento producto minimo viable.....	39
REFERENCIAS	40

INTRODUCCION.

Internet ya hace parte de nuestras vidas, con el tiempo el uso y acceso de este se ha ido incrementando, y a su vez las empresas lo ven como una oportunidad de hacer conocer sus negocio. Se es bien sabido que hoy en día las herramientas virtuales han sido fundamentales en el uso cotidiano, involucrando temas de movilidad, entretenimiento, salud,compras, y demas factores que nos rodean.

Para comprender la idea de negocio que se mencionara en el presente documento llamada market society, se debe entender primero el concepto de E-commerce.

E-commerce o comercio electronico es la forma en la cual las empresas grandes pequeñas y medianas por medio de paginas web o aplicaciones para telefonos inteligentes promueven y venden sus productos o servicios, en el E-commerce se encuentran los potenciales clientes que estan buscando adquirir algun producto o servicio a algun costo.

En vista de la situacion actual de la pandemia que ha afectado varios sectores economicos, esta vez con Market society se pretende generar alianzas con campesinos y vendedores informales para que estos mismos puedan vender sus productos en esta plataforma, esta se dividira en secciones una dedicada exclusivamente a campesinos, y otra para vendedores informales. Aca el usuario podra entrar y navegar en una plataforma de facil acceso y consultar los productos que quiera adquirir.

1. Descripción idea de negocio

Nombre idea de negocio: Market Society

¿Cuál es el producto o servicio?	<p>Un centro comercial virtual que le permita a los microempresarios y campesinos, poder vender sus productos y/o servicios. En la plataforma, las personas que deseen tener su “tienda o isla” dentro de Market Society podrán hacerlo ingresando todos los productos o servicios que incluirán en su catálogo. Por parte de los visitantes podrán acceder en línea a través de sus celulares o computadoras, de forma intuitiva y fácil, podrán recorrer el centro comercial, buscando los productos que desean.</p> <p>Es ideal que se cree un centro comercial por ciudad principal en el país y no uno solo a nivel nacional.</p>
¿Quién es el Cliente potencial?	Campeños a nivel nacional y microempresarios o emprendedores.
¿Cuál es la necesidad?	La distribución de sus productos a partir de la pandemia no pueden regresar al 100 por ciento a lo eran, por el contrario, esto les permite a los microempresarios, continuar con sus ventas de ambas formas, teniendo mayores ganancias en sus tiendas. Por otro lado, los campesinos podrán vender sus alimentos directamente a los hogares, sin tantos intermediarios y a un valor más justo para todos.
¿Cómo?	<p>Se manejará al inicio del proyecto con las principales ciudades del país, para que coja mayor movimiento y reconocimiento, sin embargo, se busca que en un par de meses se pueda distribuir en departamentos, para que más campesinos puedan publicar sus productos y de la misma manera, puedan llegarle a la casa en el menor tiempo posible a los compradores.</p> <p>La idea que se tiene planteada inicialmente es por medio de un sitio web en donde los campesinos y los empresarios tendrán la opción de dar a conocer su producto, a nivel del público este podrán acceder al supermercado virtual, teniendo la oportunidad de identificar los productos que deseen. En otras palabras será un medio de realidad virtual como si estuviéramos realizando compras en sitio. Las personas que deseen realizar compras por este medio ingresarán al sitio, seleccionarán sus productos y al momento de realizar su pago tendrán una factura virtual que será solicitada por la persona que haga la</p>

	entrega del producto; por último las personas que darán a conocer sus productos enviarán toda la información necesaria a este sitio, la cual será publicada dando a conocer sus precios, estado y formas de pago.
¿Por qué lo preferirán?	Se manejará tarifas de acuerdo a las ganancias de los que venden a través de la plataforma, cobrando así de una manera equitativa en donde tanto el cliente como la plataforma no pierdan dinero. También se garantiza que el producto llegará a los potenciales clientes de forma rápida y segura.

2. Modelo de negocio

Recursos

¿Cómo puede ser sostenible?

- Inicialmente adquirir servicios de un hosting que consuma energía limpia, sería un gran punto a favor para aportar al medio.
- En el embalaje de los productos se utilizan materiales reciclables o biodegradables, con la idea de no usar los mismos productos que se han manejado durante años; esto con ser lo más sostenibles en nuestra actividad.
- Con ayuda de las fundaciones que recogieron dinero durante esta pandemia que inviertan en un proyecto, no solo para brindar los mercados a quienes necesitan, sino invertir para disminuir el desempleo en el país.

Fidelidad

¿Cómo se puede generar relaciones con los clientes?

- La oportunidad de que los clientes tengan un ingreso de sus productos con el valor justo, pagando un porcentaje pequeño por el uso de la plataforma, fijamos que los clientes permanezcan con nosotros
- La publicidad a manejar y las estrategias de marketing para generar el reconocimiento del centro comercial, hará que su uso por parte de los compradores sea efectivo y constante.
- Tener un diseño excelente de nuestra plataforma en cuanto a su manejo, que sea duradero, que satisfaga enormemente las necesidades, gustos y preferencias del cliente; brindando así un servicio excelente que cumpla muchas expectativas.
- desde el primer momento entablar un acuerdo con los clientes en los cuales se garantice que se manejará el mismo valor por comisión.

Cadena

¿Qué alianzas estratégicas se pueden generar?

- Consejo nacional de campesinos.
- alianzas con transportadores que facilitaran la distribución de los productos
- realizando posibles alianzas con otras empresas que estén destinadas a las ventas de productos en sitio, así generamos un nivel más alto de clientes que tendrán la opción de realizar sus compras desde nuestro servicio, sin tener que llegar a estos diferentes puntos; esto con la idea de ser un nuevo canal de distribución.
- realizar posibles encuestas a nuestros clientes, en cuanto a los productos que más necesitan dar a conocer e ir haciendo posibles modificaciones que permitan mejoras constantes.

Costo y precio

¿Cuáles son los casos para entregar una propuesta de valor?

- Entre los costos iniciales que tendremos en la creación de nuestra plataforma o sitio web, esta entre \$1.200.000 y \$4.000.000.
- Teniendo en cuenta que se llevara a cabo un mantenimiento mensual, alojamientos web, dominio y su seguridad para generar mayor confianza entre nuestros clientes.

Mecanismos de entrega

¿Cómo se entrega la propuesta de valor?

- El mecanismo que se llevara a cabo será por medio de una plataforma que permita ofrecer los productos que tienen disponibles los comerciantes y campesinos; por medio de esta se puede generar los posibles pagos con la mayor seguridad posible.

Ganancias esperadas

¿Cómo generar ingresos y fuentes de financiación?

- Apoyarnos de la ley de emprendimiento que se encuentra en Colombia, la cual nos ayudaría con el dinero inicial que se necesita para que esta idea se empiece a generar.
- Otra forma sería solicitar un préstamo con una entidad bancaria, esta sería una opción para adquirir los principales servicios en la creación de la plataforma.

Segmento

¿Quiénes son los clientes?

- Campesinos con cultivos de comida como fruta, verdura, legumbres y demás productos alimenticios.
- Microempresarios que deseen tener una tienda virtual que les permita tener un alcance significativo de ventas, con productos de cualquier tipo, para la casa, ropa, herramientas y demás.
- Servicios de transporte local y departamental, quienes realizarán los domicilios de las compras, fuera de los domiciliarios propios que maneje cada tienda.

Debe resolver problemas o satisfacer necesidades

¿Cuál es la propuesta de valor?

- Los campesinos, por largo tiempo han venido discutiendo el hecho de que no tienen los ingresos justos por la comida que siembran y cosechan ya que los intermediarios recogen la mayor parte del dinero, incrementando el valor de los productos para el comprador final.
- tener disponibilidad de acceso a nuestro sitio web en el momento que se desee.
- gran rendimiento y excelente diseño al hacer uso de la plataforma.
- capacitación constante del uso de la plataforma ya que como se es bien sabido hay personas (en este caso potenciales clientes) que se les dificulta el manejo de aplicaciones.

Arquitectura del servicio

¿Cuales son los servicios y procesos necesarios?

- personal capacitado para el desarrollo del sitio web que se implementara, con conocimiento en cuanto al desarrollo.
- garantizar el funcionamiento óptimo de la plataforma en temas de seguridad y estabilidad.
- Generar una campaña publicitaria para que se cree memoria o recordación en los clientes acerca del servicio de Market Society.

2.2. Modelos de negocio

2.2.1. ¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido ?

Incentivado las posibilidades de crecimiento en sus ventas con base en la facilidad que tienen los clientes de buscar y encontrar los productos que están buscando sin la necesidad de salir de sus casa, oficinas o incluso hacerlo en el transporte.

2.2.2. ¿cómo y qué alternativas ofrecerán a los clientes según el modelo de ventas por internet escogido?

Ágilidades en las ventas, facilidades de compra a los clientes finales, seguridad en el transporte de la mercancía, sin intermediarios en el proceso de venta, mayores ganancias económicas, menor gasto de arriendo,.

2.2.3. ¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Los métodos de pago serán consignación o transferencia bancaria cada mes, con base en los ingresos obtenidos por las tiendas.

3. Innovacion sostenible

	Agua	Energia	Materias primas	Emisiones	Residuos
¿el producto tiene un ecodiseño?	Al ser un servicio digital, evita al máximo el uso innecesario de agua.	Los equipos que se usarán deberán estar reconocidos como “Energy Star” considerándose ahorradores de energía cuando nos estén usando, así evitar el mal gasto eléctrico.	Se reduce el uso de químicos de aseos generales en locales comerciales	se es bien sabido que equipos como laptops, tablets y smartphones dejan una huella de carbono digital, por lo tanto al ser este un aplicativo que consumirá recursos multimedia (videos,fotos, y en algunos casos videollamadas) esta huella de carbono será alta.	Las bolsas a usar por parte de los comerciantes para la entrega de productos deben ser de papel, para ayudar al medio ambiente.
marketing ¿realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?	Por el momento, se puede dar ejemplo del hecho de que se puede salir adelante, dentro de diferentes mercados, sin la necesidad de malgastar recursos innecesarios realmente	El uso de camiones para transportar la comida o mercancía de los comerciantes debe ser solo cuando este esté lleno para evitar el espacio vacío dentro del mismo y gastar el doble.	Marketing se va a manejar de forma digital, cerca de un 90%, para que los clientes logren conocer el servicio que se presta en la plataforma.		

4. Analisis del sector

4.1 Definir competencia

- Bazzarbog: es una plataforma que hace parte de la camara de comercio de Bogota, que se ha ido fortaleciendo por la situacion actual de la pandemia, y las pequeñas empresas se han visto obligadas a recurrir a plataformas virtuales para ofrecer sus servicios.

Desde que se fortaleció este espacio para apoyar a los empresarios en la cuarentena, se han vinculado 350 empresas y hay más de 4.000 productos que se están ofertando en la plataforma y se han registrado en las últimas dos semanas 35.000 vistas. *“La vitrina virtual donde puede comercializar sus productos. (2020, 28 abril). Portafolio.co.*

<https://www.portafolio.co/negocios/la-vitrina-virtual-donde-puede-comercializar-sus-productos-540323>”

- Mercado libre: sitio de compra y venta de servicios y productos cuyo enfoque principal era para vendedores individuales que querian solo vender lo que ya no usaban, pero esta plataforma con el tiempo se convirtio en una de las tiendas virtuales mas visitado en latinoamerica.

En el segundo trimestre del 2020 registró un aumento del 45,2 % en los usuarios únicos activos alcanzando los 51,5 millones. Así mismo, sus ingresos netos del segundo trimestre fueron de 878,4 millones de dólares y la ganancia bruta del trimestre fue de 427,2 millones de dólares. Números que continúan en aumento y que la posicionaron como la número uno de Latinoamérica. *“Pinzón, J. D. M. (2020, 17 agosto). Mercado Libre, la historia del Amazon de los latinoamericanos. El Tiempo.*

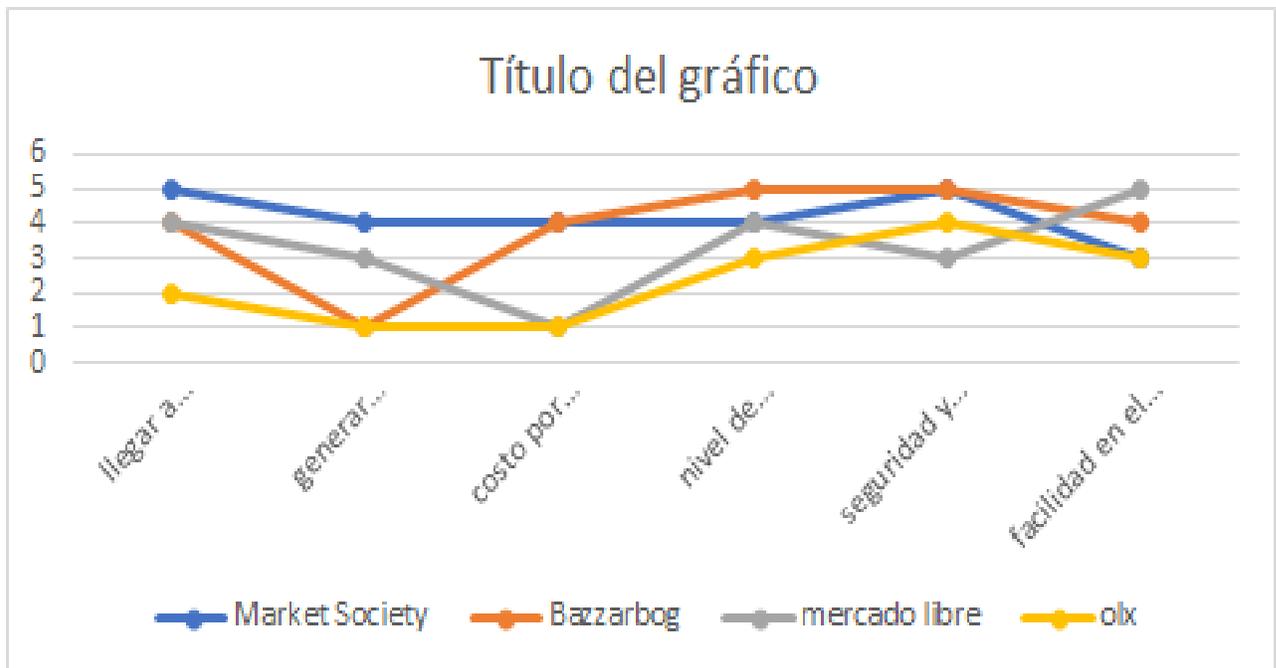
<https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/mercado-libre->

asi-nacio-y-se-convirtio-en-la-empresa-mas-valiosa-de-america-latina-529684”

- OLX: Servicio virtual en donde se puede comprar o vender productos o servicios, desde inmuebles hasta vehiculos. (misma dinamica de mercado libre) a excepcion que OLX es mas abierto, llegando al punto de que es posible hasta encontrar ofertas de empleo.

4.2. Definicion de variables de la idea de negocio

variables	llegar a microempresarios y campesinos	generar descuentos de nuestro servicio por mayor número de ventas	costo por valor publicado	nivel de reputación de los vendedores que ofrecen el producto	seguridad y garantías en la compra realizada	facilidad en el manejo de la plataforma
Market Society	5	4	2	4	3	3
Bazzarbog	4	1	4	5	5	4
Mercado libre	4	3	4	4	3	5
OLX	2	1	3	3	4	3
estrategia	incrementar		crear		incrementar	incrementar



- llegar a microempresarios y campesinos: la plataforma sea disponible para personas de escasos recursos.
- generar descuentos de nuestro servicio por mayor número de ventas: el campesino o empresario que tenga un gran número de ventas obtendrá descuentos en sus próximas publicaciones.
- costo por valor publicado: nivel de costos por producto publicado.
- nivel de reputación de los vendedores que ofrecen el producto: que se vea reflejado el nivel de seguridad que brinda el vendedor.
- seguridad y garantías en la compra realizada: que se certifique que la compra fue realizada indicando el tiempo de entrega.
- facilidad en el manejo de la plataforma: tanto la publicación como la compra del producto sea de una forma sencilla y ágil.

4.4 Analisis de Porter

- **Poder de negociación con los clientes:**

La oportunidad de encontrar pocos clientes en este mercado se divide en dos opciones: la primera son los comerciantes que se dediquen a vender productos que nos son primarios o básicos como el maquillaje, ropa, zapatos, servicios, etcétera, estos al ser clientes abundantes no generan mayor problema o riesgo de negociación con el servicio; por otro lado están los campesinos que su producto es materia prima, en este caso, tampoco son un cliente con riesgo o amenaza, debido a que ellos saldrán beneficiados por los precios a los que venderán sus productos, cómo no existirán los intermediarios, no hay riesgo de pérdida para ellos, lo que puede ser satisfactorio para sus clientes

- **Poder de negociación con los proveedores:**

Los proveedores que requerimos para este negocio son el equipo de marketing y creación de la página, sin embargo estos proveedores se pueden encontrar en gran cantidad por la gran cantidad de profesionales en estas áreas, lo que facilitará el proceso de acuerdos con ellos, para pagar un precio justo para ambas partes, con tal de obtener una página funcional las 24 horas del día y los 7 días de la semana y ellos un ingreso justo por su labor.

- **Amenaza de productos sustitutos:**

Existe la gran posibilidad al tener éxito la empresa, de que poco a poco y con el paso del tiempo, más personas quieran verse beneficiadas (un claro ejemplo de Netflix, que su empresa tuvo una acogida mundial exitosa, y poco a poco, las grandes industrias, como Disney y Amazon empezaron a realizar su propia plataforma streaming, con sus productos realizados anteriormente), la tecnología está al alcance de todo el mundo, y no solo las ventas en empresas como esta, sino también los mercado ocupados por las redes sociales con gran acogida, como Instagram.

- **Amenaza de productos entrantes:**

El servicio que se maneja tendrá como primer punto la ayuda a las personas, a los negociantes y campesinos que se han visto mayormente afectados por la cuarentena a nivel nacional, lo que este servicio podrá brindarles la alternativa de proyectar su empresa, siendo nuestra ventaja que por el momento no existe un modelo de negocio similar dentro del mercado, en especial para los campesinos, permitiéndoles tener mayores ingresos con un esfuerzo un poco mayor, sin intermediarios.

- **Rivalidad entre los competidores:**

Diariamente hay un incremento significativo del consumo de las personas y mucho más en medios digitales, pues es la última herramienta de comunicación, sin embargo, la posibilidad de que las personas incrementen su compra en una plataforma nueva y con los productos que se pueden vender dentro de ella, es ligeramente lenta, de acuerdo a la estrategia a manejar por parte del área de marketing lo que sería una pequeña desventaja cuando la competencia ya empiece su proceso de recolección de modelo de negocio. Por el momento, los competidores directos se limitan a las redes sociales, pero como se ha podido observar en la última década, la adaptabilidad de las personas a las nuevas plataformas puede ser exitosa.

5. Marketing MIX

5.1 Estrategias de producto para clientes

Market Society, es una empresa que provee de una plataforma virtual que le permita a los microempresarios y campesinos, poder vender sus productos y/o servicios. en cuanto a nuestros criterios técnicos haremos que nuestro sistema de publicidad en la plataforma tenga un soporte continuo, estabilidad y seguridad en todo momento que los campesinos y microempresarios hagan uso de nuestra plataforma.

En cuanto a la calidad de nuestro sistema queremos llegar a los posibles vendedores, para que puedan publicar y/o vender sus productos sin necesidad de tener más intermediarios ni

costos sobre el valor inicial; ya que en las plataformas ya existentes nos damos cuenta que los productos llegan al mercado con un valor mucho mayor.

En las posibles promociones que se den a conocer por medio de market society, la principal idea es que los productos publicados por este medio sean reconocidos mucho más rápido a las personas que se encuentren interesadas en los productos y que tengan una forma de compra más sencilla y cómoda, permitiendo la seguridad de nuestros clientes.

En cuanto a el diseño se pretende que la página de market society tenga un diseño que sea intuitivo y amigable con el usuario, será como una vitrina digital en donde comerciantes y campesinos podrán exhibir sus productos, se les guiará en el mundo digital para que de esta manera siga creciendo su empresa.

5.1.1 Portafolio

<p>ventas bronce</p> 	<p>ventas líder platinum</p> 	<p>ventas líder Gold</p> 
<ul style="list-style-type: none"> ➤ tiene la oportunidad de promocionar 5 productos al día. ➤ después de concretar 50 ventas, se le empezará a cobrar el aporte de un 8% de acuerdo al producto que venda. ➤ tendrá visibilidad en la plataforma del 40% de los potenciales compradores 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ tiene la oportunidad de promocionar 10 productos al día. ➤ su aporte a Market Society, será de un 20%. ➤ tendrá visibilidad en la plataforma del 70% de los potenciales compradores 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ al día tendrá la oportunidad de promocionar hasta 20 productos. ➤ su aporte a Market Society, será de un 30%. ➤ tendrá visibilidad en la plataforma del 100% de los potenciales compradores

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Este servicio es para microempresarios y campesinos que son nuevos en el mundo digital y desean que sus productos sean más reconocidos en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Este servicio es dedicado para comerciantes que ya llevan un cierto número de ventas acordadas por nuestra plataforma y por tal motivo tienen estos servicios adicionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ este servicio es para los microempresarios y campesinos que llevan mucho tiempo y gran cantidad de ventas en la plataforma.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ campesinos y microempresarios que están iniciando. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ microempresarios y campesinos que tienen unos clientes estables y tienen su nivel en ventas en estado de crecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ microempresarios y campesinos que ya cuentan con popularidad en la plataforma.

5.2 Estrategia de precios

Costos de producción	
Costo unitario materiales	
Hosting	\$199.963
Dominio	\$237.969
Optimizadores de búsqueda	\$250.000
plugins de mantenimiento y actualización	\$200.000
Costo unitario mano de obra	
desarrollador web	\$1.548.013
diseñador web	\$1.400.000
Costo unitario de CIF	
Seguros a los trabajadores	\$200.000
Alquiler de equipos	\$350.000
Unitario	\$2.487.932

5.3 Estrategia de distribución

Market Society implementará el canal de marketing directo ya que el servicio que se estará ofreciendo será directamente con los dueños de las microempresas o los campesinos que quieran dar a conocer sus productos por medio de la plataforma. El único intermediario que se manejara será la transportadora que se encargará de distribuir los productos. Las estrategias que estableceremos inicialmente son:

- email electrónico, ya que consistiría en enviar contenido de nuestras promociones de nuestro servicio a clientes prospectos que se suscribieron a nuestra empresa, en dado caso que aún no sean suscritos llegaría como publicidad dando a conocer nuestro negocio.
- telemarketing, por medio de este llegaremos a nuestros clientes que con anterioridad decidieron tener información acerca de nuestro servicio y así llegar a posibles acuerdos de cómo implantarlo en las microempresas o en las ventas de los campesinos.
- creación de un perfil empresarial en redes sociales (Facebook e instagram)

5.3.1 Estrategia de comunicación

Las estrategias principalmente serian:

- publicidad, entre estos llegaremos por medio de la televisión, mediante comerciales que den a conocer nuestra idea.
- mediante una página web que contenga contenidos digitales daremos a conocer nuestra empresa, estableciendo propaganda y gestores de contenido que permitan dar ofertas más al detalle.

- distribución de publicidad (como folletos, pancartas) en eventos masivos para hacer conocer a la plataforma.

Marketing Mix

estrategia	objetivo Smart	como (como llegar al objetivo)	quién (con qué medios o persona llegara al objetivo)	cuando (fecha presente)	dónde(lugar donde se realizará)	valor (aproximación del costo)
producto	Aumentar el nivel de publicidad por medio de sitios web, publicaciones en redes sociales de los productos que ofrezcan nuestros clientes, en los próximos 6 meses y así aumentar el índice de ventas por medio de nuestra plataforma.	Generando más publicidad con las posibles ofertas de los productos disponibles, mediante gestores de contenido o publicidad en redes sociales.	Lo haremos con nuestro grupo trabajo. A futuro revisaremos si es necesario de una asesoría de alguna persona externa para implementar la publicidad	Durante el último trimestre del 2020.	Tenemos como referencia las principales redes sociales como Facebook, instagram, YouTube; en cuanto a páginas podemos solicitar permiso de brindar publicidad de nuestra plataforma por: anuncios y clasificados.	Inicialmente encontramos unos planes de los cuales podemos hacer uso y se encuentran entre \$390.000 y \$750.000.

<p>Precio</p>	<p>Se realizará un posible descuento del 20% por cada producto que publique cada uno de nuestros clientes, con la idea de que se animen a generar más ventas.</p>	<p>Se realizará un análisis de qué tanto es el número de ventas de tal producto ofrecido por nuestro cliente y se tomará la decisión del descuento con respecto a esto.</p>	<p>Se establezcan precios de acuerdo a las ventas realizadas por los vendedores. (microempresarios y campesinos)</p>	<p>En lo posible se realizará cada 3 meses.</p>	<p>Se pagara de acuerdo a la red social que se utilice y el alcance al que se pretenda llegar (numero de visitas diarias)</p>	<p>Aproximadamente 1.000.000</p>
<p>promocion y comunicacion</p>	<p>Por el numero mayor de ventas que consoliden los clientes tendran opcion de publicar dos productos por el precio de uno.</p>	<p>Se hara la promocion por medio de campañas como videos e imágenes informativas.</p>	<p>se manejaran descuentos sobre las publicaciones que realicen los vendedores.</p>	<p>Se haran dos pautas publicitarias dos veces por semana</p>	<p>Se destinara un presupuesto de acuerdo a la ganancia que halla ingresado en el mes</p>	<p>Se tomara un presupuesto del 4% de acuerdo a los ingresos registrados.</p>

6. Desarrollo de marca

Matriz desarrollo de marca

Nombre de la idea: Marketsociety		
PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
Paso1: Diagnostico de mercado	a. Identificacion del sector.	Prestacion de servicios, E-commerce, intercambio comercial.
	b. Identificar marcas en competencia.	<ul style="list-style-type: none"> - Bazzarbog - Mercado libre - OLX - Linio
	c. Soluciones principales y alternativas.	- Evitar los intermediarios los cuales cobran de forma excesiva la distribucion y comercializacion de los productos de los Campesinos, microempresarios y emprendedores.
	d. Tendencias del mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Comercio electronico mas visual, las personas tienden a recordar mas las cosas que son atractivas a nivel visual. - Marketing de influenciadores, en redes sociales como instagram, personas “influyentes” que hacen recomendaciones de los productos o servicios que usan.
	e. Arquetipo de la marca	<ul style="list-style-type: none"> - Cuidador - Hombre corriente.
Paso 2: Realidad psicologica de la marca	a. Percepcion de la marca de la competencia	<ul style="list-style-type: none"> - Facil disponibilidad para todo el mundo. - Ofrece servicios basicos de forma gratuita. - Alianzas con grandes marcas que patrocinan su publicidad.
	b. Identificar variables de neuromarketing	<ul style="list-style-type: none"> - Colores atrayentes en el logo - Plataforma llamativa a nivel visual, intuitiva y facil de manejar para los usuarios, algunas secciones de esta seran interactivas y funcionara en forma de vitrina digital.
Paso3: Posicionamiento	a. Identificar Top of mind	- Al pensar en ventas online las personas tienden a asociarlo a mercado libre OLX o Linio.
	b. Identificar Top of heart	- Generar empatia con nuestros clientes

Paso 4: Realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	<ul style="list-style-type: none"> - Empatía con el comprador y el vendedor. - Familiarización con las necesidades de los clientes de la plataforma.
Paso 5: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar campañas publicitarias por medio de la página oficial de la plataforma y posteriormente realizar eventos de divulgación de la misma.

LOGO



7. Estrategia de marketing digital

Lading page

- Objetivo campaña #1 Landing page:
Aprender a crecer en el mercado laboral, es una materia que no enseñan en la niñez ni en la adolescencia, pero debemos aprender a manejarlo por nuestra cuenta; sin embargo, en estos tiempos no estamos solos y todas las personas que buscan su independencia económica también buscan ayudar a los demás a crecer. En Market Society para crecer, necesitamos que crezcan los demás, por ende nuestro objetivo es ayudar e incrementar tanto la visibilidad de productos, cómo las ventas de los clientes y ser partícipes de las metas y sueños cumplidos de los emprendedores de Colombia.

Enlace pagina de WIX

<https://paulasanchezto.wixsite.com/website>





donas caseras caja x 6 unidades \$12.500,00

cubeta huevos AAA x 30 unid \$11.000,00 \$9.570,00

huevos AA x30 unidades \$9.000,00

Maíz entero 3 libras \$2.300,00

¡Vamos a chatear!
⚡ Te responderemos tan pronto como podamos

donas caseras caja x 6 unidades \$12.500,00

cubeta huevos AAA x 30 unid \$11.000,00 \$9.570,00

huevos AA x30 unidades \$9.000,00

Maíz entero 3 libras \$2.300,00

¡Vamos a chatear!
⚡ Te responderemos tan pronto como podamos



Contacto

Calle Párral 123, Bogotá D.C., 06140

market.society@cun.edu.co

123-456-7890

solicita mas informacion

Únete a nosotros

https://www.wix.com/portal/enrolamiento/campaigns/wixad_live?addonversion=white&org_mid=3002b128-0574



¡Vamos a chatear!
⚡ Te responderemos tan pronto como podamos

solicita mas informacion

Únete a nosotros

Si quieres solicitar de los servicios que puede brindarte market society, contáctanos y te daremos las posibilidades de hacer crecer tus ventas online.

Nombre
Apellido
Email
Teléfono

Enviar



¡Vamos a chatear!
⚡ Te responderemos tan pronto como podamos

Enviar



¡Vamos a chatear!
⚡ Te responderemos tan pronto como podamos

Redes sociales

Instagram

marketociety_     

marketociety_   

6 publicaciones 15 seguidores 39 seguidos

Market Society
Somos un emprendimiento que busca ayudar a la gran cantidad de emprendimientos del país y a los campesinos. Beneficiando a los berracos.
     

Le sigue paauusanchez

PUBLICACIONES **ETIQUETADAS**

“
"No solo son ideas, es hacer que se vuelva realidad".
¿Sabes cuáles son las cualidades que deben caracterizar a un emprendedor?
Conoce un poco más de esto...



3
Tips de tienda virtual
"Si quieres hacerlo, hazlo ahora. Si no lo haces, te vas a arrepentir". -Catherine Cook.
No todos nacemos aprendidos, y para los que el mundo digital aún no lo dominan, aquí te dejamos 3 tips para que los manejes cuando decidas tener tu tienda digital en Market Society.



“
"Fallar a menudo es hasta ahora la mejor forma conocida de llegar más rápido al éxito".
Pero con nosotros encontraste la solución para que tu emprendimiento crezca y cumplas las metas que te propones.



Instagram

“
"No solo son ideas, es hacer que se vuelva realidad".
¿Sabes cuáles son las cualidades que deben caracterizar a un emprendedor?
Conoce un poco más de esto...



Market Society

3
Tips de tienda virtual
"Si quieres hacerlo, hazlo ahora. Si no lo haces, te vas a arrepentir". -Catherine Cook.
No todos nacemos aprendidos, y para los que el mundo digital aún no lo dominan, aquí te dejamos 3 tips para que los manejes cuando decidas tener tu tienda digital en Market Society.



Market Society

“
"Fallar a menudo es hasta ahora la mejor forma conocida de llegar más rápido al éxito".
Pero con nosotros encontraste la solución para que tu emprendimiento crezca y cumplas las metas que te propones.



Market Society

5
Razones
¿Aun piensas en si es bueno pasar tu tienda a digital?
Han pasado muchas cosas este año en la que te explica el porque no debes seguir dejando pasar las cosas, ¡Hazlo!
Aquí te contamos 5 razones del porque deberías estar en digital.



Market Society

“
"El que quiere subir, inventa la escalera".
Nuestro sueño, es que tus sueños se hagan realidad, tus metas se cumplan y logres todos tus objetivos, pero ¿Que estas haciendo para lograrlo?
¡Esperamos, muy pronto te daremos la respuesta que necesitas!



Market Society



MARKET SOCIETY
El mejor sitio donde debes conocer tus productos

8. Estrategias de marketing digital

Campaña publicitaria

La mejor opción para crecer como marca

“

"Fallar a menudo es hasta ahora la mejor forma conocida de llegar más rápido al éxito".

Pero con nosotros encontraste la solución para que tu emprendimiento crezca y cumplas las metas que te propones.



La era digital llegó para quedarse por mucho tiempo y el mundo tiene que cambiar con ellos. Las personas que guerreamos día a día para crecer con emprendimientos somos los que más debemos aprovechar las mejores oportunidades de la web.

Aquí todos nos ayudamos entre todos.

Market Society es el centro comercial digital que llegó a Colombia para innovar.

Botón

Tu Dirección
Tu Teléfono

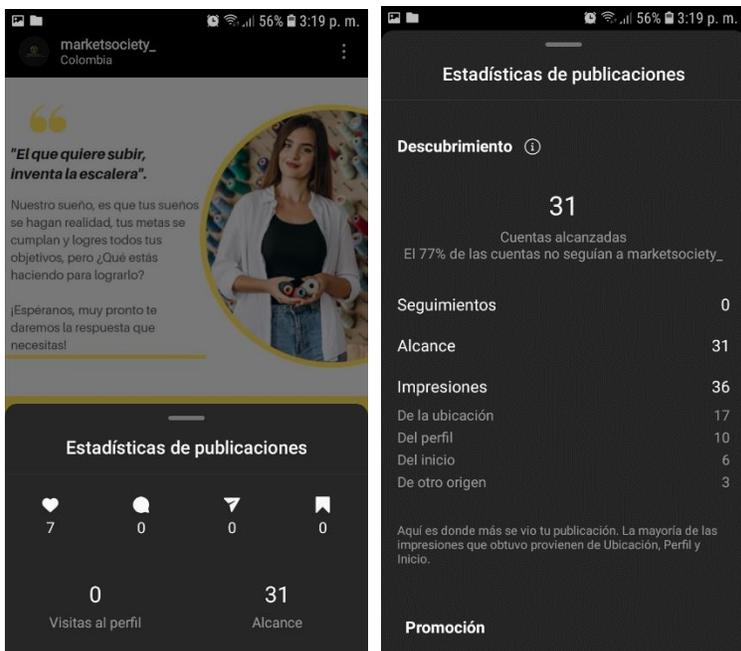
Comparte vía:



Conoce mi página web 

9. Métricas Clave

9.1 Datos arrojados



9.2 CAC: Se realizará la contratación de un captor de clientes para Market Society, tendrá un salario fijo de 1 '500.000 al mes, por una meta de 10 clientes potenciales.

$1\ 500.000 / 10 = 150.000$ pesos por cliente potencial.

9.3 LTV: $1500000 * 10 * 1 = 150'000.000$

(LTV/CAC) $150'000.000 / 150.000 = 1.000$

10. Estudio tecnico

10.1 Descripción de localización.

los factores que se tomaron en cuenta para el monto de market society inicialmente empezará a ejecutarse en la ciudad de Bogotá, con la iniciativa de que brinde servicios a nivel nacional, para que todas las ciudades aledañas tengan un acceso a productos que se encuentren a la venta por parte de nuestros proveedores.

En cuanto al lugar, nos basamos en la situación que nos encontramos actualmente que para evitar contacto físico, decidimos la implementación de generar publicidad por medio de nuestro sitio web y que desde este medio las ventas y publicaciones sean por internet.

En este momento el monto de dinero estimado es de \$3.000.000, teniendo en cuenta los servicios externos que requerimos y los equipos físicos que se utilizarán.

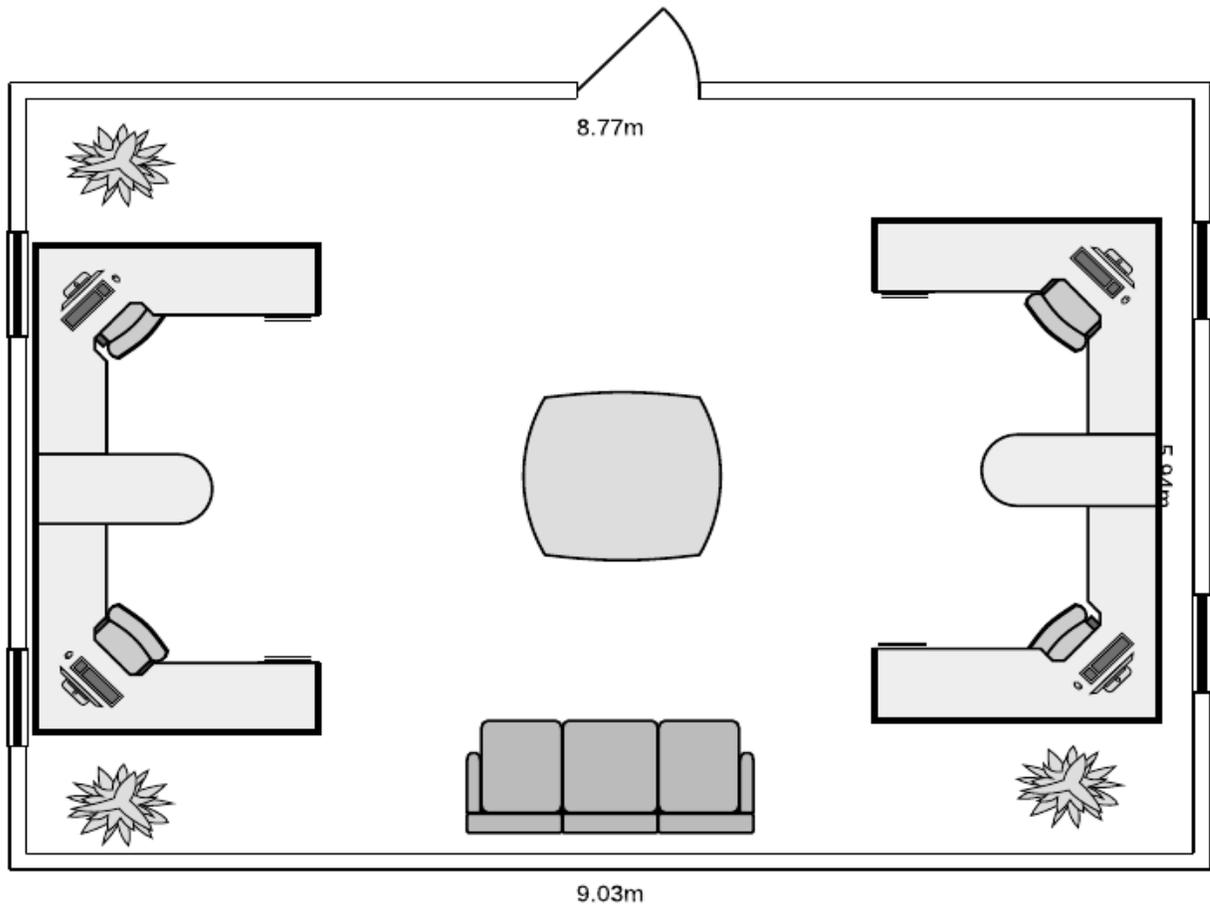
El acceso de los microempresarios y los campesinos, que deseen solicitar a nuestros servicios será mediante publicidad que se darán a conocer por medio de las redes sociales; con un servicio adicional de la persona que contrataremos de CAC, que llegará a los posibles clientes que tendrán nuestros servicios. El medio al que llegarán los posibles compradores será mediante las visitas que hagan a nuestro sitio web y mediante la publicidad que se genere por redes sociales.

En cuanto a nuestros servicios market society permitirá a los microempresarios y campesinos publicar sus productos para que se den a conocer ante los posibles compradores, nuestra plataforma contará con un fácil acceso y muy buena manejabilidad.

tipo de activo	descripción	cantidad	valor unitario	requisitos técnicos
Infraestructura Adecuaciones maquinaria y equipo	Como el equipo de trabajo inicialmente seran 4 personas, se buscara arredar dos oficinas las cuales tendran una ubicación estrategica en algun centro empresarial, cada oficina sera ocupada por dos personas y cada una tendra su respectivo espacio de trabajo	2 oficinas	El arriendo de ese espacio sera aproximadamente de 3.000.000 millones de pesos mensuales	<ul style="list-style-type: none"> - Oficinas tipo coworking - Oficinas equipadas con un mobiliario moderno, incluirea tambien una conexión a internet de alta velocidad - El espacio sera un area aproximada de 70 metros cuadrados
equipos de comunicación y computación	Contaremos con equipos de ultima gama, dos computadores all in one y dos portatiles	4 computadores	El valor de cada computador all in one es de 2.790.000 El valor de cada portatil es de 3.100.000	<ul style="list-style-type: none"> - All in one marca Lenovo IdeaCentre A340 (23.8", Intel), Intel Core i5-10210U Processor (1.60GHz 6MB),pantalla 60,5 cm (23,8")" 1920x1080,, memoria RAM 8GB - Portátil HP Envy procesador Core i5 pantalla de 13" Pulgadas RAM 8 GB
Muebles, enseres y otros	Se contara con escritorios compartidos y sillas ergonomicas con los cuales se armaran 2 puestos de trabajo, una silla tipo puff para descanso	2 escritorios 4 sillas ergonomicas 1 silla tipo puff	<ul style="list-style-type: none"> - Precio sillas ergonomicas: \$320.000 c/u - Precio escritorios compartidos: \$950.000 - Silla tipo puff: \$720.000 	<ul style="list-style-type: none"> - Escritorios compartidos 2m X 1.10m - Silla Oficina Con Cabecero Ergonomica Giratoria Presidencial Livorno - sofa tipo cuero sintetico

Otros (incluidos herramientas)	<ul style="list-style-type: none"> - tablets, gama media 	2 tablets	<ul style="list-style-type: none"> - cada tablet tendra un costo de \$700.000 	<ul style="list-style-type: none"> - Tablet Huawei 10.1" Pulgadas Matepad T10S 3GB + 64 GB
gastos pre-operativos	<ul style="list-style-type: none"> - El gasto preoperativo es aproximadamente de \$13.000.000 			

10.2. plano de instalacion



11. Estudio tecnico II

Ingenieria del proyecto

1. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

La elaboración de la página web para que la parte de microempresarios y campesinos puedan promover sus productos; continúa con el contacto directo de los microempresarios o campesinos, ya sea porque hayan visto la publicidad hecha en redes sociales o por el trabajo realizado por el CAC, se realiza la especificación de condiciones del servicio por ambas partes.

Por último se da el alcance requerido por cada microempresario o campesino para que pueda acceder el cliente final y puedan cerrar su venta con sus productos.

2. ¿Qué materias primas o insumos necesito para la elaboración del producto? Realice un listado con cantidad y precios.

Producto	Cantidad	Valor total
Computador: All in one	2	5'5800.000
Diseñadores, programadores	2	3'600.000
Paquete WIX ilimitado	1	64.000
CAC	1	1'500.000

bien /servicio: Market Society				
unidades a producir: 1				
actividades del proceso	tiempo estimado de realización (minutos/horas)	cargos que participan en la actividad	número de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan. capacidad de producción por maquina (cantidad de producto /unidad de tiempo)
Crear página	10 horas	Diseñador, jefe, comunicador	1	10/10 1
Mantenimiento página	6 horas	Diseñador, jefe	1	6/3 2
CAC	12 horas	CAC	1	12/12 1

Campaña RRSS	10 horas	comunicador, jefe	1	10/10 1
seccionar público de acuerdo a Buyer Persona y negocio	8 horas	comunicador	1	8/2 4
total:	46 horas (1 día 22 horas)	4 cargos	1 (5)	9

12. Estudio tecnico III

	MARKET SOCIETY		
	CODIGO	1	15/11/2020
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)			
plataforma de servicios de venta y publicidad especialmente para campesinos y microempresarios.			
B. OBJETIVO			
Permitir que los campesinos y microempresarios puedan publicar sus productos mediante nuestra plataforma, sin necesidad de tener mas intermediarios y			
C. METODOLOGIA			
inicialmente se brindara de nuestros servicios a los campesinos y microempresarios, donde tendran la posibilidad de publicar sus productos por medio de nuestra plataforma. en donde se dara al detalle las características de cada uno de los productos disponibles con su respectivo precio. esto con el fin de garantizar una venta mas confiable para todas aquellas personas que deseen adquirir algun producto.			

D. DESCRIPCIÓN GENERAL

market society consiste en dar servicios mediante una plataforma, en donde se puede publicar cualquier tipo de producto comestible, con el fin de darlo a conocer ante el público y así incrementar el volumen de ventas de nuestros clientes.

D. DURACION

el tiempo estimado para hacer público un producto es en cuestión de minutos ya que lo que pretendemos es incrementar el volumen de ventas y cuanto antes es más recomendable darlo a conocer.

E. ENTREGABLES

En este caso no aplica el algún entregable, ya que la idea que se tiene planteada es hacer publicidad y establecer contacto con los clientes externos para que hagan sus compras directas con el vendedor.

G. PERFIL DEL CLIENTE

el perfil que tenemos como prioridad con aquellas personas que son campesinas y microempresarios, ya que no tienen la posibilidad de dar a conocer sus productos tan fácil, por tal motivo market society ha implementado esta plataforma para estas personas que no tienen el suficiente capital al hacer publicidad sobre sus productos.

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO

market society, esta compuesto por personas muy comprometidas, en cuanto al perfil profesional contamos con un amplio conocimiento en manejo de desarrollo para la creación de la plataforma y por medio de esto es posible hacer que esta plataforma sea bastante estable y confiable, tenemos una persona profesional en comunicación social el cual nos genera un gran complemento en cuanto al manejo de la información que se establece con nuestros clientes.

**Firma del responsable
del servicio:**

REPRESENTANTE LEGAL

angie camila joya riaño

Nombre del Responsable andres alfonso luna de la cruz

Firma: Andres Luna

13. Lanzamiento producto minimo viable

¿Que problema estas tratando de resolver?



veo interesante esta plataforma, perfecto para dar a conocer mis productos, pero necesito mas información acerca de esto...falta algo mas para motivarme...

¿Quién es tu público objetivo?



mi servicios se enfocara principalmente en apoyo para los microempresarios y los campesinos

Create your own at Storyboard That

¿Cómo resolverás este problema?



mmm, estoy viendo la posibilidad de implementar whatsapp business, así dare información mas detallada acerca de market society...

primero tratare de llamar la atención, ofreciendo algunos descuentos para aquellas personas que soliciten nuestros servicios..

hare mas campañas publicitarias, demostrando los privilegios que tendrás al hacer uso de nuestros servicios...

Cuál es el primer paso?



empezaremos a implementar WhatsApp business, así daremos información mas detallada a nuestros clientes..

al tener contacto con nuestros clientes, buscare la forma de como adquirir su atención...

listo, muchachos empezare a implementar estrategias de como hacer llegar a nuestros servicios a personas que no tienen acceso a internet.

REFERENCIAS

- Riquelme, M. (2015). Las 5 Fuerzas de Porter—Clave para el Éxito de la Empresa. Santiago, Chile.
- Barrientos Felipa, P. (2017). Marketing+ internet= e-commerce: oportunidades y desafíos. Revista Finanzas y Política Económica, Vol. 9, no. 1 (ene.–jun. 2017); p. 45-56. <http://dx.doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2017.9.1.3>.
- Tiempo, C., 2020. La Vitrina Virtual Donde Puede Comercializar Sus Productos. [online] Portafolio.co. Available at: <<https://www.portafolio.co/negocios/la-vitrina-virtual-donde-puede-comercializar-sus-productos-540323>> [Accessed 13 September 2020].
- Selman, H. (2017). Marketing digital. Ibukku.
- López, O., Beltrán, C., Morales, R., & Cavero, O. (2018). Estrategias de marketing digital por medio de redes sociales en el contexto de las PYMES del Ecuador. CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica, 7(2), 39-56.