

AVANZ@NDO.COM



PRESENTADO POR:

IVAN CAMILO MORENO RUIZ

LEIDY ROCIO ALBARRACIN CORTES

PRESENTADO A:

JHON ALEXANDER GONZALES

CORPORACION UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR CUN

MODALIDAD VIRTUAL

CREACION DE EMPRESAS II

COLOMBIA 2020

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	6
OBJETIVO GENERAL	7
OBJETIVOS ESPECIFICOS	7
DESCRIPCION DE IDEA DE NEGOCIO	8
Cliente potencial	8
Necesidad.....	8
¿Cómo?.....	8
¿Por qué lo preferirían?	8
MODELO DE NEGOCIO	9
MODELO DE NEGOCIOS DE VENTA POR INTERNET	10
¿Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?.....	10
¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?.....	10
¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?	10
INNOVACIÓN SOSTENIBLE	11
ESTRATEGIA OCEANO AZUL	12
LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	14
MARKETING MIX	16
ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS PARA CLIENTES.....	16

Núcleo:.....	16
Calidad:	16
Diseño:	16
Servicio:	16
PORTAFOLIO	17
ESTRATEGIA DE PRECIOS AVANZ@NDO.COM	17
Costos de publicación en Facebook:	17
Costos de publicación en Instagram:	17
Plan Básico.....	18
Plan Plus.....	18
Costos.....	18
ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	19
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	19
Publicidad:	19
OBJETIVOS SMART	20
MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA.....	21
DESARROLLO DE SITIO WEB Y REDES SOCIALES	22
FACEBOOK.....	24
INSTAGRAM	26
ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL	27
CONFIGURACIÓN DE INSTAGRAM PARA CUENTA PROFESIONAL.....	27
CREANDO HISTORIAS	31

DESARROLLO DE CAMPAÑAS POR CORREO ELECTRÓNICO	32
METRICAS CLAVE	33
MÉTRICAS DE REMISIÓN	34
METRICAS DE ACTIVACIÓN.....	34
METRICAS DE ADQUISICIÓN	34
CAV.....	34
LTV	34
ESTUDIO TECNICO I.....	35
¿Es necesario un lugar físico de operación?.....	35
ESTUDIO TECNICO II.....	37
Diagrama de flujo	37
Materias primas o insumos requeridos	37
Costos por empleado	38
Requerimientos de operación	39
ESTUDIO TECNICO III	40
Ficha técnica – Plan Plus	40
Ficha técnica – Plan Básico	41
PRODUCTO MÍNIMO VIABLE	42
IMÁGENES	43
TABLAS	44
REFERENCIAS	45
FIRMAS	45

INTRODUCCION

La globalización permite entender el mundo como un mercado único sin barreras geográficas, los negocios se concretan por el incremento de las relaciones comerciales, un impulsor de las relaciones comerciales son las telecomunicaciones como el internet que nos permiten incrementar las ventas y darnos a conocer en el mercado realizar transacciones comerciales de manera libre y segura cumpliendo con objetivos y satisfaciendo una necesidad, gracias a la tecnología los modelos de negocio han venido cambiando dando una oportunidad en el mercado de innovar y tener un mayor segmento de compra y venta.

Una relación comercial como el mercado digital ha venido revolucionando el mercado permitiendo realizar negocios entre personas y empresas, sin embargo debemos analizar si estamos preparados para darle paso a la innovación por medio de nuevas plataformas de fácil acceso y manejo de negocios a pequeños emprendimientos, que permitan conocer más de cerca las necesidades de los clientes y les permitan generar estrategias para llegar a un mayor segmento que le permita mantenerse en tiempo y generar el cumplimiento de sus objetivos.

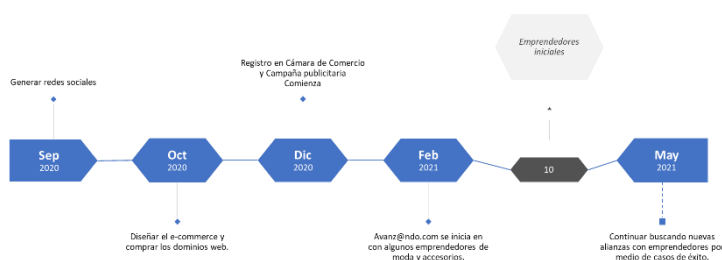
OBJETIVO GENERAL

Permitir por medio de marketing digital el desarrollo de nuevas oportunidades que estén incluidas en el servicio de apoyo al nuevo emprendedor al realizar un e-commerce enfocado para emprendedores del segmento de moda y accesorios.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Generar las redes sociales de nuestra compañía.
2. Comprar los dominios avanzando.com, avanzando.com.co, avanzando.net, avanzando.org.
3. Diseñar el e-commerce basado en tecnología responsive.
4. Alojar la página en aiso.net, siendo este un hosting eco amigable.
5. Llegar a nuestro mercado objetivo (Emprendedores de moda y accesorios) por medio de marketing digital en Facebook e Instagram.
6. Registrar la empresa en Cámara de Comercio.
7. Concretar alianzas con emprendedores de moda y accesorios.
8. Iniciar labora de marketing digital, en búsqueda de leads (Oportunidades calificadas) para los primeros emprendedores que deciden trabajar con nosotros.
9. Continuar buscando más emprendedores para fortalecer sus proyectos y ampliar oferta y demanda por medio de casos de éxito con los primeros emprendedores.

Imagen 1.
Flujograma.



DESCRIPCION DE IDEA DE NEGOCIO

E-commerce enfocado en emprendimientos de moda y accesorios apoyando al emprendedor con clientes potenciales generados por redes sociales y con eventos periódicos para generar más interacción con los clientes.

Cliente potencial

Emprendedores de moda y accesorios.

Necesidad

Potenciar el crecimiento de un emprendimiento de moda que no tiene claro cómo llegar a nuevos clientes debido a la situación de salud pública de estos momentos.

¿Cómo?

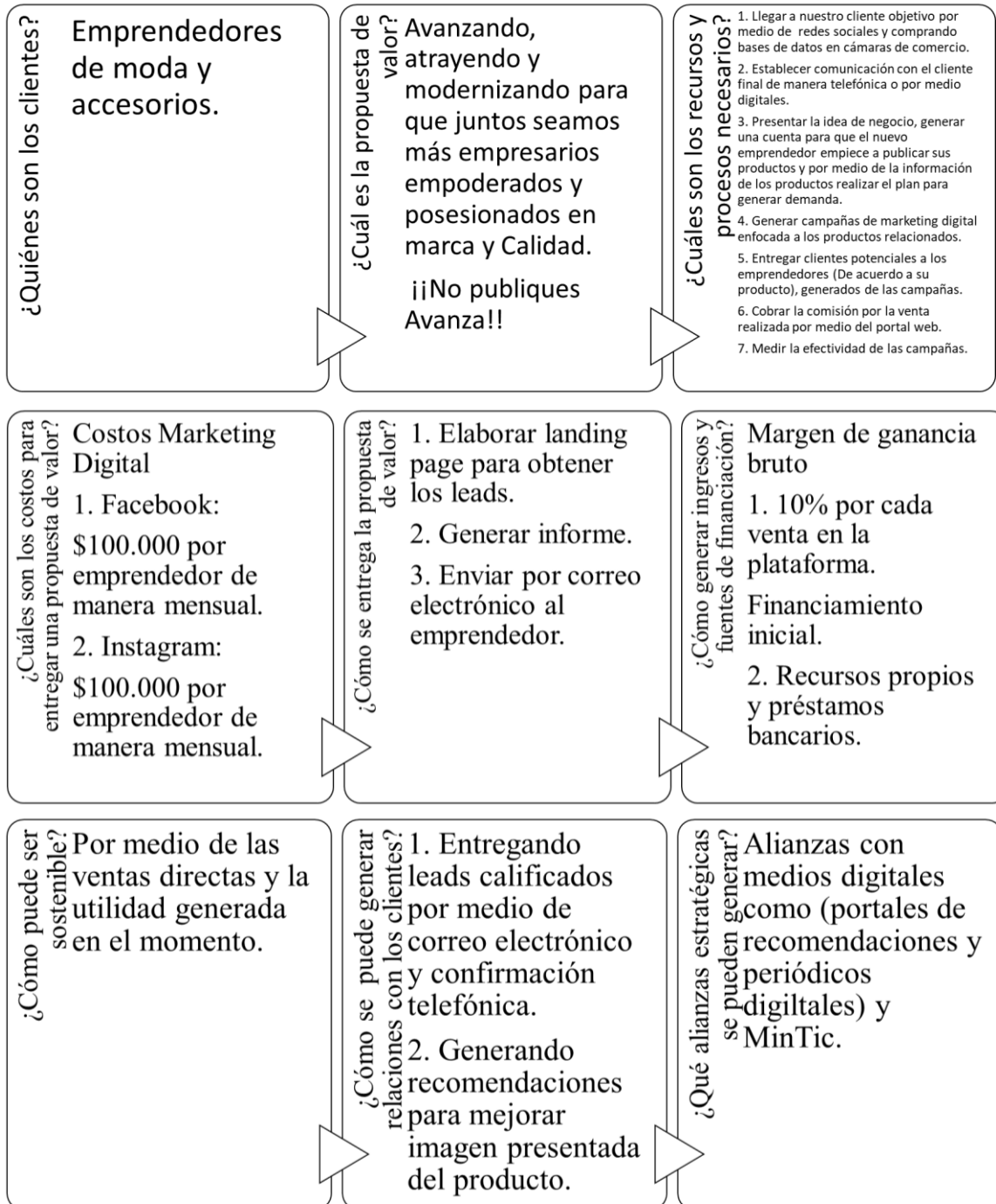
Realizando marketing digital enfocado a generar mayor visibilidad del e-commerce y de los productos de los emprendedores.

¿Por qué lo preferirían?

Porque se entregarían clientes potenciales debido a la labor de marketing digital y se realizarían eventos virtuales para generar más interacción con los clientes. Además de abrir el panorama para el bloqueo mental en el que muchos emprendedores se encuentran por la pandemia.

MODELO DE NEGOCIO

Tabla 1.
Modelo de negocio.



MODELO DE NEGOCIOS DE VENTA POR INTERNET

¿Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Llegar a nuestro cliente objetivo por medio de redes sociales y comprando bases de datos en cámaras de comercio.

¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Por medio de un E-Commerce en el que cada emprendedor cargará los productos de su portafolio y mediante la visibilidad generada con nuestro marketing digital.

¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

El cliente del emprendedor debe crear una cuenta para garantizar confiabilidad en la transacción, seleccionará las cantidades, facilitará los datos de entrega y realizará el pago (El pago no se libera al emprendedor hasta no confirmar la entrega con el cliente final)

Métodos de pago: PSE, vía baloto y Efecty.

INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Tabla 2.
Descripción idea Sostenible.

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
Producto o Servicio. ¿El producto tiene un ecodiseño?	1. Instalación de medidores de agua en todas las instalaciones.	1. El E-commerce se alojará en hosting ecológico con energía recibida de fuentes renovables. Ej. AISO.	1. Realizamos auditoría sobre nuestros emprendedores para garantizar la mínima afectación del ambiente con sus productos.	1. Las entregas se realizarán por medio de motocicleta a más de 5 Km y en bicicleta en menos de esa distancia.	1. En los puntos de trabajo, cada colaborador tendrá una caneca para arrojar los papeles reciclables.
Marketing. ¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?	1. Videos en Youtube con tutoriales de como hacer lavamanos de compostaje.	1. Blog con tips de ahorro de energía en los hogares.	1. Impresión de folletos y tarjetas de presentación en papel ecológico y usando tintas ecoamigables.	<i>"Nuestras entregas contaminan menos que un camión"</i>	<i>"Trae tu reciclaje y recibe un 1% de descuento en tu próxima compra"</i>

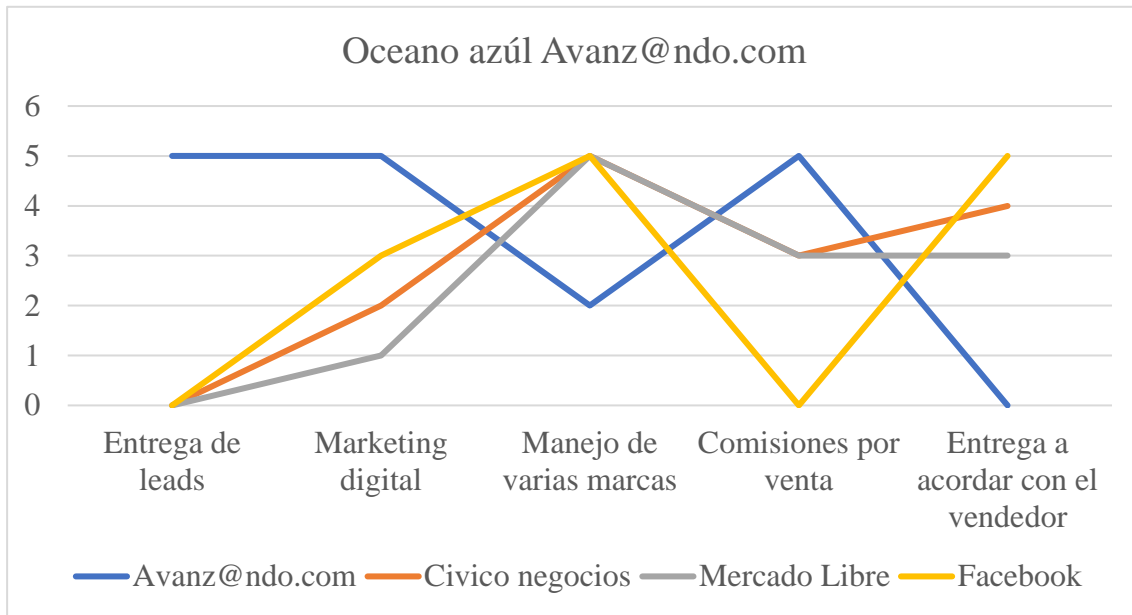
ESTRATEGIA OCEANO AZUL

Tabla 3.
Competencia.

	Entrega de leads	Marketing digital	Manejo de varias marcas	Comisiones por venta	Entrega a acordar con el vendedor
Avanz@ndo.com	5	5	2	5	0
Civico negocios	0	2	5	3	4
Mercado Libre	0	1	5	3	3
Facebook	0	3	5	0	5
ESTRATEGIA	Crear	Aumentar	Reducir	Aumentar	Eliminar

- Crearemos la entrega de leads u oportunidades calificadas gracias al manejo de marketing digital, únicamente para los emprendedores de moda y accesorios que trabajen con [avanz@ndo.com](mailto:Avanz@ndo.com) y nos desmarcaremos de la competencia debido a que los demás no ofrecen este servicio.
- Aumentaremos el marketing digital ya que lo volveremos un trabajo del día a día. Esto nos va a diferenciar de la competencia ya que ellos ofrecen la posibilidad de mejorar la visibilidad en su portales o planes para generar anuncios y llegar a más gente. Al ser opcional, la gente no sabe como usarlo y prefiere no acceder a ellos.
- Reduiremos el manejo de varias marcas ya que nos permite enfocarnos y que el cliente sepa que va a encontrar con nuestros emprendedores. En Mercado Libre, Facebook y Civico Negocios se ofrecen muchos producto que aunque clasificados por categorías permiten al cliente desviarse hacia otro tipo de productos y no comprar moda o accesorios, reducimos los productos sustitutos.
- Aumentaremos la comisiones de venta teniendo en cuenta el factor diferencial de ser proactivos y llegar con prospectos a la mesa del emprendedor generando un mayor valor que la competencia sin superar la comisión del 10% para el valor del producto.
- Eliminaremos las entregas de los productos “face to face” para maximizar la seguridad de la transacción. Manejaremos un portal transaccional que desembolsa únicamente si el producto fue recibido por el proveedor. Esto beneficiará la seguridad de las dos partes y evita fraudes y ataques ala integridad de las dos partes.

Imagen 2.
Cifras Marketing Oceano Azul.



LAS 5 FUERZAS DE PORTER

1. El poder de negociación de los clientes: Para nuestro caso – los e-commerce en Colombia -, se considera que esta fuerza es alta. Dado que existen muchos e-commerce en el mercado, los emprendedores tienen opciones para escoger entre ellos, generalmente buscando no pagar comisiones por ventas o reducirlas. Sin embargo, el problema común que tienen los emprendedores de moda y accesorios es que en muchos casos no pueden competir contra los grandes e-commerce de moda como Dafiti o Arturo Velez que ofrecen respaldo y tienen una mayor visibilidad. Al tener nuestro servicio, ganarán mayor visibilidad y podrán llegar a tantos clientes como las mejores empresas de e-commerce de moda.
2. El poder de negociación de los proveedores: En este punto, nuestros proveedores serán las redes sociales (Facebook e Instagram) quienes son conocidas por manejar el público objetivo de nuestros clientes. Esta fuerza se considera de nivel bajo ya que sus costos son siempre los mismos y solo varían de acuerdo al plan que se escoja. Es decir, no tendremos alzas de precios súbitas. Por otro lado están nuestros proveedores de hosting, quienes son mucho y en caso de una subida de precios se podrían cambiar sin problema. Por último, nuestro proveedor del nombre de dominio siempre deberá ser el mismo, con lo que año contra año renovaremos esos nombres de dominio sin tener problemas de que se le entreguen a otro
3. Los productos sustitutos: Dado que existen en el mercado varias pasarelas como Facebook, Mercado Libre, Civico Negocios, OLX es una fuerza alta que podrá ser controlada con nuestro valor agregado de entrega de oportunidades calificadas para nuestro clientes. Seguirá existiendo el riesgo de que seamos cambiados por alguna de estas plataformas pero mantendremos la fidelidad de nuestros clientes (Emprendedores de moda y accesorios) al darles la posibilidad de cerrar más negocios diferente solo a la visibilidad generada por otras plataformas.
4. Los nuevos entrantes: En este medio existen agencias de marketing que cada vez llegan al mercado, sin embargo Avanz@ndo.com es un híbrido entre e-commerce y agencia de marketing con un foco en personas naturales. Si bien es cierto seguirán

creando empresas en el segmento, el nicho de mercado no es tan competido como a nivel corporativo. Por lo anterior es una fuerza media.

5. La competencia entre empresas: La ventaja en market place o e-commerce la lleva Facebook por su capacidad de llegar a más personas gracias a la red social y sus comisiones nulas o muy bajas, seguido por Mercado Libre que cobra comisión por venta y un monto mensual por mejorar la visibilidad dentro de su plataforma. La medición de esta fuerza la marcamos como media.

MARKETING MIX

ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS PARA CLIENTES

Núcleo: E-commerce con tiempo de respuesta inferior a 30ms, espacio de almacenamiento de 10Gb para hacer más fluida la página y con alojamiento en hosting ecoamigable.

Calidad: No aplica.

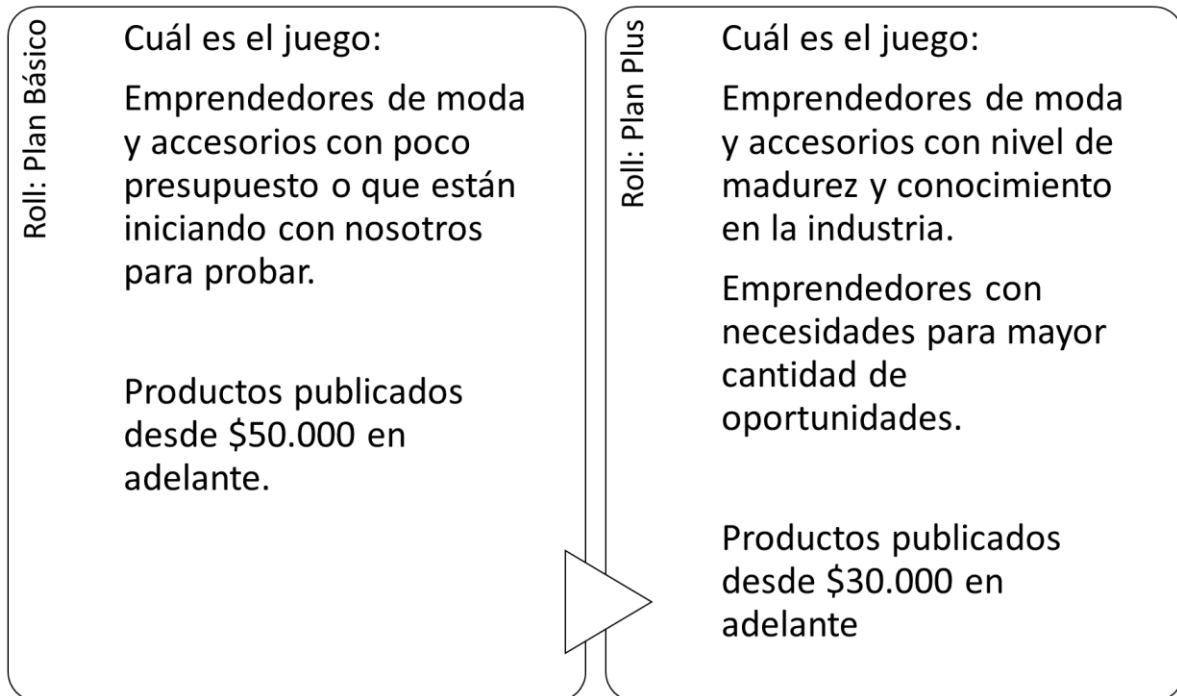
Envase: No aplica.

Diseño: Portal de E-commerce desarrollado en una plantilla agradable a la vista y de fácil entendimiento.

Servicio: Entrega de prospectos calificados a emprendedores.

PORTAFOLIO

Tabla 4.
Portafolio Servicios



El mínimo de productos a subir a avanz@ndo.com son 5 en cada plan.

ESTRATEGIA DE PRECIOS AVANZ@NDO.COM

Costos de publicación en Facebook: De acuerdo con el tiempo de publicación y alcance estimado de personas desde \$20.000 en campañas de corto plazo y montos hasta \$ 1.000.000 para campañas de 30 días hacia arriba.

Costos de publicación en Instagram: De acuerdo con el tiempo de publicación y alcance estimado de personas desde \$20.000 en campañas de corto plazo y montos hasta \$ 1.000.000 para campañas de 30 días hacia arriba.

Plan Básico

Se cobrará comisión del 10% en cada producto vendido por medio de la plataforma y cada emprendedor tendrá asignado un presupuesto de marketing digital que se ajustará a su perfil.

Plan Plus

Se cobrará comisión del 18% en cada producto vendido por medio de la plataforma y cada emprendedor tendrá asignado un presupuesto de marketing digital que se ajustará a su perfil.

Costos

- Plan Básico: Inversión de \$20.000 por emprendedor para generar leads por redes sociales dependiendo de los productos en nuestra plataforma.
 1. Productos publicados: 5
 2. Leads Esperados: 10
 3. Valor unitario del producto por emprendedor: \$50.000
 4. Comisión por venta de los 10 productos: \$50.000

- Plan Plus: Inversión de \$100.000 por emprendedor para generar leads en redes sociales dependiendo de los productos en nuestra plataforma.
 1. Productos publicados: 5
 2. Leads Esperados: 10
 3. Valor unitario del producto por emprendedor: \$30.000
 4. Comisión por venta de los 10 productos: \$51.000

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Otros: Canal de Distribución tradicional por medio de mensajeros en bicicleta o moto a cargo del comprador.

“¿LO QUIERES?, ¿LO TIENES! LA MODA TOCA A TU PUERTA”

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Publicidad: Redes sociales Facebook e Instagram.

Marketing directo: Por medio de marketing digital se realizará la publicación de los productos alojados en Avanz@ndo.com pagando pautas en Facebook e Instagram y generando clientes interesados para entregárselos al emprendedor cuyo producto ha sido el de interés.

OBJETIVOS SMART

Tabla 5.
Objetivos Smart.

Estrategia	Objetivo Smart	Cómo	Quién	Cuándo	Dónde	Valor
Producto	Posicionar a Avanz@ndo.com entre los 5 primeros E-Commerce de moda y accesorios en Bogotá para el 31 de Diciembre de 2022 por medio de generar leads para los emprendedores.	Realizando marketing digital.	El equipo de generación de demanda.	Todos los días.	Facebook e Instagram.	Desde \$20.000 en adelante.
Precio	Posicionar a Azanz@ndo.com como un e-commerce que entrega valor en lugar de reducir precios para el 31 de Diciembre del 2021	Publicidad en Redes Sociales.	El equipo de marketing.	Una vez por semana.	Facebook e Instagram.	Desde \$20.000 en adelante.
Distribución	Entregar 100 pedidos en un día para el 31 de Diciembre de 2021 por medio de mensajeros por medio de motocicletas y bicicletas.	Incrementado exponencialmente la cantidad de emprendedores vendiendo en nuestra plataforma.	Mensajeros en motocicleta y bicicleta.	Todos los días hasta llegar a la meta. Partiendo de mínimo 5 al día.	Bogotá	Contrato Prestación de Servicios.
Promoción y Comunicación	Posicionar el dominio avanz@ndo.com como el más popular de venta de moda y tecnología para el 31 de Diciembre del 2022 por medio de inbound marketing, Google Ads y marketing digital.	Por medio de marketing digital, Google Ads, Inbound Marketing.	El equipo de posicionamiento CEO.	Semanalmente.	Google, avanz@ndo.com, facebook, instagram.	\$100.000 mensuales.

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

Tabla 6.
Desarrollo de la marca

Nombre de idea	Avanz@ndo.com	
PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
Primer paso: Diagnóstico del mercado.	A. Identificación del sector	E-commerce - Marketing Digital: Moda y accesorios.
	B. Identificar marcas en competencia	A. Facebook, B. Instagram, C. Mercado Libre.
	C. Soluciones principales y alternativas	Publicaciones de artículos, planes para posicionamiento en redes y planes para mayor exposición.
	D. Tendencias del mercado	A. Generar Market Place para cercar los compradores más cercanos al vendedor. B. Ofrecer planes para mejorar la visibilidad de una publicación.
	E. Arquetipo de marca	Mago - Explorador
Segundo paso: Realidad psicológica de la marca	A. Percepción de las marcas de la competencia	Posicionamiento - Conexiones
	B. Identificar variables del neuromarketing	Sentimientos de facilismo y simplicidad
Tercer paso: Posicionamiento	A. Identificar Top of Mind	Facebook 40%, Mercado Libre 30%, Instagram 10%, otros 20%
	B. Identificar Top of Heart	Facebook 60%, Mercado Libre 30%, Otros 10%
Cuarto paso: Realidad material de la marca	A. Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Heroes, creadores de mercado, consultores.
	B. Definir arquetipo de la marca	
Quinto paso: 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	Marketing Digital, CEO

El interés por el desarrollo de la marca en espacios tecnológicos es de gran importancia ya que depende como los clientes identifican el producto y la marca que desean, es por esto que Avanz@ndo, una plataforma digital que suple las necesidades de los clientes con innovación y Marketing digital, es la herramienta más adecuada para generar el incremento y la competitividad que los negocios necesitan por medio de posicionamiento en las redes sociales, y espacios digitales generando reconocimiento y aceptación a esta nueva herramienta.

DESARROLLO DE SITIO WEB Y REDES SOCIALES

Para nuestro caso usaremos las plantillas predeterminadas de Wix, que nos permiten realizar páginas sencillas sin tener conocimientos en programación web.

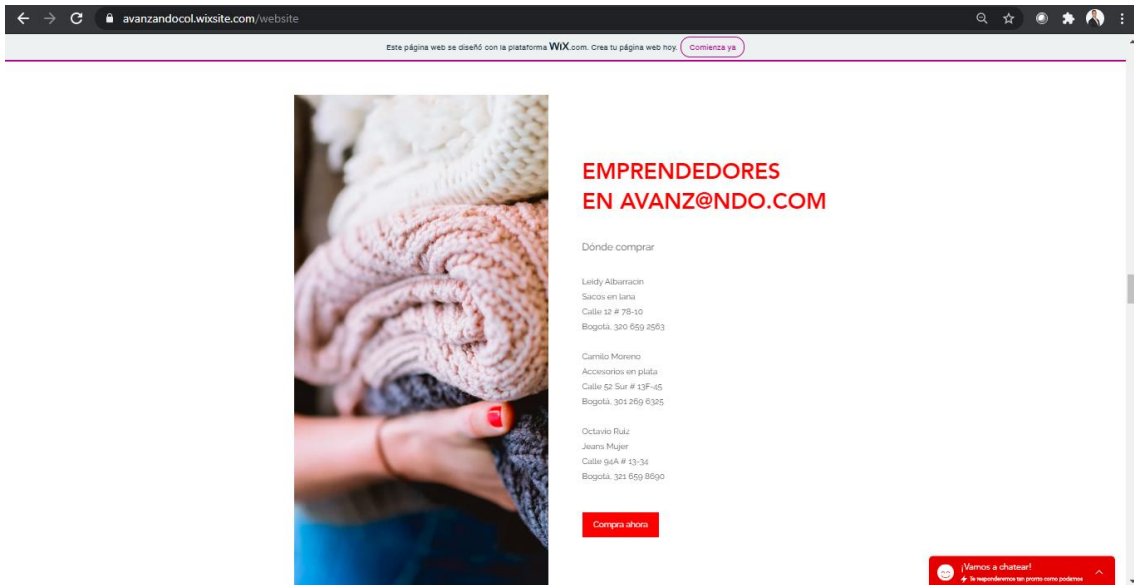
Nuestro sitio web 2.0 es <https://avanzandocol.wixsite.com/website> y aprovecharemos facebook e Instagram para realizar la publicidad de nuestra marca como herramienta de marketing digital. Poseemos una tienda virtual en la que los emprendedores podrán tener un usuario y publicar sus productos para que nosotros les hagamos publicidad.

Imagen 3.
Página Principal Avanz@ndo



Imagen 4.

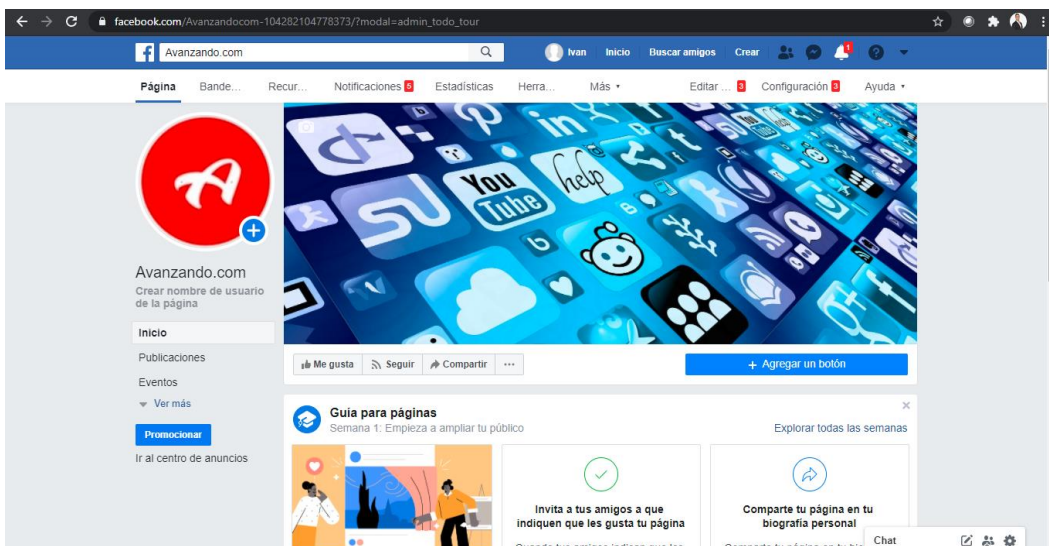
Descripción Avanz@ndo.



FACEBOOK

Nuestras principales herramientas para generar leads calificados (Emprendedores de moda y accesorios) serán las redes sociales de uso personal como lo son Facebook e Instagram, ya que buscamos personas que deciden emprender a modo informal. Contamos con nuestra página de Facebook: Avanzando.com <https://www.facebook.com/Avanzandocom-104282104778373>

Imagen 5.
Página en Facebook Avanz@ndo.




Contamos con una integración entre Facebook, Instagram y nuestro portal web:

Imagen 6.
Notificaciones de Redes Sociales.



Imagen 7.
Información cuenta de Instagram

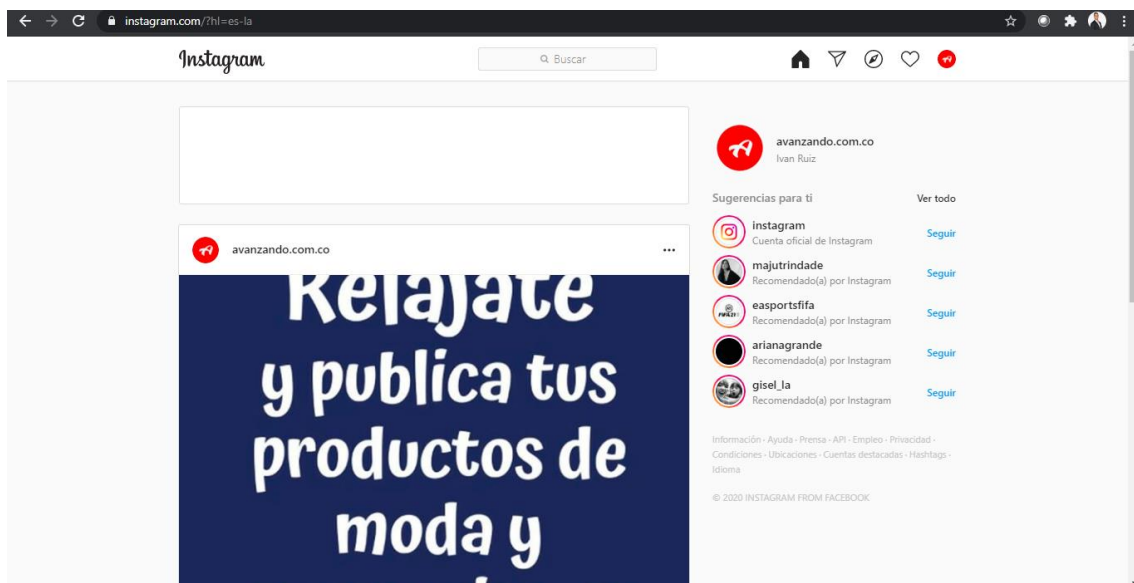
Información de la cuenta de Instagram

Información básica		
Nombre	Ivan Ruiz	
Usuario	avanzando.com.co	
Sitio web		
Presentación	Avanz@ndo.com es un portal en el que los emprendedores de moda y artesanías podrán mejorar su llegada a clientes potenciales. No publiques, av@nza.	
Categoría		
Información de contacto de la empresa		Sincronizar información
Correo electrónico	avanzando.col@gmail.com	
Número de teléfono	+573153216525	
Dirección		
Ciudad o localidad		
Código postal		

INSTAGRAM

Al tener mayor presencia gráfica, Instagram se convierte en un gran aliado para presentar las ofertas a los emprendedores que surgen y posteriormente para apoyarlos a generar demanda. Nuestro Instagram es @avanzando.com.co

*Imagen 8.
Publicaciones Instagram.*



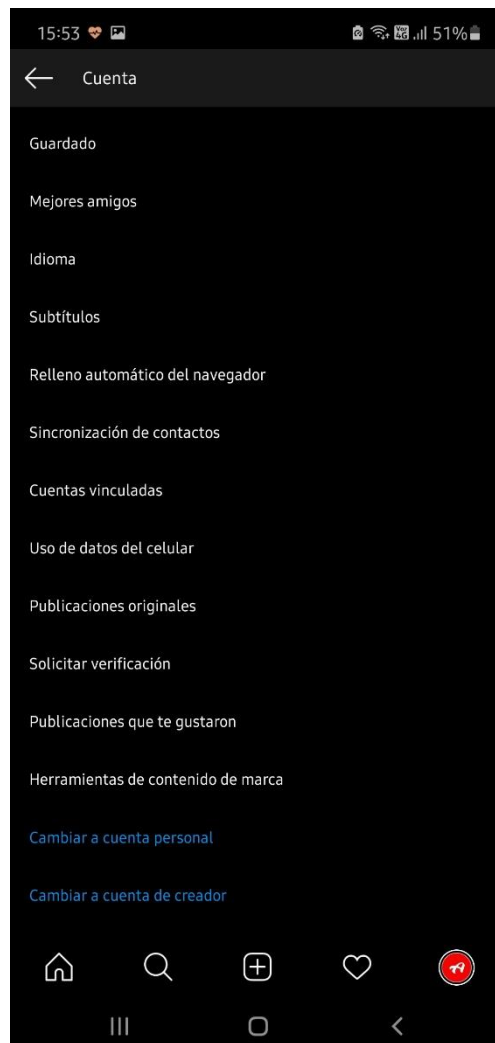
ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

Realizaremos publicaciones tanto en las historias de Facebook e Instagram para llamar la atención de potenciales clientes y además al comprar bases de datos de la Cámara de Comercio de Bogotá, podremos organizar campañas de mailing por medio de herramientas, que, para este caso, será el gestor de campañas de Wix.

CONFIGURACIÓN DE INSTAGRAM PARA CUENTA PROFESIONAL

Para empezar a aprovechar las ventajas de Instagram, podemos cambiar a cuenta profesional para empezar a hacer anuncios de nuestras publicaciones.

Imagen 9.
Cuenta de Anuncios en Instagram.



Posterior a ello podremos hacer publicidad de nuestras publicaciones:

Imagen 10 y 11.

Inicio de publicación de anuncio en Instagram

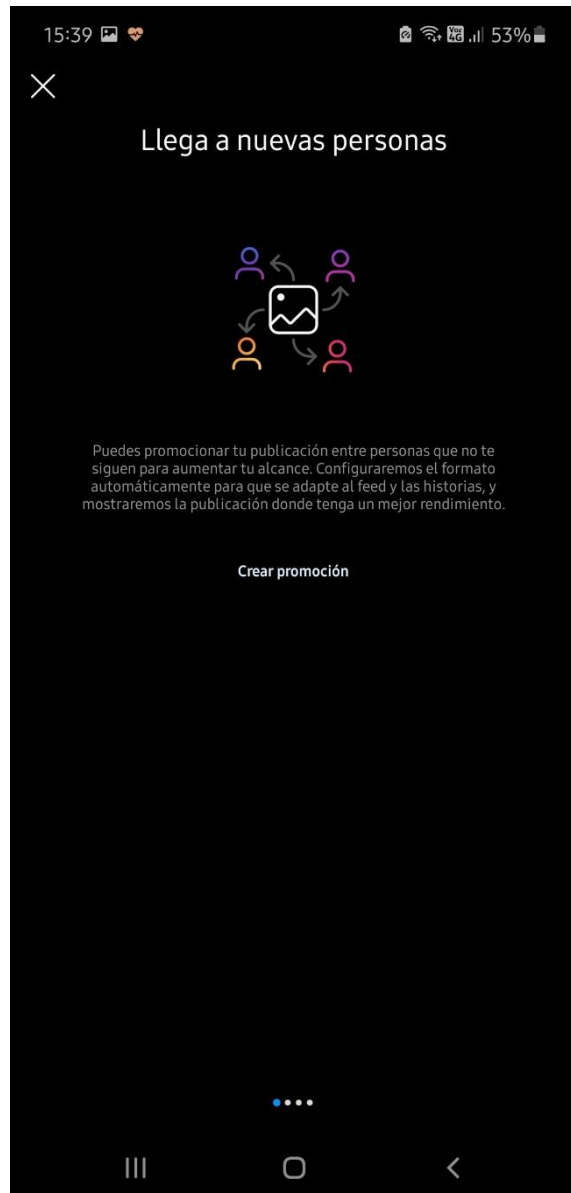


Imagen 12 y 13
Selección de público específico.

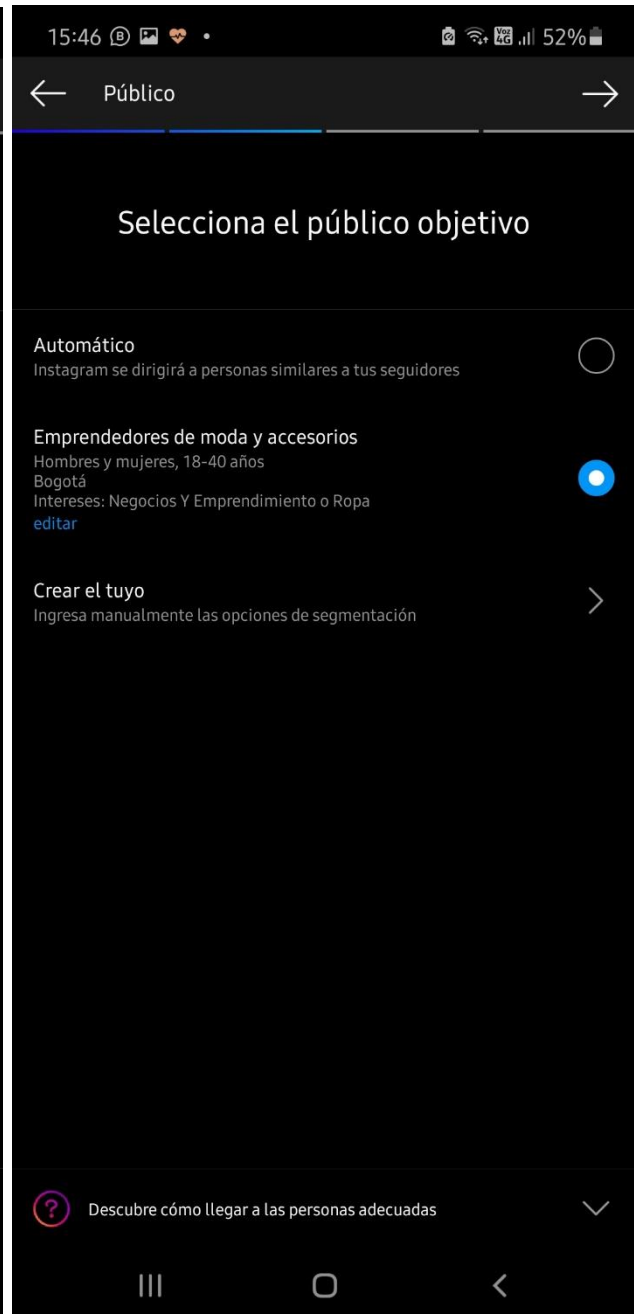
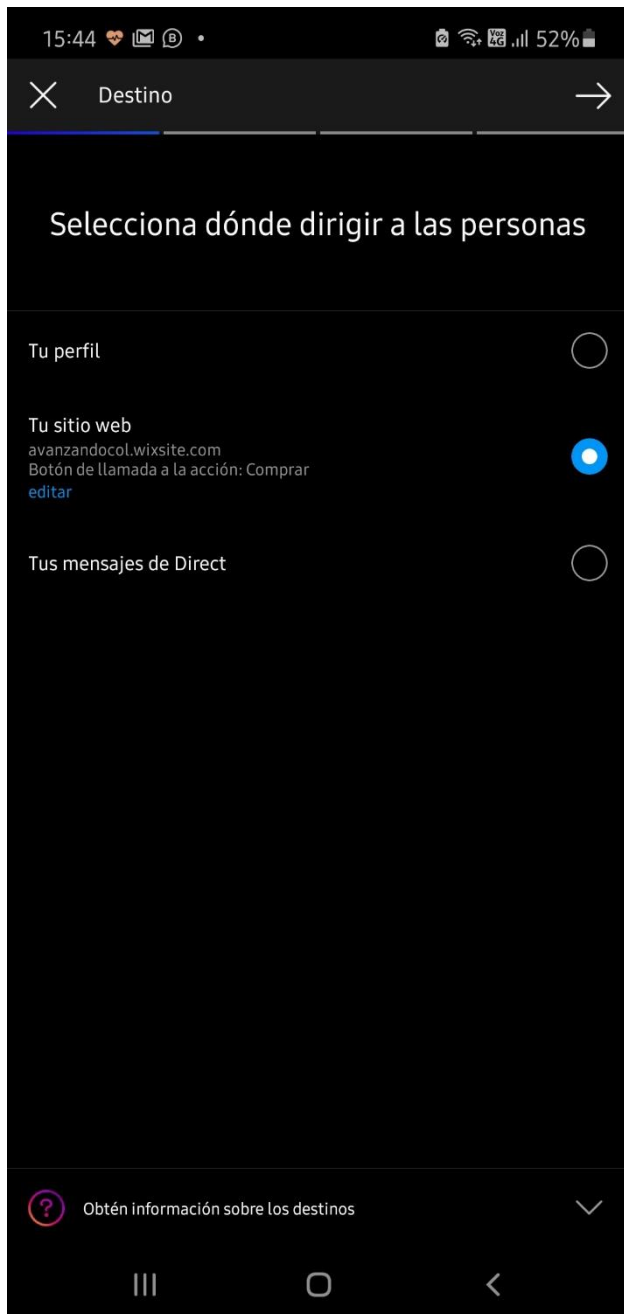
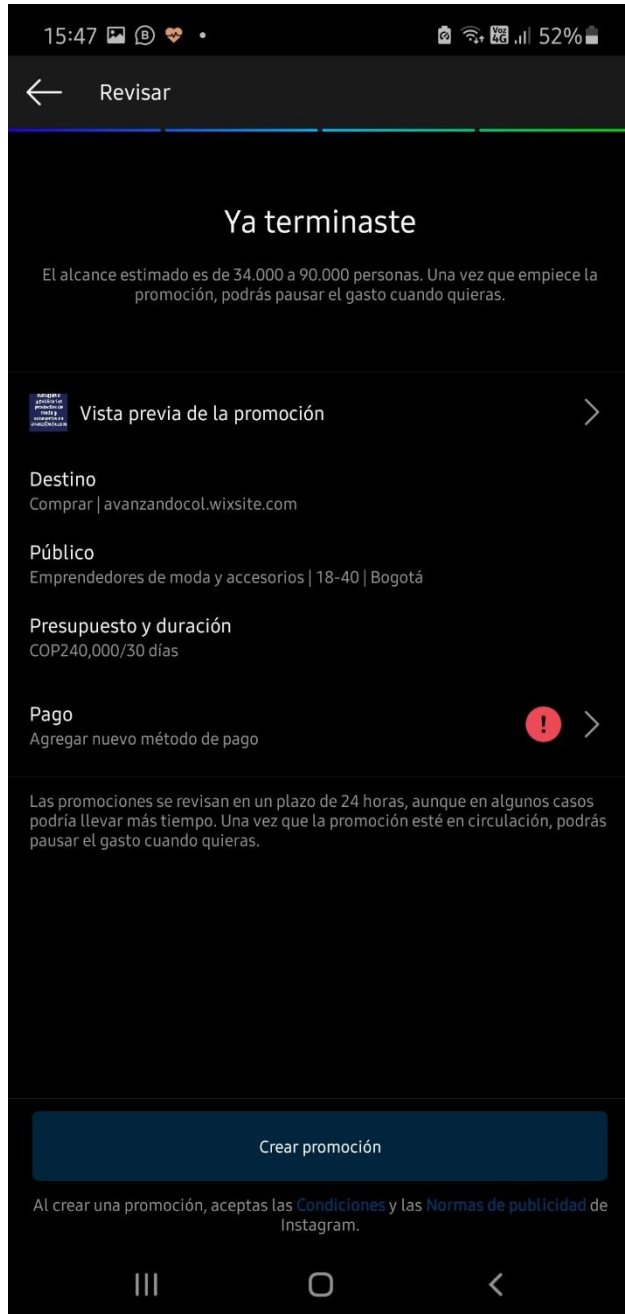
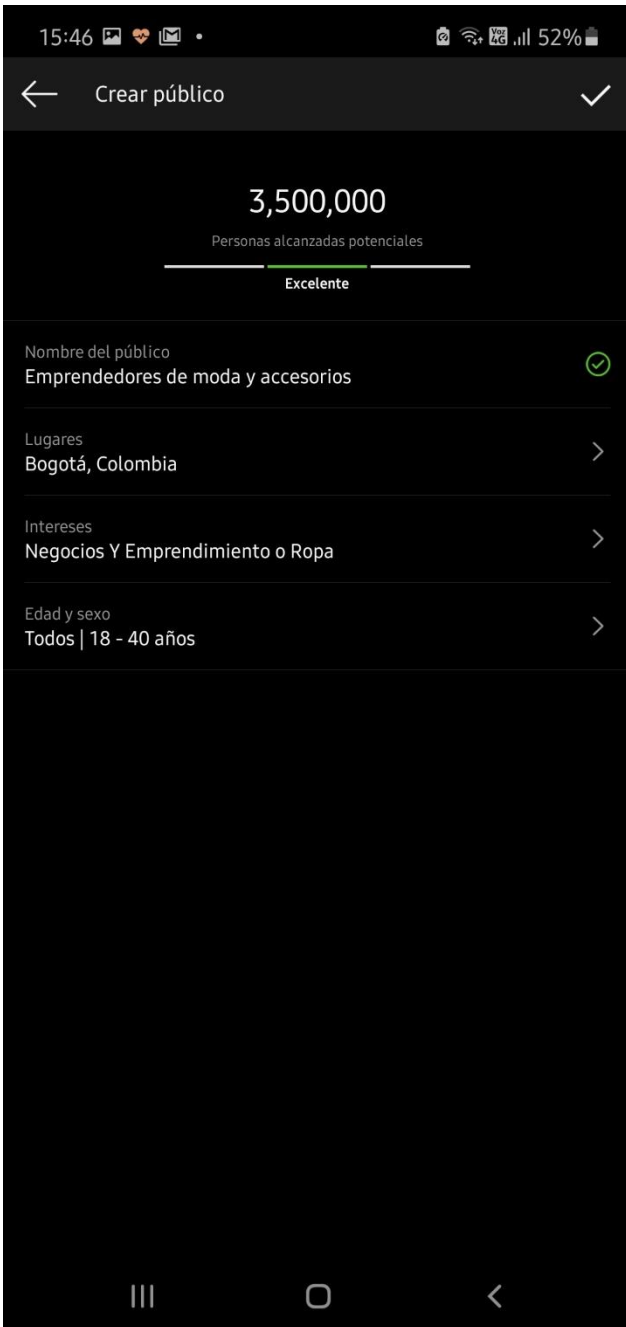


Imagen 14 y 15.
Crear promoción



CREANDO HISTORIAS

Para este paso nos apoyamos en Canva, una herramienta de desarrollo de varios aspectos en marketing, entre ellos las historias de Instagram.

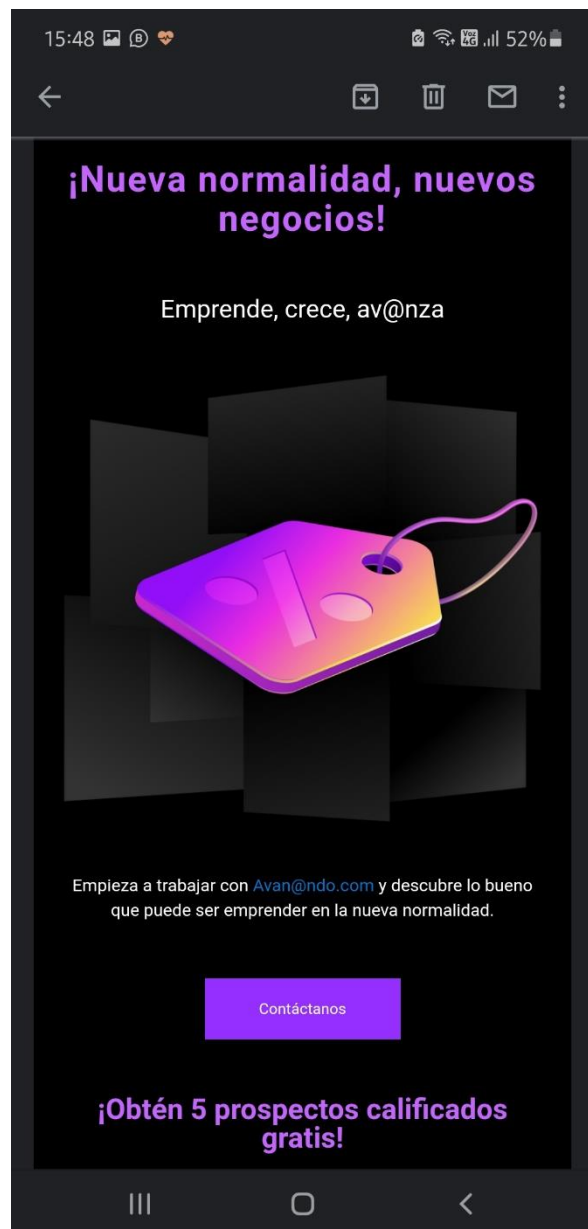
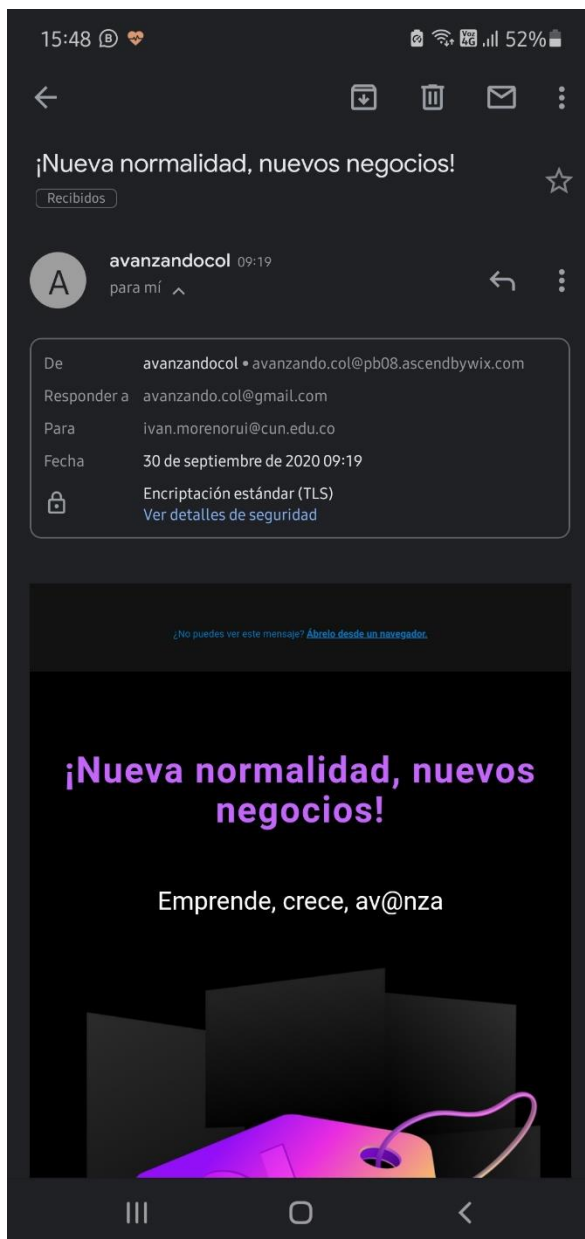
Imagen 16.
Historia en Instagram



DESARROLLO DE CAMPAÑAS POR CORREO ELECTRÓNICO

Como ya mencionamos, realizaremos envío por mail desde la plataforma de Wix

Imagen 17 y 18.
Campaña de mailing por Wix.



METRICAS CLAVE

En este punto analizaremos las métricas clave CAV (customer acquisition cost) y LTV (life time Valué) por medio de nuestro indicador en una publicación en la página de facebook:

Imagen 19 y 20. *Métricas de llegada en Facebook*

20:29

Promocionar publicación

Vista previa del anuncio

Avanzando.com
Publicidad

Avanzando.com el mejor sitio para generar oportunidades para tus productos de moda y accesorios. No publiques, Av@nza. Adoramos ayudar a más emprendedores!

Me gusta Comentar Compartir

Estadísticas de la publicación

14 Alcance	18 Interacción	0 Clics
------------	----------------	---------

Ver más estadísticas >

Certificación necesaria
Certificación necesaria: Antes de poner anuncios en circulación, debes certificar el cumplimiento de nuestra política de no discriminación. Para hacerlo, visita facebook.com/certification/nondiscrimination.
[Revisar](#)

Objetivo

Conseguir más visitas en el sitio web
Muestra el anuncio a las personas con probabilidades de hacer clic en una URL de tu anuncio.

Conseguir más interacción

PROMOCIONAR PUBLICACIÓN

Al tocar Promocionar publicación, aceptas las [Condiciones de Facebook](#).

07:44

Ver estadísticas

Personas alcanzadas

Total de personas alcanzadas 17

17 Orgánico	0 Pagado
-------------	----------

Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Reacciones, comentarios y contenido compartido en total 22

19 Reacciones	1 Comentario	2 Veces compartido
---------------	--------------	--------------------

Clics

Total de clics 0

0 Clics en el enlace	0 Clics de otro tipo
----------------------	----------------------

Promociona esta publicación para conseguir más alcance, Me gusta, comentarios y contenido compartido.

Promocionar publicación

MÉTRICAS DE REMISIÓN

En nuestro caso obtuvimos 2 “compartir” de nuestra publicación que hacen parte de las métricas de remisión.

MÉTRICAS DE ACTIVACIÓN

Afortunadamente contamos con 19 interacciones positivas en 24 horas entre “Me gusta” y “Me encanta”, dejándonos ver que tenemos de manera orgánica una activación de nuestras publicaciones óptima.

MÉTRICAS DE ADQUISICIÓN

Al tener un comentario y capitalizarlo en un comprador, esta representa una clara métrica de adquisición donde a mayor cantidad de comentarios, esta métrica se incrementará.

CAV

En nuestro caso se invirtió una hora de tiempo que calculado con el salario mínimo (Salario con el que comenzaríamos) sería de \$3.657,50 y se consiguió una persona que compró nuestros planes.

En este caso nuestro CAV sería:

$$3.657,50 / 1 = 3.657,50$$

LTV

Teniendo en cuenta que el emprendedor que preguntó por nuestro plan y compró posteriormente el básico con una comisión por venta del 10%, publicó y vendió un producto de \$100.000, quiere decir que ganamos \$10.000.

Con lo anterior, por cada \$3657,50 invertidos en publicidad, ganamos \$10.000 siendo una relación de 1 a 3.

ESTUDIO TECNICO I

Tabla 7.
Estudio Técnico 1.

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos Tecnicos
Infraestructura-Adecuaciones	Avanz@ndo.com contará con teletrabajo	1	\$800.00	Conecciones electricas
Maquinaria y equipo	Computadores	3	\$4.500.000	Toma Corriente
Equipos de computación y comunicación	Router	1	\$600.00	Actualizaciones y conexión
Muebles Enseres y Otros	Mueble de Computo	3	#####	Adecuacion Manual
Otros Incluido herramientas	telefono planilla de control	3	\$135,000	Adecuacion Manual
Gastos Preoperativos	personal	3	#####	Capacitacion permanente

¿Es necesario un lugar físico de operación?

Debido al origen en el segmento tecnológico y nuestra actividad de intermediación **no es necesario** un sitio de operación físico, arriendo de oficinas o bodegas ya que contamos con

servidores cloud en donde se aloja el sitio web que programamos y gestionamos con un computador portátil y la facilidad que esto sugiere: Teletrabajo.

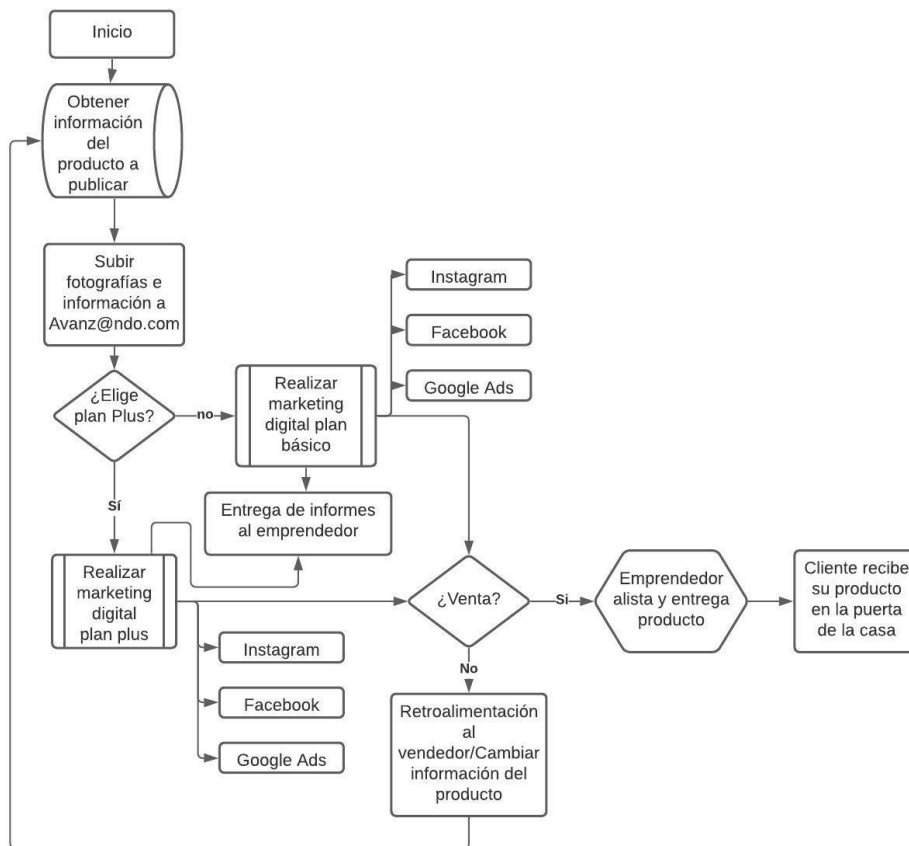
ESTUDIO TECNICO II

Diagrama de flujo

Imagen 21.

Diagrama de flujo proceso de publicación.

Diagrama de Flujo - Publicación, marketing digital y venta de producto en Avanz@ndo.com



Materias primas o insumos requeridos

Plan Plus:

Acceso a internet: \$240.000 mensuales (cantidad: 3 valor: \$80.000 c/u)

Cuenta en Instagram, Facebook Business y Google: \$100.000 mensuales (cantidad: 1)

Plan Básico:

Acceso a internet: \$240.000 mensuales (cantidad: 3 valor: \$80.000 c/u)

Cuenta en Instagram, Facebook Business y Google: \$100.000 mensuales (cantidad: 1)

Costos por empleado

Tabla 8.
Costos por empleado.

Costos de 1 Empleado	
Salario básico	\$1,000,000
Auxilio Trasporte	\$88,211
Eps 8 %	\$80,000
Pension 8%	\$80,000
Caja Compensacion 3%	\$30,000
Icbf 2 %	\$20,000
Arl 2-4%	\$24,000
Cesantias 1 %	\$80,000
Intereses Cesantias 1 %	\$8,000
Total, costo empleado 1 mes	\$1,410,211
Dividimos en 30 días el costo del empleado este valor es el costo que se genera tener un empleado y en promedio del taller debe contar con 3 empleados.	El costo total de 3 empleados es de \$4.230.633
Costo Arriendo y Servicios Públicos	
Arriendo	\$1,000,000
Luz	\$300,000
Agua	\$300,000

Requerimientos de operación


Tabla 9.
Requerimientos de operación.

PRODUCTO: Plan Plus Avanz@ndo.com				
UNIDADES A PRODUCIR: 10 Planes				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen en el cargo	Equipos y Maquinas que se utilizan
Edición de imágenes e información	60 minutos	Diseñador gráfico	1	Computador portatil Router
Publicación en portal web Avanz@ndo.com	20 minutos	Diseñador web	1	Computador portatil Router
Gestión de campañas en redes sociales y google	240 minutos	Administrador de contenido	1	Computador portatil Router
Elaboración de informes de gestión	60 minutos	Administrador de contenido	1	Computador portatil Router
Gestión de ventas y cobros de comisiones	30 minutos	Diseñador Web/ Administrador de contenido	1	Computador portatil Router
TOTAL	410 minutos	3	1	6

ESTUDIO TECNICO III

Ficha técnica – Plan Plus

Tabla 10.
Ficha técnica plan plus


	AVANZ@NDO.COM								
	CODIGO: PPLUS	VERSIÓN: V01	FECHA: 2020-10-						
FICHA TECNICA DEL SERVICIO									
A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)									
Plan Plus: Marketing digital en facebook, instagram y google con apoyo en portal web 2.0.									
B. OBJETIVO									
1. Generar más visibilidad y por ende más leads calificados para los emprendedores de moda y accesorios									
2. Incrementar las ventas de los emprendedores que contraten el plan.									
3. Facilitar el trabajo día a día del emprendedor de moda y accesorios en cuanto a su proceso comercial se									
4. Brindar mejores oportunidades de negocio que el plan básico de Avanz@ndo.									
C. METODOLOGIA									
Marketing digital orientado a redes sociales de consumo y hogar con uso de portal web 2.0 en donde se encuentran los productos publicados y donde se gestionan las ventas por emprendedor. Se realiza por medio de estrategias de Marketing digital y SEO. Es de tipo consultor en marketing y en ventas.									
D. DESCRIPCIÓN GENERAL									
Servicio de consultoría en marketing digital con generación de leads calificados en un nivel superior que un plan standard o básico.									
D. DURACION									
Cada plan tiene una duración de 30 días con renovación del plan por suscripción.									
E. ENTREGABLES									
Base de datos de leads calificados (Puntuación de 100 en cuanto a información básica del usuario) interesados en los productos de cada emprendedor.									
G. PERFIL DEL CLIENTE									
Emprendedor en ventas de productos de moda.									
Emprendedor en ventas de productos de Accesorios.									
G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Dedicación y remuneración • Tiempo completo </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Nombre del Cargo • Diseñador Gráfico </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; padding: 5px;"> Requisitos de contratación </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> Tipo de Contratación • Término fijo. </td> <td style="padding: 5px;"> Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional en Diseño Gráfico. • 4 año de experiencia en web. </td> </tr> </table>				Dedicación y remuneración • Tiempo completo	Nombre del Cargo • Diseñador Gráfico	Requisitos de contratación		Tipo de Contratación • Término fijo.	Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional en Diseño Gráfico. • 4 año de experiencia en web.
Dedicación y remuneración • Tiempo completo	Nombre del Cargo • Diseñador Gráfico								
Requisitos de contratación									
Tipo de Contratación • Término fijo.	Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional en Diseño Gráfico. • 4 año de experiencia en web.								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Dedicación y remuneración • Tiempo completo </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Nombre del Cargo • Programador Web </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; padding: 5px;"> Requisitos de contratación </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> Tipo de Contratación • Término fijo. </td> <td style="padding: 5px;"> Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional en Desarrollo de software o Ingeniería de Sistemas. • 2 años de experiencia en desarrollo web. </td> </tr> </table>				Dedicación y remuneración • Tiempo completo	Nombre del Cargo • Programador Web	Requisitos de contratación		Tipo de Contratación • Término fijo.	Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional en Desarrollo de software o Ingeniería de Sistemas. • 2 años de experiencia en desarrollo web.
Dedicación y remuneración • Tiempo completo	Nombre del Cargo • Programador Web								
Requisitos de contratación									
Tipo de Contratación • Término fijo.	Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional en Desarrollo de software o Ingeniería de Sistemas. • 2 años de experiencia en desarrollo web.								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Dedicación y remuneración • Tiempo completo </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Nombre del Cargo • Administrador de Contenido </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; padding: 5px;"> Requisitos de contratación </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> Tipo de Contratación • Término fijo. </td> <td style="padding: 5px;"> Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional ingeniería comercial o diseño gráfico. • Especialista en Inbound Marketing, Marketing Digital y SEO. • 3 años de experiencia en empresas de tecnología. </td> </tr> </table>				Dedicación y remuneración • Tiempo completo	Nombre del Cargo • Administrador de Contenido	Requisitos de contratación		Tipo de Contratación • Término fijo.	Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional ingeniería comercial o diseño gráfico. • Especialista en Inbound Marketing, Marketing Digital y SEO. • 3 años de experiencia en empresas de tecnología.
Dedicación y remuneración • Tiempo completo	Nombre del Cargo • Administrador de Contenido								
Requisitos de contratación									
Tipo de Contratación • Término fijo.	Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional ingeniería comercial o diseño gráfico. • Especialista en Inbound Marketing, Marketing Digital y SEO. • 3 años de experiencia en empresas de tecnología.								

Firma del responsable del servicio: REPRESENTANTE LEGAL

Nombre del Responsable del servicio Camilo Moreno **Firma:** Firma

Ficha técnica – Plan Básico

Tabla 11.
Ficha técnica plan básico.

	AVANZ@NDO.COM								
	CODIGO: PBASIC	VERSIÓN: V01	FECHA: 2020-10-						
FICHA TECNICA DEL SERVICIO									
A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)									
Plan Básico: Marketing digital en facebook, instagram y google con apoyo en portal web 2.0.									
B. OBJETIVO									
1. Generar visibilidad estandar y por ende leads calificados para los emprendedores de moda y accesorios									
2. Incrementar las ventas de los emprendedores que contraten el plan.									
3. Facilitar el trabajo día a día del emprendedor de moda y accesorios en cuanto a su proceso comercial se									
C. METODOLOGIA									
Marketing digital orientado a redes sociales de consumo y hogar con uso de portal web 2.0 en donde se encuentran los productos publicados y donde se gestionan las ventas por emprendedor. Se realiza por medio de estrategias de Marketing digital y SEO. Es de tipo consultor en marketing y en ventas.									
D. DESCRIPCIÓN GENERAL									
Servicio de consultoria en marketing digital con generación de leads calificados (Plan limitado en cantidad de leads: Máximo 10 al mes)									
D. DURACION									
Cada plan tiene una duración de 30 días con renovación del plan por suscripción.									
E. ENTREGABLES									
Base de datos de leads calificados (Puntuación de 100 en cuanto a información básica del usuario) interesados en los productos de cada emprendedor.									
G. PERFIL DEL CLIENTE									
Emprendedor en ventas de productos de moda.									
Emprendedor en ventas de productos de Accesorios.									
G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Dedicación y remuneración • Tiempo completo </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Nombre del Cargo • Diseñador Gráfico </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; padding: 5px;">Requisitos de contratación</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> Tipo de Contratación • Término fijo. </td> <td style="padding: 5px;"> Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional en Diseño Gráfico. • 1 año de experiencia en web. </td> </tr> </table>				Dedicación y remuneración • Tiempo completo	Nombre del Cargo • Diseñador Gráfico	Requisitos de contratación		Tipo de Contratación • Término fijo.	Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional en Diseño Gráfico. • 1 año de experiencia en web.
Dedicación y remuneración • Tiempo completo	Nombre del Cargo • Diseñador Gráfico								
Requisitos de contratación									
Tipo de Contratación • Término fijo.	Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional en Diseño Gráfico. • 1 año de experiencia en web.								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Dedicación y remuneración • Tiempo completo </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Nombre del Cargo • Programador Web </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; padding: 5px;">Requisitos de contratación</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> Tipo de Contratación • Término fijo. </td> <td style="padding: 5px;"> Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional en Desarrollo de software o Ingeniería de Sistemas. • 2 años de experiencia en desarrollo web. </td> </tr> </table>				Dedicación y remuneración • Tiempo completo	Nombre del Cargo • Programador Web	Requisitos de contratación		Tipo de Contratación • Término fijo.	Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional en Desarrollo de software o Ingeniería de Sistemas. • 2 años de experiencia en desarrollo web.
Dedicación y remuneración • Tiempo completo	Nombre del Cargo • Programador Web								
Requisitos de contratación									
Tipo de Contratación • Término fijo.	Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional en Desarrollo de software o Ingeniería de Sistemas. • 2 años de experiencia en desarrollo web.								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Dedicación y remuneración • Tiempo completo </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Nombre del Cargo • Administrador de Contenido </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; padding: 5px;">Requisitos de contratación</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> Tipo de Contratación • Término fijo. </td> <td style="padding: 5px;"> Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional ingeniería comercial o diseño gráfico. • Especialista en Inbound Marketing, Marketing Digital y SEO. • 1 años de experiencia en empresas de tecnología. </td> </tr> </table>				Dedicación y remuneración • Tiempo completo	Nombre del Cargo • Administrador de Contenido	Requisitos de contratación		Tipo de Contratación • Término fijo.	Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional ingeniería comercial o diseño gráfico. • Especialista en Inbound Marketing, Marketing Digital y SEO. • 1 años de experiencia en empresas de tecnología.
Dedicación y remuneración • Tiempo completo	Nombre del Cargo • Administrador de Contenido								
Requisitos de contratación									
Tipo de Contratación • Término fijo.	Perfil Requerido • Tecnólogo o Profesional ingeniería comercial o diseño gráfico. • Especialista en Inbound Marketing, Marketing Digital y SEO. • 1 años de experiencia en empresas de tecnología.								

Firma del responsable del servicio:

REPRESENTANTE LEGAL

Nombre del Responsable del servicio	Camilo Moreno	Firma:	Firma
--	---------------	---------------	-------

PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

Imagen 22.
Producto Mínimo Variable

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
<p>Mejorar la atracción hacia nuestro portal y por ende nuestros planes.</p>	<p>Emprendedores de moda y accesorios.</p>	<p>Pagando campañas de Ads en Instagram, Facebook y Google.</p>	<p>Creando contenido multimedia sin costo que atraiga a los emprendedores a nuestro sitio web y posteriormente enviando promociones de nuestro planes.</p>

Create your own at Storyboard That

IMÁGENES

- Imagen 1. Flujograma
- Imagen 2. Cifras de marketing Oceano Azul
- Imagen 3. Página principal Avanz@ndo
- Imagen 4. Descripción Avanz@ndo
- Imagen 5. Página en facebook Avanz@ndo
- Imagen 6. Notificaciones de Redes Sociales
- Imagen 7. Información cuenta de Instagram
- Imagen 8. Publicaciones Instagram
- Imagen 9. Cuenta de anuncios en Instagram
- Imagen 10. Inicio de publicación de anuncio en Instagram 1
- Imagen 11. Inicio de publicación de anuncio en Instagram 2
- Imagen 12. Selección de público específico 1
- Imagen 13. Selección de público específico 2
- Imagen 14. Crear promoción 1
- Imagen 15. Crear promoción 2
- Imagen 16. Historia en Instagram
- Imagen 17. campaña de mailing por Wix 1
- Imagen 18. campaña de mailing por Wix 2
- Imagen 19. Métricas de llegada en Facebook 1
- Imagen 20. Métricas de llegada en Facebook 1
- Imagen 21. Diagrama de flujo proceso de publicación
- Imagen 22. Producto Mínimo variable

TABLAS

- Tabla 1. Modelo de negocio
- Tabla 2. Descripción idea sostenible
- Tabla 3. Competencia
- Tabla 4. Portafolio de Servicios
- Tabla 5. Objetivos Smart
- Tabla 6. Desarrollo de la marca
- Tabla 7. Estudio técnico 1
- Tabla 8. Costos por empleado
- Tabla 9. Requerimientos de operación
- Tabla 10. Ficha técnica plan plus
- Tabla 11. Ficha técnica plan básico

REFERENCIAS

Rey, J. E. V., & Zapata, D. E. M. (2015). Gestión del conocimiento organizacional: un encuentro necesario entre plataformas digitales, comunicación, educación y cultura. *Revista Lasallista de Investigación*, 12(2).

Aulestia, J. (2017). El entorno digital, cómo incide en el marketing actual. *Revista de*.

Hall, F. (2016). El negocio de la edición digital: Una introducción al mundo de las publicaciones electrónicas. Fondo de Cultura Económica.

Cailliette, A. (2001). Los mercados digitales: una solución estratégica para las empresas (Doctoral dissertation, Universidad Autónoma de Nuevo León).

Felipa, P. B. (2014). El desarrollo de la marca país: base para posicionarse a través de las exportaciones no tradicionales. *Revista Finanzas y Política Económica*, 6(1), 115-140

FIRMAS

Ivan Camilo Moreno Ruiz

Leidy Rocío Albarracín Cortés