# **Desarrollo de Marketplace para Artesanías Mexicanas y Productos Locales en Universidad Tecnológica de Cancún**

# **Proyecto en:**

# **Ingeniería de desarrollo y gestión de software**

# **P R E S E N T A:**

# **JOSE ANGEL PEREZ COUOH**

# **Carlos Manuel Chan Lugo**

# **German Torres Matos**

# **Gabriel Jairo Vasquez Rodrigues**

# **Generación: 2023 - 2024**

# **Empresa: Universidad Tecnológica de Cancún**

# **Cancún, Quintana Roo mayo de 2023**

# 

[**Título: Mercado Chetumalito - Mayan Market 3**](#_evj9olrk9chz)

[**1. Propuesta de valor 3**](#_2p50ozxs8ypy)

[**2. Segmento de clientes 4**](#_4400k3z16us)

[**3. Relación con los clientes 4**](#_y0lwg3bjix02)

[**4. Canales de comunicación 5**](#_coodznliramk)

[Entrega del Producto/Servicio: 5](#_871o47gugz15)

[**5. Actividades clave 6**](#_ue2hptg9epts)

[Acciones Fundamentales: 6](#_oasqb5o8p2yr)

[Actividad Fundamental: 6](#_ebcbx9wyaruh)

[**6. Recursos clave 7**](#_bybge3d0m2iv)

[Actividad Fundamental: 7](#_btytlk5q70wc)

[**7. Aliados clave 7**](#_x1d9e3dit1ad)

[Socios Potenciales: 7](#_k7tfhpx6e7l1)

[Actividades Conjuntas: 7](#_k1mwv3tbq9q8)

[**8. Fuentes de ingreso 8**](#_a1coo9rw2lmf)

[1. Comisiones por Transacciones: 8](#_blfit5pbcoh6)

[2. Publicidad de Productos o Servicios: 8](#_k45zzww9rqhs)

[3. Servicios Premium para Vendedores: 8](#_kgpmaj1ox6f0)

[4. Alquiler de Artículos: 8](#_i3yftvu93a8c)

[**9. Estructura de gastos 9**](#_2eh6tajgcm6a)

[Costos Principales: 9](#_i8a5eluuawle)

[Gastos Fijos y Variables: 9](#_du3h0qm4o8dh)

# 

# 

# Título: Mercado Chetumalito - Mayan Market

El “punto de venta - MarketPlace” es una aplicación dirigida a estudiantes universitarios, enfocada en facilitar la compra y venta de productos y servicios dentro del campus. las características incluyen:

# Propuesta de valor

**¿Cuáles son las características diferenciales de tu producto o servicio?**

* La aplicación está enfocada para estudiantes de la universidad, facilitando la compra y venta de productos y servicios dentro del campus.
* Permite que los estudiantes ofrezcan una variedad de productos y/o servicios, desde comida casera hasta clases de regularización o para reforzar o mejorar los conocimientos, todo en un solo lugar.
* Los puntos de entrega estarán ubicados dentro del campus, asegurando conveniencia, accesibilidad y sobre todo la seguridad de los usuarios.
* Contará con un sistema de calificaciones y reseñas que ayudará a garantizar la calidad de los productos y/o servicios.

**¿Qué problema del cliente estás resolviendo?**

Facilita el comercio entre estudiantes que desean comprar y vender productos o servicios dentro del campus, eliminando la necesidad de buscar fuera de la universidad.

Reduce los obstáculos logísticos y de comunicación al realizar las compras y ventas en una aplicación enfocada a la comunidad universitaria de la universidad.

**¿Qué necesidades estás satisfaciendo?**

Satisface la necesidad de los estudiantes de comprar productos y servicios que son útiles y relevantes para ellos, como renta de equipo,venta de artículos o asesorías académicas.

Ofrece a los estudiantes una aplicación para generar ingresos adicionales mediante la venta de productos o la oferta de servicios.

Simplifica el proceso de compra y venta al proporcionar una solución todo en uno que maneja los aspectos logísticos y financieros dentro del campus.

**¿Qué obtiene el cliente?**

Obtiene la comodidad y la accesibilidad de compra y venta de productos o asesorías sin la necesidad de salir del campus además del sistema de calificaciones y reseñas para tener la seguridad y confianza de los productos que adquieren. Facilita la interacción y el apoyo entre los estudiantes, fomentando una comunidad más unida.

**¿Qué hace tu proyecto único e inigualable?**  Un enfoque exclusivo en el campus a diferencia de otras plataformas de compraventa que operan en un ámbito más amplio, esta aplicación está exclusivamente centrada en la comunidad universitaria, adaptada a sus necesidades y ubicaciones específicas. Ofrece una solución que abarca una amplia gama de categorías desde renta de equipo, artículos hasta asesorías académicas.

# Segmento de clientes

**¿Quiénes son tus principales clientes?** Estudiantes

**¿Qué necesitan de ti?** Acceso a productos y servicios, oportunidades de generar ingresos y una plataforma que brinde seguridad tanto para la integridad física del usuario como la del producto.

**¿Quién paga por tu producto o servicio?** Los estudiantes

**¿Quién se beneficia?** Los estudiantes tanto como los que compran como los que venden sus productos, equipos o cursos.

# Relación con los clientes

**¿Qué modelo de relación tienes con tus clientes?**

**¿Cómo la vas a iniciar y mantener?**

La relación con los clientes se inicia a través de la promoción dentro del campus y se mantiene mediante interacciones continuas y retroalimentación basada en el sistema de calificaciones y reseñas.

# Canales de comunicación

**¿A través de qué canales te vas a comunicar con tus clientes?**

**¿Cómo entregar tu producto o servicio?**

Para asegurar una comunicación eficaz con nuestros clientes y ofrecer una experiencia de usuario excepcional, utilizaremos una estrategia de canales de comunicación multicanal que facilite la interacción, la accesibilidad y la comunidad en todo momento. A continuación, detallamos los canales que se emplearán y cómo se llevará a cabo.

canales de comunicación con los clientes

**Aplicación móvil:**

* principal canal de interacción donde los estudiantes pueden registrarse, buscar productos, realizar compras y recibir notificaciones sobre promociones y actualizaciones.

**correo electrónico:**

* Se utiliza para confirmaciones de pedidos, recibidos, boletines y notificaciones importantes sobre políticas y mantenimiento. Además, se enviarán promociones, se enviaran promociones exclusivas y encuestas de satisfacción.

**Redes sociales universitarias:**

* plataformas como grupos de facebook e instagram de la universidad para compartir anuncios, promociones especiales y contenido relevante, fomentando la participación y el sentido de comunidad.

#### **Entrega del Producto/Servicio:**

1. **A través de la Aplicación:**
   * Los estudiantes pueden gestionar todo el proceso de compra desde la aplicación, seleccionando productos, métodos de pago y puntos de entrega dentro del campus, con actualizaciones en tiempo real sobre el estado del pedido.
2. **Puntos de Entrega en el Campus:**
   * Lugares seguros y accesibles, como bibliotecas y cafeterías, donde los estudiantes pueden recoger sus compras. Estos puntos estarán supervisados para garantizar una entrega eficiente y segura.

# Actividades clave

**¿Cuáles son las acciones clave de tu proceso para poder entregar valor?**

**¿De todo tu proceso, qué es lo más fundamental?**

Para entregar un valor real y sostenido a nuestros usuarios, enfocamos nuestros esfuerzos en las siguientes actividades clave:

#### **Acciones Fundamentales:**

1. **Desarrollo y Mantenimiento de la Plataforma:**
   * Diseñar, implementar y actualizar continuamente la aplicación para asegurar una experiencia de usuario intuitiva, rápida y eficiente.
2. **Gestión de Transacciones:**
   * Facilitar y asegurar todas las transacciones entre los usuarios, garantizando procesos de pago fluidos y seguros.
3. **Implementación y Monitoreo del Sistema de Calificaciones:**
   * Establecer y mantener un sistema de calificaciones que permita a los usuarios evaluar productos y servicios, fomentando la confianza y la calidad.

#### **Actividad Fundamental:**

* **Garantizar la Seguridad y Fiabilidad de las Transacciones:**
  + Asegurar que cada transacción sea segura y confiable, protegiendo los datos de los usuarios y manteniendo la integridad de la plataforma.

# Recursos clave

**¿Qué recursos internos necesitas para entregar tu propuesta de valor?**

* **Desarrollo y Mantenimiento de la Plataforma:**
  + Diseñar, implementar y actualizar continuamente la aplicación para asegurar una experiencia de usuario intuitiva, rápida y eficiente.
* **Gestión de Transacciones:**
  + Facilitar y asegurar todas las transacciones entre los usuarios, garantizando procesos de pago fluidos y seguros.
* **Implementación y Monitoreo del Sistema de Calificaciones:**
  + Establecer y mantener un sistema de calificaciones que permita a los usuarios evaluar productos y servicios, fomentando la confianza y la calidad.

#### **Actividad Fundamental:**

* **Garantizar la Seguridad y Fiabilidad de las Transacciones:**
  + Asegurar que cada transacción sea segura y confiable, protegiendo los datos de los usuarios y manteniendo la integridad de la plataforma.

# Aliados clave

**¿Quiénes son tus socios?**

**¿Con quién puedes establecer alianzas beneficiosas para ambas partes?**

**¿Qué actividades realizan que son fundamentales para tu modelo y que haces tu por ellos?**

Para maximizar el alcance y la eficacia del "Punto de Venta - Marketplace", identificamos a los siguientes socios estratégicos:

#### **Socios Potenciales:**

1. **Universidades:**
   * Colaborar con universidades para promover la aplicación dentro del campus, aprovechando sus canales de comunicación y eventos estudiantiles.
2. **Proveedores Locales:**
   * Asociarse con proveedores locales para facilitar la logística y entrega de productos, garantizando tiempos de entrega rápidos y eficientes.

#### **Actividades Conjuntas:**

* **Promoción y Eventos:**
  + Trabajar en conjunto con universidades y proveedores en campañas promocionales y eventos especiales dentro del campus, creando conciencia y atrayendo más usuarios a la plataforma.

# Fuentes de ingreso

**¿Cómo generas dinero?**

**¿Como monetizar tus productos o servicios**

**¿Cual es tu modelo de ingresos?**

**¿De dónde viene la plata?**

Para asegurar la sostenibilidad financiera del "Punto de Venta - Marketplace", hemos diseñado un modelo de ingresos diversificado que permite monetizar los servicios de varias formas:

#### **1. Comisiones por Transacciones:**

* Cobro de una comisión del **6%** por cada transacción realizada a través de la plataforma.
  + **Distribución de la Comisión:**
    - **3% al Propietario del Artículo:** Por la renta o venta del artículo en la plataforma.
    - **1% para Mantenimiento:** Costos asociados con el mantenimiento y mejoras continuas de la plataforma.
    - **2% para el Equipo de Desarrollo:** Compensación al equipo por el desarrollo, actualizaciones y soporte técnico de la aplicación.

#### **2. Publicidad de Productos o Servicios:**

* Venta de espacios publicitarios dentro de la aplicación a proveedores locales o empresas interesadas en promover sus productos o servicios a la comunidad estudiantil.

#### **3. Servicios Premium para Vendedores:**

* Ofrecimiento de un plan premium para vendedores, que incluye beneficios como mayor visibilidad de sus productos, herramientas de marketing avanzadas, y acceso a estadísticas de ventas detalladas.
* Cobro de una tarifa mensual o anual por la suscripción al plan premium.

#### **4. Alquiler de Artículos:**

* Implementación de un sistema de alquiler de artículos (como equipos deportivos, herramientas, etc.) a través de la plataforma.
* Cobro de una comisión del **6%** por cada transacción de alquiler:
  + **3% al Propietario del Artículo:** Por permitir que su artículo sea alquilado.
  + **1% para Mantenimiento:** Costos de mantenimiento y gestión de la funcionalidad de alquiler en la plataforma.
  + **2% para el Equipo de Desarrollo:** Para el desarrollo y soporte de la funcionalidad de alquiler.

# Estructura de gastos

**¿Cuáles son los costos más importantes de tu proyecto?**

**¿Qué gastos fijos vas a tener? ¿y variables?**

**¿Por dónde se va la plata?**

Para garantizar la operatividad y el crecimiento sostenido del "Punto de Venta - Marketplace", es fundamental identificar y gestionar eficientemente los gastos. A continuación, se detallan los costos principales, así como los gastos fijos y variables asociados con el proyecto.

#### **Costos Principales:**

1. **Desarrollo y Mantenimiento de la Aplicación:**
   * Inversiones necesarias para el diseño, programación y pruebas de la aplicación, así como las actualizaciones regulares y el soporte técnico para asegurar un funcionamiento continuo y sin errores.
2. **Gastos de Marketing y Promoción:**
   * Costos relacionados con campañas publicitarias, actividades promocionales dentro y fuera del campus, creación de material publicitario y promoción en redes sociales y plataformas universitarias.
3. **Costos Operativos de Soporte al Cliente:**
   * Gastos asociados con la provisión de soporte al usuario, incluyendo atención al cliente, manejo de quejas, resolución de problemas técnicos y servicios de postventa.

#### **Gastos Fijos y Variables:**

* **Gastos Fijos:**
  + **Sueldos del Equipo:** Compensación para desarrolladores, diseñadores, personal de soporte y marketing.
  + **Costos de Servidores y Almacenamiento:** Gastos mensuales por servicios en la nube (como AWS o Google Cloud) para alojar la aplicación, bases de datos y gestión de tráfico.
* **Gastos Variables:**
  + **Gastos de Marketing:** Costos que varían según la magnitud y alcance de las campañas publicitarias y promociones especiales, como eventos en el campus o descuentos temporales.
  + **Comisiones de Transacción:** Pagos variables asociados con cada transacción realizada en la plataforma, incluyendo tarifas de procesamiento de pagos y las comisiones distribuidas entre el propietario del artículo, mantenimiento y el equipo de desarrollo.