

**DIPLOMADO GESTIÓN DEL MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO
SOCIAL**

Trabajo Final:

**Tácticas de Negociación
Modelo CANVAS
PITCH**

Docente:

Andrés Mauricio Mejía Martínez

Estudiante:

Ana Rocío Ordoñez Galíndez

Sandra Victoria Rivera Correa

Jackelyn Gómez Zabala

Víctor Hernán Quiroga Nieto

Víctor Hernán Quiroga Nieto

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE TRANSPORTES

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Junio 2018

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	4
DESARROLLO	5
PROPUESTA DE NEGOCIACIÓN	9
MODELO CANVAS.....	11
PITCH	17
CONCLUSIONES	18
BIBLIOGRAFÍA.....	19
TABLA DE IMAGENES.....	20

INTRODUCCIÓN

El Neuromarketing investiga las zonas del cerebro que se encuentran relacionadas con el comportamiento de los consumidores, cuando elige una marca, compra un producto/servicio o se ve expuesto a material publicitario.

Con la colaboración de las diferentes entidades de la gobernación de Nariño y comprometidos con el progreso de la región, se buscará promover a través de diferentes medios publicitarios los proyectos que se implementaran en la vereda del Manzano (Taminango), con la ayuda de los socios claves y utilizando los canales de distribución, se presentará un cronograma con la información de las actividades para el desarrollo de dichos proyectos, se llegará de tal manera a un acuerdo, definiendo objetivos y mecanismos para realizar el respectivo seguimiento.

Con la presentación de este trabajo daremos a conocer el comportamiento de nuestros consumidores, así como también la estrategia de negociación, lo cual permitirá analizar a nuestros clientes y la viabilidad de la construcción del proyecto.

OBJETIVOS

1. Identificar las necesidades y expectativas de los habitantes del sector de Taminango.
2. Comprender el comportamiento del consumidor en el momento de la propuesta por medios visuales los proyectos nuevos en la región.
3. Identificar el impacto emotivo que genera los nuevos servicios de la planta de tratamiento y la red de acueducto en el sector.
4. Promover una propuesta de negociación para los socios claves y los canales de distribución.
5. Definir el valor de cada segmento del proyecto de construcción del acueducto en el corregimiento “El manzano”, dentro del lienzo CANVAS.
6. Atraer la atención de inversionistas a través de un PITCH, para el desarrollo del proyecto de construcción de un acueducto.

DESARROLLO

Continuando con la idea de negocio que hemos venido tratando a lo largo del diplomado (Planta de tratamiento de agua potable para el corregimiento “El Manzano”), considero que la estrategia de Neuromarketing debe orientarse primordialmente, a despertar los sentidos tanto visual como auditivo de los Stakeholders, esto a través de medios audiovisuales y utilizando las redes sociales, blogs y demás herramientas Web que hemos tratado en las actividades anteriores.

Propongo entonces la creación de videos e imágenes que lleven a nuestro público target a sentirse interrelacionado con la naturaleza, el medio ambiente y especialmente con el agua, las imágenes que se transmitirán serán editadas después de una minuciosa selección y deberán contar con la capacidad de sugestionar a nuestros clientes, para que ellos observen las fuentes hídricas, entiendan todo el proceso requerido para lograr llevar el líquido a la planta de tratamiento y los diferentes procedimientos que se dan dentro de esta para potabilizar el agua y finalmente imágenes del agua pura llegando a los hogares.



Imagen 1 Fuente Hídrica

Los videos tendrán colores muy llamativos, especialmente diferentes tonalidades del azul, para conectar la mente de las personas con el agua, la pureza y la limpieza, tonalidades del color verde para acercarlos siempre a la vegetación a las montañas y a los árboles, además estos videos estarán acompañados de audios donde se evidencie el sonido producido por los ríos, riachuelos y cascadas al correr entre la vegetación, también el sonido del viento soplando y moviendo las ramas de los árboles para producir la sensación de frescura.



Imagen 2 Río



Imagen 3 Cuerpo de agua



Imagen 5 Equipo de tratamiento



Imagen 6 Vertimiento



Imagen 4 Grifo en funcionamiento

Llegar a la mente del público es el objetivo principal, por esta razón también se elaborarán volantes y carteles con imágenes y colores sugestivos, con un gran número de palabras clave y con las direcciones electrónicas de los videos promocionales. Estos volantes serán colocados en los lugares más frecuentados por los habitantes de la región, como pueden ser autoservicios, distribuidoras de insumos agrícolas, panaderías, etc, estarán ubicados en sitios estratégicos donde sean bastante notorios y fáciles de ubicar visualmente.

Las palabras que se encontrarán en los volantes y carteles, serán las mismas que servirán como keywords en las redes sociales y blogs, todas harán alusión a la planta de tratamiento del corregimiento y a la importancia del agua potable, por ejemplo se podrían utilizar imágenes como la siguiente:



Imagen 7 Interrelación de componentes

PROPUESTA DE NEGOCIACIÓN

Considero que se debe buscar un acercamiento hacia los socios clave, donde ellos sientan que están realizando un acuerdo donde todas las partes van a recibir beneficios mutuos (*GANAR/GANAR*), es necesario tener muy claro que el objetivo es llegar dicho acuerdo y para ello se debe hacer sentir a los socios en un ambiente de fraternidad, donde también la confianza mutua entre las partes reducirá las diferencias y hará posible que estén dispuestas a ofrecer ciertas concesiones en pos de establecer la negociación.

Los canales de distribución son todos aquellos medios y mecanismos con los cuales vamos a buscar el acercamiento a nuestro cliente; como ya se ha mencionado, la estrategia está orientada a utilizar de forma eficiente las redes sociales, blogs, videos en internet, pancartas, volantes y la comunicación voz a voz, donde en cada uno de dichos canales, el mensaje será emitido claramente, será entendible y generará credibilidad entre las personas que lo reciban.

Socios Clave

- Comunidad “El Manzano”: Los habitantes del corregimiento deben ser incluidos en su totalidad en la negociación, puesto que son precisamente ellos los que serán beneficiados con la construcción de la planta de tratamiento y se les debe además empoderar para que se comprometan a cuidar tanto la infraestructura como el medio ambiente.
- Autoridades Municipales: Deben involucrarse en el proyecto, representar los intereses de la comunidad, asumir responsabilidades y actuar con honestidad y coherencia para que los recursos no sean desviados hacia otros destinos.
- Autoridades Departamentales: Es importante la participación de las autoridades departamentales, ya que a través de ellas se pueden

conseguir gestionar ante el Estado recursos económicos, tecnológicos, técnicos, capacitación y apoyo de entidades especializadas.

- Organizaciones No Gubernamentales (ONG): Estas organizaciones sin ánimo de lucro pueden beneficiar a la comunidad de “El Manzano”, ya que con su apoyo se atacará la pobreza existente en el corregimiento y se logrará un desarrollo paulatino en aspectos económicos, sociales y en la salud de los habitantes.
- Bancos: La misión de las autoridades locales consiste en lograr alianzas estratégicas con bancos inversionistas, a quienes se les debe convencer que el proyecto es sostenible a largo plazo, que además después de la entrada en funcionamiento de la planta se empezarán a recibir los pagos por prestación del servicio, con los cuales se hará el mantenimiento y se cumplirá con los compromisos pactados.

MODELO CANVAS

Proyecto de construcción de una planta de tratamiento para el corregimiento “El Manzano”

Socios Clave:

- Comunidad de EL MANZANO.
- Autoridades Municipales.
- Autoridades Departamentales.
- Viceministerio de Agua y Saneamiento Básico de Colombia
- Organizaciones No Gubernamentales.
- Bancos de Fomento (Caja Agraria, etc.)

Actividades Clave:

- Conformación de Comisión de Gestión del Proyecto.
- Constitución de Entidad Legal para la promoción y ejecución del Proyecto.
- Estructuración financiera del Proyecto.
- Estudios Preliminares y Anteproyecto.
- Asambleas Informativas y consultivas.
- Hoja de ruta para la Ejecución del Proyecto o Plan de Desarrollo.
- Contratación de los diseños.
- Certificaciones de acuerdo a los estándares internacionales.
- Benchmarking en regiones aledañas.
- Creación de cuenta en Facebook, para obtener la opinión de las personas del corregimiento.
- Creación de Blogs para publicar artículos, enlaces e información sobre la planta de tratamiento.
- Creación de videos de excelente calidad audiovisual, capaces de

influenciar las decisiones de nuestro cliente objetivo.

Propuesta de Valor:

- Producir salud y mejorar calidad de vida de los habitantes de El Manzano.
- Producir agua potable de calidad.
- Suministro de agua potable 24 horas al día.
- Proyecto Social para la Sociedad de El Manzano.
- Crear condiciones para Progreso Humano, Económico y Social con un Horizonte de 20 años.
- Ser ejemplo para regiones aledañas.
- Mejorar las condiciones de higiene de la comunidad de “El Manzano”.
- Generar empleo en la región.
- Reforestación de áreas aledañas a las fuentes hídricas.
- Fomentar el turismo en la región.
- Cobertura de la región, para llevar agua potable tanto a las zonas urbanas como rurales.
- El proyecto permitirá obtener productos agrícolas de mejor calidad.

Relación con clientes:

- Creación de organismos de comunicación para la información permanente a la comunidad sobre los avances del proyecto.
- Seguimiento personalizado con los encargados del departamento del servicio esto con el fin de seguir sugerencias y poder mantenerse dentro de su preferencia.
- Instalación de oficina de atención al cliente.
- Conocer la opinión de los habitantes del corregimiento.
- Buscar el involucramiento de la comunidad en la puesta en marcha del proyecto.

- Crear sentido de pertenencia en las personas, por la planta de tratamiento.
- Educar a los habitantes en temas medioambientales y cuidado de la naturaleza.
- Capacitación a la población en aspectos referentes al cuidado del agua.

Segmentos de clientes:

- Habitantes del corregimiento “El Manzano”, tanto del área rural como urbana.
- Entidades consumidoras de carácter público y privado
- Consumidores Flotantes u Ocasionales (Turistas, Proveedores externos, etc.)

Recursos Clave

- Organización social y participación comunitaria
- Asesoría por parte de entidades gubernamentales conocedoras del ramo.
- Obras dirigidas por ingenieros y técnicos expertos.
- Recursos económicos provenientes de entidades de apoyo social.
- Involucramiento de entidades gubernamentales.
- Características particulares regionales como inexistencia de fuentes de contaminación y topografía favorable.
- Capacidad histórica de la comunidad para hacerle frente las dificultades.
- Utilización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Involucramiento de la comunidad para la construcción de la planta de tratamiento.

Canales:

- Correspondencia directa.
- Informativos escritos u orales periódicos.
- Oficina de información y de Atención al cliente.
- Delegados o representantes de la comunidad en organismos directivos.
- Campañas publicitarias.
- Redes sociales.
- Carteles.
- Volantes

Estructura de Costos:

- Costos derivados de la compra de terrenos que serán utilizados como reserva acuífera y para la construcción de la planta de tratamiento.
- Costos por adecuación de los terrenos.
- Costos por compra de materiales.
- Costos por el traslado de los materiales de construcción.
- Costos por mano de obra.
- Costos por estudios y diseño de la obra.
- Costos por estudios de ingeniería.
- Costos por mantenimiento de la infraestructura.

Fuente de Ingresos:

- Préstamos a través de entidades bancarias.
- Recursos otorgados por el gobierno nacional.
- Recursos otorgados por el gobierno departamental.
- Recursos conseguidos a través de ONG.
- Recursos económicos conseguidos dentro del corregimiento.

Diseñado para: Desarrollo del proyecto de construcción de la planta de tratamiento y acueducto para la comunidad de EL MANZANO.

Lienzo de Modelo de Negocios



Socios Clave

- Comunidad de EL MANZANO
- Autoridades Municipales
- Autoridades Departamentales
- Viceministerio de Agua y Saneamiento Básico de Colombia
- Organizaciones No Gubernamentales.
- Bancos de Fomento (Caja Agraria, etc.)

Actividades Clave

- Conformación de Comisión de Gestión del Proyecto
- Constitución de Entidad Legal para la promoción y ejecución del Proyecto
- Estructuración financiera del Proyecto.
- Estudios Preliminares y Anteproyecto
- Asambleas Informativas y consultivas
- Hoja de ruta para la Ejecución del Proyecto o Plan de Desarrollo
- Contratación de los diseños
- Certificaciones de acuerdo a los estándares internacionales.
- Benchmarking en regiones aledañas.
- Creación de cuenta en Facebook, para obtener la opinión de las personas del corregimiento.
- Creación de Blogs para publicar artículos, enlaces e información sobre la planta de tratamiento.
- Creación de videos de excelente calidad audiovisual, capaces de influenciar las decisiones de nuestro cliente objetivo.



Propuesta de Valor

- Producir salud y mejorar calidad de vida de los habitantes de El Manzano
- Producir agua potable de calidad.
- Suministro de agua potable 24 horas al día.
- Proyecto Social para la Sociedad de El Manzano
- Crear condiciones para Progreso Humano, Económico y Social con un Horizonte de 20 años.
- Ser ejemplo para regiones aledañas.
- Mejorar las condiciones de higiene de la comunidad de "El Manzano".
- Generar empleo en la región.
- Reforestación de áreas aledañas a las fuentes hídricas.
- Fomentar el turismo en la región.
- Cobertura de la región, para llevar agua potable tanto a las zonas urbanas como rurales.
- El proyecto permitirá obtener productos agrícolas de mejor calidad.

Relación con Clientes

- Creación de organismos de comunicación para la información permanente a la comunidad sobre los avances del proyecto
- Seguimiento personalizado con los encargados del departamento del servicio esto con el fin de seguir sugerencias y poder mantenerse dentro de su preferencia.
- Instalación de oficina de atención al cliente.
- Conocer la opinión de los habitantes del corregimiento.
- Buscar el involucramiento de la comunidad en la puesta en marcha del proyecto.
- Crear sentido de pertenencia en las personas, por la planta de tratamiento.
- Educar a los habitantes en temas medioambientales y cuidado de la naturaleza.
- Capacitación a la población en aspectos referentes al cuidado del



Segmentos de Clientes

- Habitantes del corregimiento "El Manzano", tanto del área rural como urbana.
- Entidades consumidoras de carácter público y privado
- Consumidores Flotantes u Ocasionales (Turistas, Proveedores externos, etc.)

Recursos Clave

- Organización social y participación comunitaria
- Asesoría por parte de entidades gubernamentales conocedoras del ramo.
- Obras dirigidas por ingenieros y técnicos expertos.
- Recursos económicos provenientes de entidades de apoyo social.
- Involucramiento de entidades gubernamentales.
- Características particulares regionales como inexistencia de fuentes de contaminación y topografía favorable.
- Capacidad histórica de la comunidad para hacerle frente las dificultades.
- Utilización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Involucramiento de la comunidad para la construcción de la planta de tratamiento.

Canales

- Correspondencia directa
- Informativos escritos u orales periódicos.
- Oficina de información y de Atención al cliente.
- Delegados o representantes de la comunidad en organismos directivos.
- Campañas publicitarias.
- Redes sociales.
- Carteles.
- Volantes

Estructura de Costos



- Costos derivados de la compra de terrenos que serán utilizados como reserva acuífera y para la construcción de la planta de tratamiento.
- Costos por adecuación de los terrenos.
- Costos por compra de materiales.
- Costos por el traslado de los materiales de construcción.
- Costos por mano de obra.
- Costos por estudios y diseño de la obra.
- Costos por estudios de ingeniería.
- Costos por mantenimiento de la infraestructura.

Fuente de Ingresos



- Préstamos a través de entidades bancarias.
- Recursos otorgados por el gobierno nacional.
- Recursos otorgados por el gobierno departamental.
- Recursos conseguidos a través de ONG.
- Recursos conseguidos dentro del corregimiento.

PITCH

Hola, soy Víctor Quiroga gestiono la construcción de una planta de tratamiento de agua diseñada de acuerdo a estudios técnicos y adaptada a la necesidad de la comunidad de “El Manzano”, misma que carece de agua de calidad tanto en sus hogares como para el riego de sus cultivos, ofrezco la potabilización del vital líquido a través de éste proyecto que permitirá que cada hogar del corregimiento cuente con agua apta para el consumo, buscando con ello disminuir en las personas el riesgo de contraer enfermedades gastrointestinales, mejorando también de forma notable su calidad de vida. Me gustaría que se integraran a este proyecto social que requiere la cooperación de diferentes organismos gubernamentales, además de inversores que recuperaran su capital de manera segura por medio del cobro de las facturas generadas mensualmente por el servicio prestado a dicha comunidad.

CONCLUSIONES

1. A través del neuromarketing y con el uso de medios publicitarios, se pretende ofrecer nuevos proyectos que faciliten el progreso de la comunidad de “El Manzano”.
2. Con publicidad atrayente en la región y en los puntos claves del sector, se busca informar a la comunidad sobre los beneficios que trae la planta de tratamiento y la red de acueducto.
3. Por medio de la propuesta de negociación se dará a conocer los objetivos que beneficiarán a la comunidad gracias a los socios claves y canales de distribución.
4. Será posible diagnosticar la eficacia del proyecto a través de la evaluación del servicio y se plantearán indicadores para determinar la mejora en la calidad de vida de los habitantes.
5. Se apreciará la importancia de la utilización de metodologías como el lienzo CANVAS, lo cual dará un valor agregado a la propuesta de construcción de la planta de tratamiento de agua para el corregimiento de “El Manzano”.

BIBLIOGRAFÍA

- Cubero, D. (2017). Cómo hacer un pitch ganador con un guion. Retrieved from <https://www.davidestebancubero.com/56-pitch-ganador-guion/>
- Gomez, D. (2016). QUÉ ES EL MODELO CANVAS PARA DISEÑO DE NEGOCIOS. Retrieved from <https://bienpensado.com/que-es-el-modelo-canvas-para-diseno-de-negocios/>
- Iriberry, F. (2014). ¿QUÉ ES Y CÓMO PREPARAR UN PITCH? Retrieved from <http://www.innovacion.cl/columna/que-es-y-como-preparar-un-pitch/>
- MarketingandWeb. (2017). Modelo Canvas: Cómo hacer tu modelo de negocio. Retrieved from <https://www.marketingandweb.es/emprendedores-2/que-es-el-modelo-canvas/>
- Mglobal Marketing Razonable. (2015). Neuromarketing: En la mente del consumidor. Retrieved from <https://mglobalmarketing.es/blog/neuromarketing-en-la-mente-del-consumidor-1/>
- Neuromarca. (2009). Neuromarketing. Retrieved from <http://neuromarca.com/neuromarketing/>
- Prim, A. (2015). Neuromarketing. 12 Claves y 5 ejemplos para tu empresa. Retrieved from <https://innokabi.com/si-tus-campanas-no-funcionan-como-antes-unete-al-neuromarketing/>
- Sánchez, A. (2015). Los 10 pasos para elaborar un pitch exitoso según los expertos. Retrieved from <https://www.informabtl.com/pitch-que-es-y-10-pasos-para-elaborar-un-pitch-exitoso/>
- Visiers, R. (2018). Elevator pitch: ejemplos y consejos prácticos para elaborarlo. Retrieved from <https://retos-directivos.eae.es/elevator-pitch-ejemplos-y-consejos-practicos-para-elaborarlo/>

TABLA DE IMAGENES

Imagen 1 Fuente Hídrica.....	5
Imagen 2 Río	6
Imagen 3 Cuerpode agua.....	6
Imagen 4 Grifo en funcionamiento.....	7
Imagen 5 Equipo de tratamiento.....	7
Imagen 6 Vertimiento.....	7
Imagen 7 Interrelación de componentes.....	8