

## **COOPSERVIMAT LABOYANA**

Diplomado de Profundización para Tecnologías Gestión del Marketing  
para el Emprendimiento Social  
Trabajo Final

Maria Luz Betancourth  
Cod. 36.281.629  
Paula Benavides Sanchez  
Cod. 28.552.542  
Martha Liliana Grillo  
Cod. 36.281.906  
Geraldine Mendoza  
Cod. 1.064.715.589

Grupo No. 110011a\_360

Presentado a  
Andres Mauricio Mejia Martinez  
Tutor

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD  
Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios -  
ECACEN  
2017

## TABLA DE CONTENIDO

Introducción

Objetivos

1. Problemática social que se presenta en el municipio de Pitalito-Huila

1.1 Sustentación

1.2 Justificación

2. Actividades Claves

3. Descripción del servicio

4. Propuesta Valor

5. Socios Claves

6. Recursos Claves

7. Análisis situacional

7.1 Análisis Interno

7.2 Análisis Externo

8. Relaciones con el cliente

9. Segmentos de clientes

10. Canales

11. Estructura de costos

12. Flujo de ingresos

13. Pitch empresa Coopservimat Laboyana

Conclusiones

Bibliografía

## INTRODUCCIÓN

La gestión de marketing para el emprendimiento social , es una herramienta importante como objetivo social, un modelo de negocio sostenible y una forma innovadora de abordar un problema social, donde se pretende resolver una necesidad social, priorizando el enfoque social, donde los fines económicos son garantía de sostenibilidad de la empresa y de empleo estable de calidad para sus trabajadores , a la vez que se orienta a fines sociales como la inserción socio laboral, la conservación del medio ambiente, buscando maximizar los beneficios sociales sin dejar de ser sostenibles.

Seleccionamos para desarrollar en el trabajo la problemática que se presenta en el Municipio de Pitalito-Huila, que afecta y tiene un gran impacto social en la comunidad, correspondiente al desempleo, se propone crear La EMPRESA ASOCIATIVA PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO COOPSERVIMAT LABOYANA, conformada por personal idóneo y capacitado, siendo pionera en el ramo del servicio de limpieza y mantenimiento de los hogares y empresas, como una importante alternativa de cooperativa de trabajo asociado, especializada en servicios de Aseo en Hogares, Oficinas, Colegios.

Nosotros como futuros administradores de empresa y emprendedores sociales tenemos un pensamiento emprendedor, creamos proyectos que permitan crear empresa y dar nuevas fuentes de empleo, es importante proporcionar trabajo pero de calidad, creando un impacto social en la comunidad positivo, como respuesta a la comunidad de Pitalito.

Posteriormente desarrollamos el modelo CANVAS , identificando aspectos tales como Actividades claves del proyecto, Descripción del servicio, Propuesta valor, , Socios Claves, Recursos Claves, Relaciones con el cliente, Segmento de clientes, Canales, Estructura de costos, Flujo de ingresos y se diligencio el mapa de empatía aplicándolo a un potencial beneficiario de nuestro proyecto.

Seguido se procedió a diseñar acciones de Inbound Marketing y a realizar el análisis situacional de la empresa, Análisis interno, identificando las fortalezas y debilidades y Análisis externo identificando oportunidades y Amenazas.

Se plantearon estrategias de Neuromarketing para implementar dentro de la empresa, correspondiente a Neuromarketing de localización, Neuromarketing visual, Neuromarketing en el precio, Neuromarketing auditivo, igualmente reconocemos la importancia del técnica de negociación , una negociación buena o mala puede llevarnos al éxito o al fracaso de la empresa , se propone propuesta de negociación para los socios claves en nuestra empresa, de acuerdo a los identificados en la planilla canvas, Cliente Externo, Personal de trabajo asociado vinculado a nuestra empresa, Proveedores y Sena.

Con lo anteriormente expuesto presentamos nuestra empresa EMPRESA ASOCIATIVA PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO COOPSERVIMAT LABOYANA, dando solución a la problemática social presentada en el municipio de Pitalito Huila, correspondiente al desempleo.

## OBJETIVOS

- Como resultado de todo un proceso de propuestas para el diseño de un emprendimiento empresarial moderno se busca la elaboración de un LIENZO DE CANVAS, mejorado, los cuales propondremos de manera gráfica y escrita.
- Pretendemos entregar un modelo de negocio creado a partir de la innovación que va a la vanguardia de los requerimientos del cliente de hoy, para que por medio de una buena estrategia de mercado podamos posicionar nuestra empresa y permanecer en un mercado cada vez más exigente.
- Sintetizar todas las etapas del diplomado de profundización para la gestión del marketing para el emprendimiento social y plasmarlo en un rediseño del LIENZO DE CANVAS, como prueba del aprendizaje planteado.
- Convertirnos en unos expertos en marketing moderno, aplicando técnicas de neuromarketing, marketing digital y marketing verde, todo encaminado a que las empresas modernas se sostengan entre tanta competencia de mercados que existe.
- Desarrollar el plan de negocios para la implementación de una empresa de servicios de aseo y limpieza para hogares, oficinas y negocios que nos permita tener cobertura total del mercado de Pitalito

## 1. PROBLEMÁTICA SOCIAL

Problemática Social que se presenta en el Municipio de Pitalito-Huila, que afecta y tiene un gran impacto social en la comunidad:

### EL DESEMPLEO

#### 1.1 Sustentación

En el departamento del Huila y en especial en el municipio de Pitalito es muy evidente el desempleo, se observa que han aumentado los trabajos poco dignos para el ser humano, se ha elevado la delincuencia común, creció el comercio informal y otros más que muestran que el desempleo influye negativamente en el desarrollo de la localidad.

Nosotros como futuros administradores de empresa tenemos un pensamiento emprendedor, generando proyectos que permitan crear empresa y dar nuevas fuentes de empleo, es importante proporcionar trabajo pero de calidad, creando un impacto social en la comunidad positivo, vincular a la empresa personal capacitado para el desarrollo de las actividades

Coopservimat Laboyana es una Empresa Asociativa conformada por personal idóneo y capacitado, siendo pionera en el ramo del servicio de limpieza y mantenimiento de los hogares y empresas, actualmente posee sus instalaciones en la ciudad de Pitalito Huila, constituyéndose como una importante alternativa de cooperativa de trabajo asociado, especializada en servicios de Aseo en Hogares, Oficinas, Colegios.



#### 1.2 Justificación

La EMPRESA ASOCIATIVA PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO COOPSERVIMAT LABOYANA, genera un impacto social en la comunidad de la ciudad de Pitalito de forma muy positiva, generamos empleo, vinculamos a la empresa personal que se beneficia con su trabajo, con buena remuneración, con todas sus prestaciones sociales de Ley de igual forma se vinculan a cajas de compensación, salud, pensión, riegos profesionales; las retribuciones económicas que nuestra

empresa le paga a su personal por la prestación de sus servicios también se reflejara en el bienestar de sus familias y de esta forma, mejorando su calidad de vida.

## 2. ACTIVIDADES CLAVE

Prestación de Servicios de Aseo, Lavado y planchado de ropa, Jardinería, Mantenimiento preventivo y correctivo de instalaciones locativas, a Hogares, Oficinas, Colegios.

Pueden visitar nuestra página web

<https://marbetcruz.wixsite.com/coopservimat/servicios>



Brindar a nuestros clientes personal idóneo, contratado con las condiciones legales laborales exigidas por la ley en seguridad y prestaciones sociales, los cuales brindan tranquilidad y satisfacción a nuestros clientes.

## 3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

- Servicio de Aseo Hogares, Oficinas y Colegios
- Lavado y Planchado de Ropa
- Jardinería
- Mantenimiento y Reparaciones



Nos apropiamos de la necesidad del cliente para elaborar el trabajo a su medida, a sus exigencias, donde y como usted lo necesita. Trato preferencial, Servicio oportuno, Atención inmediata, Personal calificado, Todos los servicios en un solo lugar, Soluciones a precios favorables, Contactos disponibles.

#### **4. PROPUESTA VALOR**

- Ofrecer a nuestros clientes servicios integrales de reparaciones locativas, mantenimiento preventivo y correctivo y servicios generales para el hogar, empresa y colegios, con altos estándares de calidad y personal capacitado en procura del mejoramiento continuo de nuestros procesos y satisfacción del cliente, ofreciendo tiempos de respuesta adecuados de acuerdo con la necesidad y generar confianza con el fin de obtener la fidelización de nuestros clientes.
- Buscar que la empresa Coopservimat Laboyana se certifique en la Norma ISO 14001 versión 2015 con ICONTEC, demostrando el compromiso organizacional con el medio ambiente , identificando la matriz de aspectos e impactos ambientales, donde se identifique los aspectos ambientales referente a las actividades productos o servicios de la empresa que interactúan con el medio ambiente y el impacto ambiental que es el cambio en el medio ambiente como resultado total de los aspectos ambientales de la empresa.
- Crear una página comercial de Facebook para que las personas descubran la empresa y podamos conectarnos con potenciales clientes, gracias a la página comercial de Facebook, podremos comunicarnos directamente con los clientes, proporcionarles más información acerca de los servicios que presta la empresa (servicios de Aseo Hogares y Oficinas, Lavado y planchado de ropa, Jardinería, Mantenimiento y reparaciones locativas), ofrecerle un servicio de atención al cliente.
- Implementar en la empresa Coopservimat Laboyana el Marketing cultural como comunicación comercial con el patrocinio en el deporte, con lo anteriormente expuesto lograremos que nuestra empresa logre una positiva percepción entre el público y potenciales clientes.

## 5. SOCIOS CLAVES

### 1. Cliente Externo



### 2. Personal de trabajo asociado vinculado a nuestra empresa.



### 3. Las organizaciones que proveen los productos naturales y orgánicos de aseo; empresas que surten las dotaciones.



### 4. El SENA para los procesos de capacitación, actualización y certificación del personal





## 6. RECURSOS CLAVE

- Recurso humano capacitado y comprometido con el mejoramiento continuo de los procesos de la empresa, trabajando con responsabilidad y calidad, creando espacios y ambientes agradables, logrando la satisfacción del cliente.
- La Empresa Cooservimat Laboyana cuenta con la asociación y colaboración de un gran grupo de personas emprendedoras que buscan prestar un paquete de servicios nuevos que no existían en Pitalito.
- Para cada oficio a desempeñar se cuenta con un grupo de personas capacitadas: albañiles, conductores, jardineros, técnicos electricistas, personal de servicios generales, oficios tradicionales, plomeros, cada una de estas personas es profesional en su oficio.
- Con Productos de calidad, equipos de aseo modernos y amigables con el medio ambiente para el desarrollo de los diferentes oficios.
- Posee infraestructura propia en el municipio para oficinas y bodegas (insumos), Maquinaria y equipos.
- Recursos Financieros, capital proveniente de los aportes, soporte crediticios.

## 7. ANALISIS SITUACIONAL

### 7.1 ANÁLISIS INTERNO

**Fortalezas:** A continuación, se describen las fortalezas que posee la empresa:

- Se cuenta con personal experimentado e idóneo.
- Posee equipos de vanguardia para el desarrollo de los diferentes oficios.
- Implementación de productos de limpieza amigables con el medio ambiente.
- Portafolio de servicios amplio y a la comodidad de los clientes.
- Posee infraestructura propia en el municipio.
- Disponibilidad y puntualidad para el cumplimiento de los contratos.

#### **Debilidades:**

- En ocasiones hay desacuerdo entre los socios por precios.
- No hay disponibilidad del SENA para temas de actualización inmediatas.
- Falta comprar elementos necesarios debido a presupuesto bajo.
- Existen conceptos legales que no permiten el desarrollo social de la organización.
- Débil imagen ante la población del municipio de Pitalito - Huila.
- Personal no actualizado en nuevas tecnologías.

### 7.2 ANÁLISIS EXTERNO

**Oportunidades:** Las siguientes son las principales oportunidades que se detectan en el entorno para crear la empresa.

- Servicio dirigido a un segmento de la población socioeconómica que superan el salario básico y tienen la capacidad de adquirir los servicios que complementen el mantenimiento del hogar y otros.
- Tiene ventajas diferenciadoras porque la empresa asociativa prestará el servicio de limpieza con calidad involucrando el tema de bienestar y salud.
- Los hogares se encuentran en sectores que posibilitan la prestación del servicio de manera ágil, segura y de calidad.
- Las empresas que pueden adquirir el servicio se encuentran dentro del perímetro urbano y concentrado en su mayoría en el centro de la ciudad.
- Con el apoyo de las entidades financieras se posibilita la puesta en marcha de la empresa.
- Al ponerse en marcha la empresa asociativa, se beneficiarán inicialmente las 65 auxiliares de servicios generales que se quedaron sin empleo al finalizar el año 2016 y posteriormente las personas que deseen vincularse con la empresa en sus diversos oficios.
- Inclusión de la mujer en el ámbito laboral; este aspecto es importante y es considerada como una oportunidad debido a que la mujer ha incursionado en el ámbito laboral y en consecuencia ha disminuido el tiempo que dedica a los hogares.

**Amenazas:** A continuación, se analizarán las amenazas que pueden obstaculizar el desarrollo de la empresa asociativa:

- Los Permisos legales se constituye en amenaza debido a que constantemente está cambiando la normatividad.
- Entrada de competidores fuertes en el mercado. con las normas que el gobierno expide, pueden ingresar otras empresas que brinden los mismos servicios y ello reducirá los clientes potenciales existentes.
- De acuerdo a los comportamientos culturales de las personas, sus creencias y hábitos de consumo han generado barreras por los cambios sociales y que provocan restricciones en sus gustos consumistas.
- Delincuencia vinculada al servicio que hoy en día se presentan con diversas modalidades de robo que afectan negativamente el desarrollo de las empresas. Utilizan el buen nombre de la organización para ingresar y realizar el ilícito.

## 8. RELACIONES CON EL CLIENTE

- Asistencia personal: los clientes contarán con un representante personal del servicio durante todo el proceso de la adquisición: Antes de contratar, durante el servicio y posteriormente al servicio para conocer su nivel de satisfacción.
- La ubicación de la oficina de Coopservimat Laboyana en un sitio idóneo, con una ubicación estratégica, ambientando la oficina con música para que al cliente guste visitar nuestra oficina y adquirir nuestros servicios, brindándole la posibilidad de revisar nuestro portafolio de servicios, conociendo nuestra empresa y los servicios que ofrecemos.

- Dentro de nuestra política de atención al usuario se establece que el personal de la empresa Coopservimat Laboyana sea amable con el usuario, tanto en la oficina con la atención personalizada o telefónica, igualmente los funcionarios que van al sitio de trabajo a prestar el servicio, deben saber escuchar al cliente e intentar satisfacer los servicios que éste busca.
- Reconocimiento y confianza del mercado local y departamental como una empresa líder en limpieza a nivel residencial y comercial.

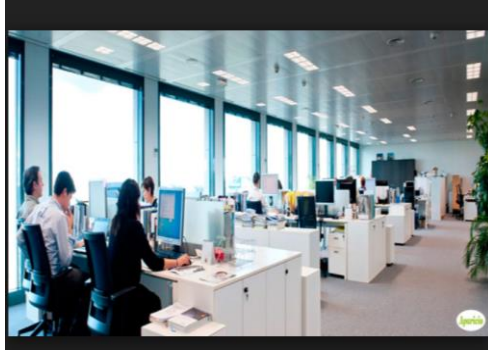


## 9. SEGMENTOS DE CLIENTES

- Nuestra empresa ha sido diseñada para personas empleadas que disponen de muy poco tiempo para desarrollar los oficios tradicionales del hogar, clientes de estratificación 3, 4 y 5, que tiene capacidad de adquirir nuestros servicios. Empresas públicas y privadas que requieran contratar personal permanente o por tiempos.



- Empresas que quieren suprimir responsabilidades generadas por vínculos laborales , y requieren personal calificado para desarrollar la actividad.



- Colegios se les ofrece la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento, que se especializa en actividades tales como: Servicio de limpieza, Aulas de clase, Patios, Corredores, Baños, Aulas especializadas (laboratorios), Fachadas y ventanas y Servicio de mantenimiento, Gasfitería, Plomería, Cerrajería, Pintura, Jardinería, Eliminación de plagas



## 10. CANALES

- Diseño de estrategias de Marketing verde, marketing cultural y marketing Digital, donde lograremos captar clientes a través del marketing estratégico y el sinnúmero de posibilidades de mostrar nuestro servicio obteniendo magníficos resultados comerciales.
- Se planificarán campañas publicitarias teniendo en cuenta a nuestros clientes potenciales, las personas que visitan nuestro sitio web, los usuarios de la aplicación de facebook , con la creación de una cuenta empresarial en Facebook , animamos a las personas a requerir nuestros servicios, mostrándoles el catálogo de servicios por los que manifestaron interés.
- Se implementarán acciones a través del patrocinio, buscando nuevas formas de comunicarse frente a la sociedad en general, y clientes en particular y garantizando nuestra responsabilidad social y ética de las empresas.



## 11. ESTRUCTURA DE COSTOS

1. Los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio, los que se utilizarán al inicio del negocio. Inversión inicial.
2. Los costos operacionales, relacionados con la operación de la empresa, tales como Pago de arriendos, pago de servicios públicos, pago de salarios del personal Cooperativa.
3. Costos variables: Inversión publicitaria para todos los medios masivos de comunicación página web (diseño e implementación) cuñas radiales, volantes publicitarios, afiches y vallas
4. Sueldos de personal de la empresa
5. arrendamiento de infraestructura (Oficina y bodega)
6. El marketing y las estrategias de promoción.



## 12. FLUJO DE INGRESOS

1. Pago del cliente por servicio prestado

2. La fijación del precio de estos servicios tiene una tarifa dependiendo el tipo de servicio requerido:

### PRECIOS ESTIMADOS

ASEO HOGAR TRADICIONAL:	\$ 12.000 POR HORA
ASEO PISCINAS:	\$ 30.000 MANO DE OBRA
LAVANDERIA POR DOCENA DE PRENDAS	\$ 6.000
PLANCHADO POR DOCENA DE PRENDAS	\$ 8.000
MANTENIMIENTO JARDINERIA:	\$ 25.000 HORA DE SERVICIO
ASEO DE FACHADAS EN PISOS ALTOS:	\$ 2.500 METRO CUADRADO
ASEO DE FACHADAS UNA PLANTA: \$	\$POR CONTRATO DE OBRA
MANTENIMIENTO MUEBLES:	\$POR CONTRATO DE OBRA
REPARACION MUEBLES:	\$POR CONTRATO DE OBRA
REPARACIONES ELECTRICAS:	\$POR CONTRATO DE OBRA
INSTALACIONES ELECTRICAS:	\$POR CONTRATO DE OBRA
PLOMERIA	\$POR CONTRATO DE OBRA
MANTENIMIENTO CAÑERIAS:	\$POR CONTRATO DE OBRA
CAMBIO DE PINTURAS CASAS :	\$POR CONTRATO DE OBRA
REPARACIONES LOCATIVAS:	\$POR CONTRATO DE OBRA
INSTALACIONES DE REDES:	\$POR CONTRATO DE OBRA
CABLEADOS:	\$POR CONTRATO DE OBRA
MANTENIMIENTO AREAS COMUNES PARA CONDOMINIOS CERRADOS:	\$POR CONTRATO DE OBRA
LAVADO DE VENTANALES	\$POR CONTRATO DE OBRA
DESMANCHADO DE CERAMICAS	\$POR CONTRATO DE OBRA
LAVADO DE CANALES AGUAS LLUVIAS	\$POR CONTRATO DE OBRA
ESTUCADO	\$ POR CONTRATO DE OBRA
SOLDADURA PARA REJAS	\$POR CONTRATO DE OBRA

# Gráfico modelo Canvas

Grupo: 110011\_4

Coopservimat  
Laboyana

28/05/2017

Pitalito H.

<p><b>SOCIOS CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ PROVEEDORES: Laboratorios Orion sucursales en Ibagué Colombia Tel: 313-252-6568.</li> <li>❑ SENA: Proceso de capacitación del personal.</li> <li>❑ Personal de trabajo vinculado.</li> <li>❑ Cliente externo.</li> </ul>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVES</b></p> <p>Prestación de Servicios de Aseo, Lavado y planchado de ropa, Jardinería, Mantenimiento preventivo y correctivo de instalaciones locativas, a Hogares, Oficinas, Colegios.</p>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Satisfacer las necesidades correspondientes del aseo de diversas organizaciones incluyendo el hogar, ofreciendo tiempos de respuestas adecuadas a la necesidad individual del cliente.</p>	<p><b>RELACIONES CON CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ ASISTENCIA PERSONAL: antes, durante y posterior al servicio.</li> <li>❑ OFICINA: ambiente de confort pensando en su comodidad.</li> <li>❑ AMABILIDAD y CONFIANZA.</li> </ul>	<p><b>SEGMENTOS DE CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ EMPRESAS PÚBLICAS y PRIVADAS, que requieran contactar personal permanente o temporal.</li> <li>❑ COLEGIOS, RESTAURANTES Y OFICINAS.</li> <li>❑ Personas empleas con poca disponibilidad de tiempo, mayores de edad entre los estratos 3, 4 y 5 de la región.</li> </ul>
<p><b>RECURSOS CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Recurso humano capacitado.</li> <li>❑ Insumos, maquinaria y equipos.</li> <li>❑ Recursos financieros y aportes de los socios.</li> </ul>		<p>Contribuyendo al desarrollo de la cultura de la comunidad y a la preservación del medio ambiente que le rodea.</p>	<p><b>CANALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ MARKETING DIGITAL: a través de redes sociales y página web.</li> <li>❑ INSTALACIONES PROPIA. oficina presencial.</li> <li>❑ MARKETING CULTURAL: apoyando el deporte.</li> </ul>	
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Marketing y estrategias de promoción.</li> <li>❑ sueldo del personal interno.</li> <li>❑ arrendamiento de infraestructuras.</li> <li>❑ costos variables y costos operacionales.</li> </ul>			<p><b>FUENTE DE INGRESOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Pago del cliente por el servicio prestado. su precio o valor dependerá de cada servicio y de la inversión requerida.</li> </ul>	

### **13. LINK PITCH EMPRESA COOPSERVIMAT LABOYANA**

<https://youtu.be/aZgoS0o-Fel>



## CONCLUSIONES

Dentro del proceso de desarrollo de una idea empresarial conocimos muchas herramientas de valor para cristalizar este proyecto siendo fundamental el incursionar en las técnicas del marketing, El Inbound marketing, que es una metodología que combina técnicas de marketing y publicidad, y el neuromarketing que me muestra la manera de conocer como mi cliente disfruta usando mi producto o servicio.

El éxito de la estrategia de marketing depende del grado de conocimientos de las motivaciones de los consumidores, de cómo los consumidores forman sus preferencias y de cómo toman sus decisiones de compra, para satisfacer un cliente al que deleitarlo, para deleitarlo hay que llegar a los sentidos, colores, olores, sonidos que llegan hasta el comprador para modificar su decisión de compra.

## BIBLIOGRAFIA

Unidad 1: Creatividad e innovación

<https://www.youtube.com/watch?v=MKFItzF6ToA>

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=52818842&lang=es&sit e=ehost-live>

Unidad 2: Emprendimiento social

[https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi\\_n\\_conceptual\\_sobre\\_el\\_empre](https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi_n_conceptual_sobre_el_empre)

<http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/documents/innovacion-modelo-negocio.pdf>

Unidad 3: Gestión del marketing

<https://es.scribd.com/doc/136178329/Plan-de-Marketing-Paso-a-Paso-Vicente-Ambrosio-Virtual>

[http://ebooks.increta.com/que\\_es\\_y\\_para\\_que\\_sirve\\_inbound\\_marketing\\_06092013.pdf](http://ebooks.increta.com/que_es_y_para_que_sirve_inbound_marketing_06092013.pdf)

Unidad 4: Herramientas del marketing estratégico

[http://issuu.com/aztitecnalia/docs/dossier\\_de\\_mercado\\_mkt\\_verde/1?e=1899668/3180198](http://issuu.com/aztitecnalia/docs/dossier_de_mercado_mkt_verde/1?e=1899668/3180198)

<http://www.cyldigital.es/sites/default/files/library/guiamarketingdigital.pdf>

[http://upacifico.edu.ec/cladea\\_2009/PDF2/upac01\\_submission\\_500.pdf](http://upacifico.edu.ec/cladea_2009/PDF2/upac01_submission_500.pdf)

Unidad 5: Comportamiento del consumidor y estrategias de negociación

[http://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana\\_20Alvarado.pdf](http://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana_20Alvarado.pdf)

<http://www.marketing-xxi.com/capitulo-9-marketing-directo.html>

<http://www.dbbe.fcen.uba.ar/contenido/objetos/Carrin2007.pdf>

[https://aportadiseno.files.wordpress.com/2013/01/hc3a1bitosaltamente\\_eficaces\\_ganar.pdf](https://aportadiseno.files.wordpress.com/2013/01/hc3a1bitosaltamente_eficaces_ganar.pdf)

Investigar acerca de un pitch

<https://es.wikipedia.org/wiki/Pitch>