



DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN PARA TECNOLOGÍAS GESTIÓN DEL MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Evaluación final: Paso 7 - Consolidar el modelo de negocio en el lienzo CANVAS

Fabián Enrique Ortiz Aguilar C.C. 6.391.709.

Deyson Fredy Murillo

Gerardo Rojas

Samuel Arce

Carlos Guauña.

Curso 110011_7

Tutor

Andrés Mauricio Mejía Martínez



UNAD 2018



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo del paso 7 como evaluación final, consiste en la reconstrucción del lienzo CANVAS involucrando los contenidos y las propuestas que desarrollamos en los pasos 4, 5 y 6 de nuestro modelo de negocio Eco Cali, que gestiona el reciclaje de PET en puntos clave urbanos, para luego convertirlos en pupitres y juegos didácticos para los diferentes entes educativos. Con una labor social muy importante con un grupo de recicladores en pro de mejorar sus condiciones de vida y de su familia.

Mediante la explicación del lienzo canvas de forma escrita mostraremos paso a paso los 9 pasos y así lograr agregar valor a nuestra idea de negocio.

Paso siguiente encontraremos un link donde se le dio construcción a un pitch con el contenido del proyecto de emprendimiento social y así daremos finalización al aprendizaje del diplomado.



Objetivo General

Proponer mediante la reconstrucción del modelo canvas y un pitch mostrando los conocimientos adquiridos para el proyecto de emprendimiento social.

Objetivos Especificos

- ✚ Reconstruir el lienzo CANVAS y crear un pitch con el proyecto de emprendimiento con el que venimos.
- ✚ Demostrar los conocimientos adquiridos durante el proceso del diplomado en Gestión del Marketing para El Emprendimiento Social.
- ✚ Explicar cada paso de forma de escrita el modelo de lienzo CANVAS establecido para el plan de negocio Cali-Pet



MODELO CANVAS GRÁFICO ECO CALI





EXPLICACIÓN DEL MODELO CANVAS ESCRITO

Propuesta de valor:

Para que nuestro plan de negocio Eco Cali funcione y sea una alternativa para la recuperación del plástico desechados por los caleños, se van a disponer de algunos dispositivos de clasificación en planteles educativos, sistema de transporte masivo MIO, en centros comerciales aparte de los recogidos por el grupo de recicladores que hacen parte de nuestro programa social.

Eco Cali se involucrará con cada uno de sus trabajadores y familiares de recicladores en plan de mejorar sus condiciones de vida. Con arduo trabajo entregaremos en cada uno de nuestros productos durabilidad, ergonomía, sostenibilidad, impermeabilidad y los más importantes precios muy cómodos para nuestros clientes.

Canales De Comunicación Y Distribución:

Siempre las propuestas de valor se deben entregar a través de diferentes canales de comunicación y su posterior a esta de distribución. Que se deben siempre lograr para lograr los siguientes 4 objetivos fundamentales;

- ✚ Ayudar a que los clientes estudien la propuesta de valor
- ✚ Informar a la clientela de cómo pueden comprar nuestros productos
- ✚ Entrega de la propuesta de valor a los clientes
- ✚ Al cliente se le debe dar atención posventa

En el presente modelo de negocio Eco-Cali su canal de comunicación será digital, tradicional mediante visitas.

Por otro lado, si queremos entregar y mostrar la propuesta de valor, el canal de distribución será especializado por medio de revistas del sector y ferias especializadas. Contaremos con una página web y un sistema para intercambiar información para saber cuáles son las necesidades de los clientes.

Relación con los clientes:

Para tener la mejor relación con los clientes, vamos a tener una constante comunicación con asistencias personalizada. Desde que el material sale de la bodega de almacenamiento hasta su lugar de estadía del producto. Todo lo hacemos con el fin de darle calidad a la entrega y mejorar los tiempos.



Socios claves:

Los socios, así como la materia prima o la misma actividad de la empresa, son un punto fundamental, en el modelo de negocio sin la colaboración de estos actores el modelo de negocio no podría funcionar, ya que cada uno da su aporte para que este proyecto surja con éxito.

Entidades financieras: los bancos o entidades de financiación, se convierten en un aliado de carácter vital para el modelo de negocio.

Centros comerciales: Los centros comerciales son un gran apoyo, Seria muy probable la generación de una alianza con el público no reciclador incentivándolos a utilizar nuestras máquinas de recolección, esto también ayuda a que las personas tengan un espacio seguro para reciclar sin recorrer largas distancias.

Colegios: Estos puntos son de gran acogida para que instalemos las maquinas Reverse Vending las cuales serán financiadas por la entidad financiera y a su libre publicidad sin salirse de la política ambiental de **Eco-cali**,

Asociación de plásticos: Esta es super importante ya que al a hora de recibir información de la industria del plástico, y de generar una línea de comunicación directa con algunos posibles clientes. Y que su vez ellos realizan eventos de integración, proveedor-cliente, como ferias, petroquímica, envases y empaques. Esto nos lleva a estar ligados a **COLCIENCIAS** quienes brindan apoyo a proyectos innovadores y desarrollo tecnológico. Al darle este rumbo al proyecto podremos contar con los mejores beneficios de capacitación y ser paga por el estado colombiano.

Sistema Integrado De Transporte Masivo (Mio): Socio clave ya que una de las formas de compensar a las personas es con la compensación de dinero en sus tarjetas de viaje, se espera una alianza que nos permita canjear los tiquetes que nos da las maquinas Reverse Vending por dinero en las del MIO.

Recursos Claves:

Sabemos que el activo más importante de una empresa es el talento humano se contara con personas de recicladores que vamos calificando con educación, que llevaran la materia prima a los centros de acopio, y personas para las campañas de sensibilización, además se debe contar con recursos tales como en centro de bodega y vehículo recolectores

Actividades Claves:

Con el objetivo de lograr que las personas se vinculen con el proyecto se realizaran actividades que sensibilicen a los caleños, acerca de lo perjudicial que puede ser este material para el medio ambiente de no ser recolectado y de la importancia que es retirarlo del medio ambiente mediante el reciclaje es así



como vamos a vincular la mayor cantidad de colegios, centros comerciales, transporte MIO. además de esto se pretende lograr alianzas estratégicas con la mayor cantidad de empresas con un sentido de responsabilidad hacia el medio ambiente para lograr cumplir con el incentivo de Eco Cali.

Estructura De Costos:

Este punto es de gran importancia ya que para poder que se lleve el plan de negocio se debe tener en cuenta los costos fijos como los variables, ya que estos están implícitos para su paralelismo, transporte y donde se depositara el plástico, al igual que los salarios de las personas que nos colaboraran.

Segmento Con Cliente:

Nuestro proyecto esta enfocado a los colegios, universidades todos aquellos institutos educativos por así decirlo. Por otro lado, las empresas gubernamentales quienes nos apoyaran como intermediario con las instituciones educativas, también debemos pensar en el futuro de la ciudad y es hay donde entran nuestros programas de conciencia a la juventud.

Flujo De Ingresos:

Para que el proyecto sea sostenible para todos, debemos recibir ingresos los cuales serán por la venta de nuestros implementos educativos y resina de PET el cual será vendido a las empresas de tratamiento y transformación de este material.

link del pitch.

<https://youtu.be/cNEoc7erwDk>



CONCLUSIONES

- ✚ Es importante en el plan de negociación satisfacer las necesidades de los socios, pero sin afectar los objetivos y procesos de nuestra empresa.
- ✚ Aunque en un mismo mercado tengamos suficiente demanda, una idea de negocio siempre será
- ✚ bien vista y con gran proyección si trabajamos bajo las herramientas ágiles y sencillas con lo que es el lienzo CANVAS que nos da la facilidad de desenvolvernos claramente en lo que deseamos.



BIBLIOGRAFICA

Alcaldía de Medellín & COMFAMA. (2012). revisión conceptual sobre emprendimiento social. *En Empresas sociales* (pp. 3-29). https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi_n_conceptual_sobre_el_empre

Gutiérrez, R. (2007). Para ir más allá de los discursos, Emprendimientos sociales en sectores estratégicos de desarrollo en Colombia. Colombia: Fundación Corona. Recuperado en: http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/Emprendimientos_sociales_en_sectores_estrategicos_de.pdf

Merodio, J. (2010) Marketing en Redes Sociales: Mensajes de empresa para gente selectiva (pp. 59-66). Recuperado de <http://static.hosteltur.com/web/uploads/2010/10/f9427bf1ef7dc28a.pdf>