

**DIPLOMADO DE PROFUNDIZACION PARA TECNOLOGIAS GESTION DEL
MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL
REPOSITORIO PROYECTO DE GRADO
RECICLANDO Y CREANDO**

Elaborado por:

Claudia Milena Arango Ceballos C.C 41.934.575

Paola Andrea Huertas Castiblanco C.C.53.027.845

Andrea del Pilar Vega Barreto C.C 52.185.663

Ángela Soranye Peña Rodríguez C.C. 53.074.074

María Eugenia Ramírez Quiceno C.C.52.376.322

Presentado a:

Andrés Mauricio Mejía Martínez

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
ECACEN**

Diplomado de Profundización para Tecnologías Gestión del Marketing para el Emprendimiento
Social -GRUPO110011_5

Bogotá, Colombia

Enero – 2019

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos de corazón a nuestros padres y familia, pilares de nuestra formación, por su apoyo incondicional agradecimiento a cada una de las personas que nos apoyaron para desarrollar nuestro proyecto, a las integrantes del grupo por su compromiso, dedicación y participación para culminar de forma exitosa el proyecto.

Agradecimiento muy especial a la universidad UNAD a nuestro tutor Andrés Mauricio Mejía quien con su conocimiento nos guio en cada una de las actividades que fueron desarrolladas durante el diplomado para poder alcanzar nuestro proyecto de grado.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	5
METODOLOGÍA	6
OBJETIVOS	7
Objetivos generales:.....	7
Objetivos específicos:	7
1. PASO. RECONOCIMIENTO DEL AULA.....	8
1.1 Análisis de los videos presentados y justificación de la problemática social seleccionada...8	
1.2 Caracterización de la región donde se seleccionó la problemática social.	11
1.3 Datos estadísticos que permitan evidenciar el nivel de impacto a la comunidad.	11
1.4 identificar posibles causas.....	12
1.5 Identificar alternativas de solución preliminares.	13
2. PASO. DEFINIR IDEAS CREATIVAS E INNOVADORAS	14
2.1 Descripción del problema o necesidad seleccionada por el grupo	14
2.2 Descripción de los tres proyectos seleccionados de los propuestos en el foro	14
a. Pantallazo de las calificaciones realizadas a los tres proyectos.....	16
2.4 Justificación de la idea ganadora.....	19
2.5 Descripción de la población beneficiada con la idea de proyecto seleccionado	20
2.6 Descripción de los tipos de innovación a aplicar al proyecto	20
3. PASO. DISEÑO DEL MAPA DE EMPATÍA Y EL LIENZO CANVAS	22
3.1 Mapa de empatía.....	22
3.2 Modelo de negocio CANVAS aplicado a la idea de negocio	24
4. PASO. RECONOCER LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DEL MARKETING	25
4.1 Consolidar el análisis situacional (análisis del macro entorno, análisis del micro entorno y el análisis interno).....	25
4.2 Descripción de las propuestas seleccionadas de Inbound marketing y Branding, incluir imágenes y especificar los propósitos de cada acción o estrategia.	31
5. PASO. APROPIAR HERRAMIENTAS DEL MARKETING ESTRATÉGICO	34
5.1 En grupo se evaluarán y seleccionaran las mejores acciones presentadas de Marketing Verde, Marketing Cultural y Marketing Digital respecto a la idea de negocio que se viene trabajando.	34
5.2 link del voki con la descripción de la propuesta de valor.....	45
6. PASO. ANALIZAR LAS TÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN	48

6.1 Consolidación da las acciones de Neuromarketing con las imágenes y descripción de los propósitos de cada acción.....	48
6.2 Listar los socios clave o aliados estratégicos finales necesarios para el modelo de negocio de emprendimiento social con nombre propio como organismos gubernamentales (la idea es retomar los que se definieron en el CANVAS y adicionar los que el grupo crea pertinentes...)	58
6.3 Presentar la propuesta de negociación final que define el grupo colaborativo teniendo en cuenta las fases de un proceso de negociación, esta negociación se debe enfocar a lograr el apoyo e involucramiento de los socios clave previamente definidos.	59
7. PASO. EVALUACIÓN FINAL-CONSOLIDAR EL MODELO DE NEGOCIO EN EL LIENZO CANVAS	61
7.1 link video	62
7.2 link pitch.....	62
CONCLUSIONES.....	64
BIBLIOGRAFIA.....	65

INTRODUCCIÓN

Las necesidades actuales que enfrenta la ciudad de Bogotá en cuanto a la falta de una buena recolección de las basuras y su posterior tratamiento y transformación, han hecho de esto una oportunidad para crear una nueva idea de proyecto, donde se refleje el interés mutuo de los diferentes entornos empresariales y sociales existentes en nuestra ciudad, en donde se preocupen por dar nuevas oportunidades laborales a una parte importante de la sociedad como son las mujeres cabeza de familia y en estado de vulnerabilidad, a partir del cuidado de nuestro medio ambiente el cual es vital para los seres humanos, el proyecto RECICLANDO Y CREANDO, se da a partir de las diferentes variables que intervienen en el mal manejo de las basuras en la ciudad, las cuales son la base fundamental de las ideas que se exponen en este trabajo, el inicio del proyecto parte de pensamiento individual y posteriormente grupal de las integrantes del Diplomado de Profundización para Tecnologías Gestión del Marketing para el Emprendimiento, la información recolectada aportó datos de referencia muy importantes y nos permitió pensar en la creación de productos de oficina a partir de aquellos elementos que pueden tener una nueva vida útil, se pensaron en alianzas estratégicas como empresas, tanto del sector privado como público, universidades, instituciones financieras entre otras, las cuales nos permitirán contar con su apoyo no solo en la parte financiera, también permitiéndonos reutilizar los desechos que son la fuerza vital de nuestros productos.

METODOLOGÍA

Para la realización de esta investigación desarrollamos las siguientes actividades:

Después de tener varias ideas sobre las problemáticas de nuestra región fueron discutidas en grupo, seleccionando el tema encontramos con nuestro proyecto el objetivo en el que podíamos estudiar la problemática social que afecta a nuestra región, encontrando una problemática de estudio e investigación, la cual se convirtió en un proyecto empresarial. Encontramos que el problema más grave es la falta de conciencia del manejo de las basuras y que es un material que podemos utilizar para un beneficio de gana y gana, que en nuestro caso es poder transformar la basura y crear productos para la oficina y es un proyecto social porque adicional a su fin, nos permite generar fuente de empleo a las mujeres cabeza de familia y en estado de vulnerabilidad.

La investigación social aplicada nos ha permitido abordar dimensiones medibles y calificables, analizar factores externos, trazarnos una meta, encontrar recursos viables para alcanzar un objetivo.

OBJETIVOS

Objetivos generales:

Identificar inicialmente las diferentes problemáticas que aquejan nuestra ciudad definiendo la que más impacte a nuestra comunidad en general de esta forma poder plantearnos una idea que aporte a la solución.

Desde este concepto establecer la idea de negocio que surge de la necesidad elegida.

Al plantear este problema se hace necesario enfocar nuestros esfuerzos para diseñar un proyecto que dé solución y que aporte a la comunidad teniendo en cuenta el enfoque que nos propone el diplomado.

Objetivos específicos:

- Planteamiento del problema, mal manejo de las basuras en la ciudad de Bogotá.
- Datos medibles que permitan establecer la cantidad de basura que se produce diariamente en la ciudad de la cual solo un poco es reciclada y reutilizada.
- Identificar las posibles causas y establecer soluciones.
- Creación de idea innovadora de tipo social la cual permita aportar al medio ambiente y a la comunidad entre las que podremos destacar empleo a mujeres cabeza de hogar y en estado vulnerable.
- El proyecto es desarrollado tras aplicación de marketing e investigación de macroentorno análisis situacional aplicado desde el conocimiento previo contando con el apoyo de entes gubernamentales y privados que deseen apoyar esta idea de negocio.
- Determinar por medio de la matriz DOFA el diagnóstico para la idea de negocio y su viabilidad.
- Aplicar herramientas de neuromarketing y nuevas tecnologías para adaptar nuestra idea de negocio bajo lineamientos comerciales y de emprendimiento.
- Desarrollar una excelente propuesta de valor y nombre apropiado que genere reconocimiento y posicionamiento entre los consumidores.
- Adaptación de nuestra idea de negocio a uno de los modelos más utilizados en temas emprendimiento MODELO CANVAS.

1. PASO. RECONOCIMIENTO DEL AULA

1.1 Análisis de los videos presentados y justificación de la problemática social seleccionada.

Los videos que se presentaron individualmente muestran, que existen diversas problemáticas en nuestra ciudad, permitiéndonos concluir que compartimos varios factores que se presentan en Bogotá, como es el tema de las basuras que están ocasionando problemas ambientales, de salud y de deterioro de nuestro planeta, se realizaron 3 videos, los cuales se presentaron de la siguiente manera.

Como lo muestra en su video Paola Huertas nos muestra las problemáticas:

El desempleo debido a la falta de creación de nuevas empresas y proyectos productivos que den mayores oportunidades, adicionalmente al aumento de la población tanto de la ciudad como de extranjeros que hacen que la situación económica se reduzca. Este tema es muy importante y ha comprometido bastante la economía, haciendo que día a día se encuentren cifras alarmantes de desempleo y el aumento de las ventas informales. Las estadísticas que nos muestra en DANE, aumentó en un 1.3 puntos porcentuales durante el último año, pasando del 9.2% en 2016 al 10.5% en el 2017. Durante el último trimestre del año 2017, 438.216 bogotanos se encontraban sin trabajo, de los 4.170.552 capitalinos que estaban empleados, 1.201.373 laboraba en el sector comercio, hoteles y restaurantes. Un poco más de 886.000 estaba vinculado laboralmente al sector de servicios comunales, sociales y personales. Revisando estas cifras es necesario fortalecer las políticas de empleo que reduzcan los problemas frente a las oportunidades laborales y aumentando la formación y capacitación.

Las basuras y contaminación, en gran parte radican por la falta de cultura y conciencia, normas y proyectos que puedan mitigar la problemática

Delincuencia juvenil que se puede presentar por diversos factores como lo es la falta de atención y educación por parte de los padres de familia que no inculcan valores y hacen que los adolescentes conviertan su libertad en libertinaje. Estos pequeños delincuentes son los que han

llevado al crecimiento de inseguridad y altos consumos de drogas, ocasionando problemas sociales que los llevan a iniciar desde pequeños este terrible camino de conseguir el dinero fácil. A continuación indico las cifras que presentó el Ministerio de Defensa en el 2017 indicándonos que los homicidios están en un 80%, disminuyendo el 12% con relación al año 2016, el hurto a personas aumentó en un 64.9% y el robo de residencias aumentó en un 5%.

En el video que muestra Angela Peña, también muestro las tres problemáticas que han llevado a la Ciudad de Bogotá a ser una de las más contaminadas e inseguras:

El mal manejo de las basuras, como lo comenté es ocasionado por el tamaño de la población siendo Bogotá la que más basuras genera con 2.102.890 toneladas anuales, la falta de estrategias por parte de la Alcaldía en cuanto a la contratación de una empresa recolectora que pueda cubrir con las necesidades de la ciudad. Otro de los mayores inconvenientes son las capacidades de los rellenos que ya están cumpliendo su ciclo, generando un alto impacto en el medio ambiente, afectando el suelo y el aire por todos los gases que emiten las basuras y haciendo que el oxígeno que respiramos produzca diversas enfermedades respiratorias, cutáneas y haciendo que aparezcan insectos que llegan a afectar la salud del ser humano por diversas infecciones. Todo esto se debe a la falta de conciencia ambiental. Según el Ministerio de Ambiente, Colombia solo recicla un 17% de los 3.6 millones de toneladas de residuos que se genera al día.

La inseguridad, uno de los detonantes de la inseguridad es la excarcelación de delincuentes debido a la descongestión carcelaria, la creación de grupos armados como el ELN, carteles mexicanos y las redes sociales que ha ayudado a que se incrementen casos de inseguridad. Todos estos grupos han cambiado su forma de operar, se convirtieron en estructuras especializadas en temas de robo y negocios ilegales. Otro tema que ha permitido aumentar la inseguridad es la reducción del pie de fuerza que hace que se descuide la ciudad.

La contaminación que es causada en gran parte por la actividad industrial, tráfico pesado y condiciones climáticas. Nosotros como ciudadanos tenemos la responsabilidad, pero la mayor responsabilidad la tiene el estado por no cumplir con el plan de descontaminación del aire.

Efectivamente compartimos la idea de la problemática de las basuras que han dado paso a grandes problemas para la ciudad, contaminación del medio ambiente y problemas de salubridad.

Como lo expliqué en mi video una de las causas del problema de basuras en Bogotá es que el 7.5% de los rellenos sanitarios se está acabando su vida útil y un 15% le queda menos de tres años, la incógnita que se presenta es qué hacer con este tema, si según estudios se estima que en 10 años los residuos crecerán en un 20%.

Video de María Eugenia Ramírez Quiceno expone las siguientes problemáticas

La corrupción que tiene un impacto importante sobre la riqueza de nuestra ciudad y de nuestros habitantes, la falta de transparencia en el tema de la contratación ha hecho que nuestros recursos económicos terminen invirtiéndose mal y creen un doble gasto a largo plazo, ya que finalmente el contratar a empresas que no están preparadas para labores específicas y para llevar megaproyectos, termina dando consecuencias funestas, otro punto en donde se ve reflejada la mala acción en la contratación y el robo de los recursos, es el área de la salud que actualmente cuenta con un nivel de endeudamiento exagerado y con un servicio pésimo, por falta de inversión adecuada de los recursos que se recaudan para tal propósito, dejando ver una veeduría con falencias en su vigilancia y control.

La inseguridad es percibida a diario por parte de los ciudadanos quienes manifiestan sentirse inseguros, según varios estudios que se han hecho el aumento de la inseguridad es un hecho real y no un tema de percepción como las principales autoridades expresan, si bien los diferentes medios se encargan de mostrar los diferentes delitos y sus consecuencias, también es cierto que 3 de cada 10 personas dice haber sido víctima de algún delito, la solución de este problema está en mejorar el pie de fuerza y estrategias de seguridad, teniendo especial cuidado con algunos puntos críticos ya detectados.

La contaminación ambiental en Bogotá crea un daño múltiple que se extiende a otros municipios, deteriora nuestros recursos naturales y crea un entorno que es exterminante, las principales causas son, el mal uso de las bolsas y la insensibilidad de las personas

Si bien todas las problemáticas anteriormente expuestas nos aquejan a los ciudadanos de Bogotá, un punto clave y que se tuvo en cuenta al momento de elegir la problemática a tratar fue la crisis en la recolección de las basuras, la cual se presentó en meses anteriores del presente

año, la cual nos dejó ver más a fondo que no es solo una percepción del ciudadano del común, sino que es un problema que no se ha evaluado a fondo por lo cual en su momento no existió un plan de contingencia, todo esto nos da una oportunidad de analizar el panorama de las basuras en Bogotá y posibles soluciones.

1.2 Caracterización de la región donde se seleccionó la problemática social.

Bogotá D.C es la capital de Colombia, se encuentra a 2630 metros sobre el nivel del mar, es la ciudad que más alberga a personas de diferentes regiones y países, se encuentra ubicada en la Sabana de Bogotá, con un promedio 8,081 habitantes, y se producen un total de 6.307 toneladas de basura diariamente, las cuales llegan al botadero de basura doña Juana ubicado en la localidad de ciudad bolívar. La percepción de la comunidad es el impacto negativo en salud.

En este momento la problemática de las basuras no se concentra en un solo lugar, desafortunadamente gracias a la cantidad de población y la cantidad de negocios informales ha causado un desafortado incremento de residuos que han convertido a la ciudad como la segunda más contaminada seguida de Medellín.

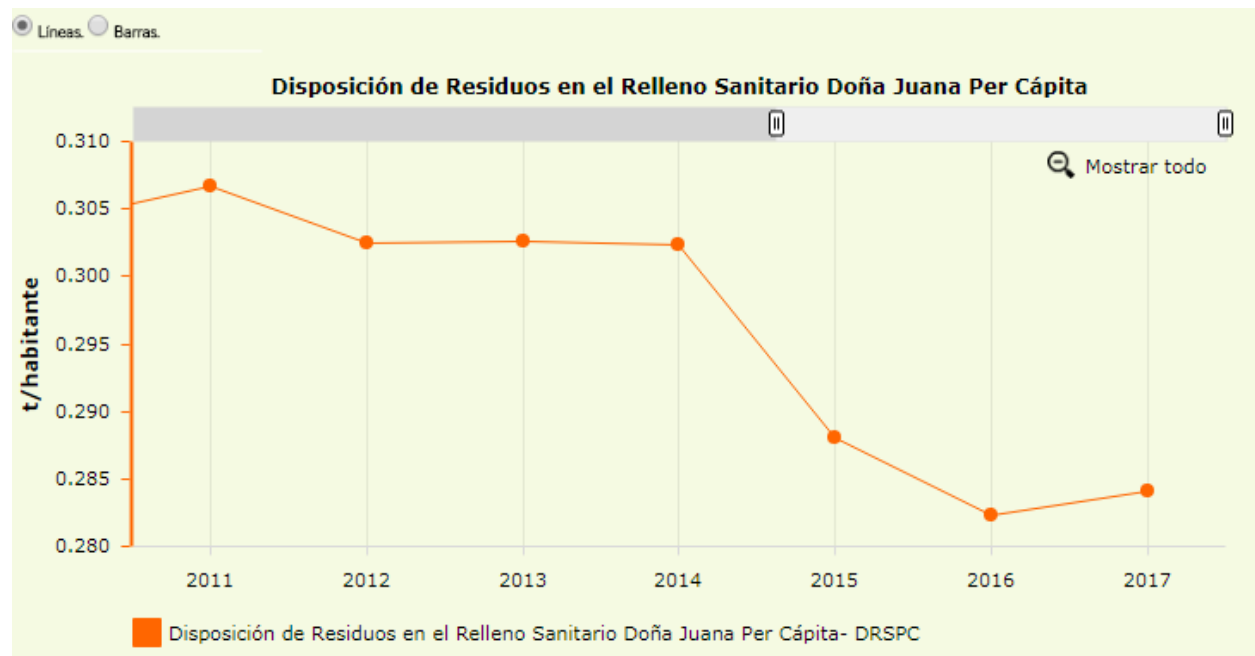
1.3 Datos estadísticos que permitan evidenciar el nivel de impacto a la comunidad.

En la actualidad los contratos de servicio de aseo desincentivan el reciclaje ya que les pagan por el peso recogido, generando que se bote más basura en los rellenos. El país genera unos 12 millones de toneladas al año y solo se recicla el 17%, mientras que en Bogotá se generan 7.500 toneladas al día y se reciclan entre el 14% y el 15%.

Según el estudio realizado indican que el relleno de doña Juana tendrá una capacidad de recibir los desechos hasta el año 2022.

La Secretaria de hábitat informa que ante la crisis presentada por la basura se ha producida alrededor de 12.576 toneladas y se han recogido 8.810 toneladas. Ha aumentado en 250% la capacidad de recolección de basuras, para hacerle frente a la crisis, 1600 personas trabajan las

24 horas, 1000 en labores de barrido y 600 para recolección con el apoyo de 120 vehículos que puedan atender a las 12 localidades de la ciudad.



1.4 identificar posibles causas

- Falta de rellenos sanitarios
- Falta de empleados para el servicio de recolección de basuras
- La falta de sistema de drenajes y alcantarillado urbano
- Falta de organización y educación ambiental a los ciudadanos ya que no se mantiene una organización de no arrojar las basuras en días y horas no programadas para realizar la recolección por parte de la empresa de aseo
- Ineficiencia en la recolección de las basuras
- Aprovechamiento de estos residuos para generar energía

según algunos datos estadísticos en Bogotá existen 8,081 millones de habitantes, los cuales nos vemos afectados con la problemática de las basuras, además de que Bogotá es la ciudad de Colombia con más gente y esto genera una desmejora en nuestro medio ambiente, seguido de la

perdida de dinero que para el año 2012 se creó la empresa aguas Bogotá que fue un fracaso que nos costó a los bogotanos 200.000 millones de pesos, de los cuales 80.000 millones fueron invertidos en vehículos de segunda mano traídos de estados unidos que poco sirvieron y que muy por el contrario requerían de una inversión muy grande para su mantenimiento y funcionamiento, aunque en la actualidad existe varias empresa independientes que recolectan las basuras en las diferentes localidades, la inversión no solo tiene que ser en infraestructura si no que se debe crear o pensar en ideas de innovación, seguras, fáciles y que sensibilicen a la sociedad en general.

1.5 Identificar alternativas de solución preliminares.

- Si aprovecháramos y aprendiéramos a manejar los residuos según estudios con 1.400 toneladas diarias de basura Bogotá podría generar energía, utilizando métodos de procesamiento de basura como lo hace la compañía Cemex.
- Un factor que ayudaría a cambiar los rellenos sanitarios y poder aprovechar los residuos es traer tecnología eficiente y modernizar el sistema de recolección con ayuda y asesoría de países desarrollados, sabemos que esto requiere de una gran inversión y un esfuerzo técnico, político y normativo a largo plazo.
- Nos hace falta una política de reciclaje, la cantidad de basura que sale a diario en la ciudad confirma que la gente no colabora ni son claros los mecanismos para realizarlo, las campañas que realiza la Alcaldía no han tenido impacto y la indiferencia frente al tema es preocupante.
- Crear un sistema de recolección por días y con vehículos diferentes para hacer una recolección adecuada desde el momento en que se reciben la basura en los carros, creando un sistema de vehículos para materiales que son reciclables y que puedan ir directamente a una planta de procesamiento, y por otra parte tener vehículos que recojan

residuos ordinarios para que vayan al relleno sanitario ya que independientemente del color de la bolsa y de cómo reciclemos las personas. en la actualidad todo es recogido por el mismo carro y va al mismo sitio lloque hace que el proceso sea más largo perjudicial y desmotivante para todos en general.

2. PASO. DEFINIR IDEAS CREATIVAS E INNOVADORAS

2.1 Descripción del problema o necesidad seleccionada por el grupo

Problema: El mal manejo de las basuras en la ciudad de Bogotá

Descripción: las basuras son una problemática que afecta a la ciudad ya que no contamos con un esquema de recolección adecuado y su implementación en la actualidad es deficiente, sumado al hecho de la falta de conciencia ciudadana con respecto al reciclaje adecuado de la basura, Bogotá diariamente produce cerca de 6.300 toneladas de basura, las cuales se desechan inadecuadamente en las calles y los operadores que actualmente tienen a su cargo la recolección no manejan estrategias ni tiempos adecuados para hacer un proceso que permita evitar que parte de las basuras queden regadas en las calles, los 5 operadores que actualmente se encargan de recoger la basura en las 20 localidades de la ciudad son Promoambiental, Lime, Ciudad Limpia, Bogotá Limpia y Área Limpia D.C., estos operadores entraron en funcionamiento a raíz de la crisis de la basura vivida en el mes de febrero del presente año cuando los trabajadores de la empresa Aguas de Bogotá iniciaron una protesta que afectó el funcionamiento de la recolección de las basuras, pero esto no solo mostro una falta de estrategia para brindan un buen servicio, si no que dejo ver que las personas que trabajan en esta labor no tienen las condiciones adecuadas para trabajar y el distrito se quedó corto con los recursos económicos y físicos para todo el proceso

2.2 Descripción de los tres proyectos seleccionados de los propuestos en el foro

Proyecto Empresarial tipo social. (Andrea)

El proyecto empresarial que propongo para mejorar el problema ambiental a causa de los residuos en Bogotá es el siguiente:

Objeto: Servicios de recolección, transporte, acopio y transformación de residuos reciclables de papelería, plástico, cartón y desechos relacionados con artículos de oficina en la ciudad de Bogotá, para posterior venta como insumo nuevo en las mismas empresas y demás empresas del sector.

PROYECTO **RUTA DE VIDA (María Eugenia)**

Partiendo de lo anterior y enfocado totalmente al emprendimiento social mi proyecto ruta de vida va ligado al programa LAS TRES R

Reduce

Recicla

Reúsa

Generar una alianza con las empresas recolectoras, donde sea posible elegir un día por medio solo para recoger material reciclable y ubicar en cada localidad un centro de acopio, apoyados por las alcaldías locales, para la separación de material reciclable hay mismo podría haber una fábrica creativa donde se pueda REUSAR material dándole otro tipo de utilidad.

Estos centros de acopio y fábricas de creatividad podrían ser fuentes de empleo para personas discapacitadas, mujeres cabeza de hogar, personas desplazadas por la violencia y jóvenes emprendedores.

Siendo este un negocio donde todo lo reciclado será comercializado, sus ingresos se utilizan en sueldos y gastos del personal se requiere subsidios del gobierno local, departamental y nacional.

Las universidades pueden ser herramienta de apoyo por medio de capacitaciones dictadas por estudiantes que están cursando últimos semestres de ingeniería ambiental y demás **ciencias** involucradas con el medio ambiente. Facilitando la labor diaria de las personas que realizaran esta labor de reciclaje.

Sensibilizar a la comunidad por medio de charlas y bocetos sobre los días en los cuales se realizará las diferentes recolecciones, esto con el fin de que desde los hogares y demás productores de residuos tengan claro y separen desde el origen las basuras, esto hace más fácil la recolección.

Establecer normas disciplinarias drásticas para los ciudadanos que no acaten la norma, con medidas económicas y sanciones.

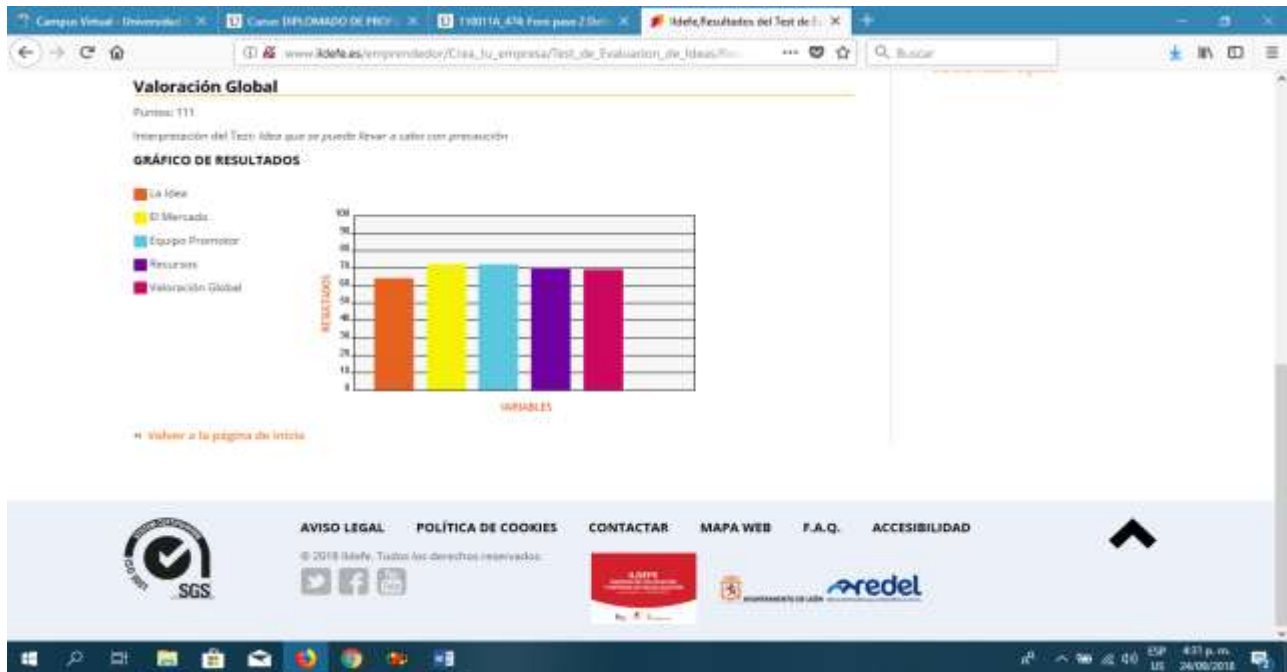
Proyecto Empresarial tipo social (Paola)

crear bodegas por zonas y en las cuadras crear Shuts de basura para que no se acumulen a lo largo de las calles ya que en Bogotá estamos acostumbrados a dejar la basura al frente de las casas y eso genera que la recolección de la basura sea muy agobiante para los encargados de este tema, además de que las personas que colaboran con el reciclaje rompen las bolsas con basuras y los perros también lo hacen entre otras muchos factores, entonces tener Shuts de basuras por cuadras haría que la gente se eduque gradualmente porque si hacemos que las personas tengan que acercarse a dejar las basuras en estos puntos, esto haría que las calles permanecieran más limpias además la cuestión de las bodegas me parece que es mejor manejarla por localidades siendo más específica ya que el recorrido de los carros recolectores sería más corto y efectivo, ahora que si tenemos en cuenta que crear bodegas por zonas permite que se empleen personas de la misma localidad que se encuentran desempleadas por diferentes motivos, por lo cual los puntos verdes si tienen algo parecido pero creo que en Bogotá no es del todo efectivo porque es un proceso que requiere de más control por el hecho de que la mayoría de las personas no estamos educadas adecuadamente con el tema de las basuras .

a. Pantallazo de las calificaciones realizadas a los tres proyectos

Propuesta # 1 Andrea del Pilar Vega Barreto





Propuesta #2 María Eugenia Ramírez Quiceno

Resultados del Test de Evaluación de Ideas

La Idea

Puntos: 30

Interpretación del Test: *La idea tiene posibilidades de consolidarse, necesitando matizar algún aspecto*

El Mercado

Puntos: 30

Interpretación del Test: *La idea tiene perspectivas de resultar interesante, pero necesita matizar algún aspecto*

Equipo Promotor

Puntos: 15

Interpretación del Test: *El emprendedor o equipo promotor, tiene capacidad para afrontar la idea, aunque podría mejorar*

Recursos

Puntos: 15

Interpretación del Test: *Falta de recursos suficientes*

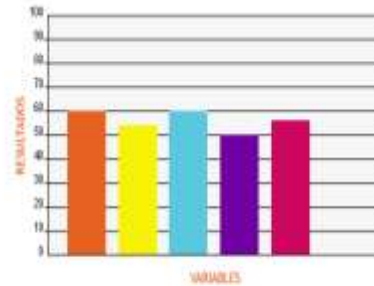
Valoración Global

Puntos: 90

Interpretación del Test: *Idea que se puede llevar a cabo con precaución*

GRÁFICO DE RESULTADOS

- La Idea
- El Mercado
- Equipo Promotor
- Recursos
- Valoración Global



[= Volver a la página de inicio](#)

Propuesta #3 Paola Andrea Huertas Castiblanco

Resultados del Test de Evaluación de Ideas

La Idea

Puntos: 29

Interpretación del Test: *La idea tiene posibilidades de consolidarse, necesitando matizar algún aspecto*

El Mercado

Puntos: 32

Interpretación del Test: *La idea tiene perspectivas de resultar interesante, pero necesita matizar algún aspecto*

Equipo Promotor

Puntos: 12

Interpretación del Test: *El emprendedor o equipo promotor necesita del apoyo de otros colaboradores*

Recursos

Puntos: 15

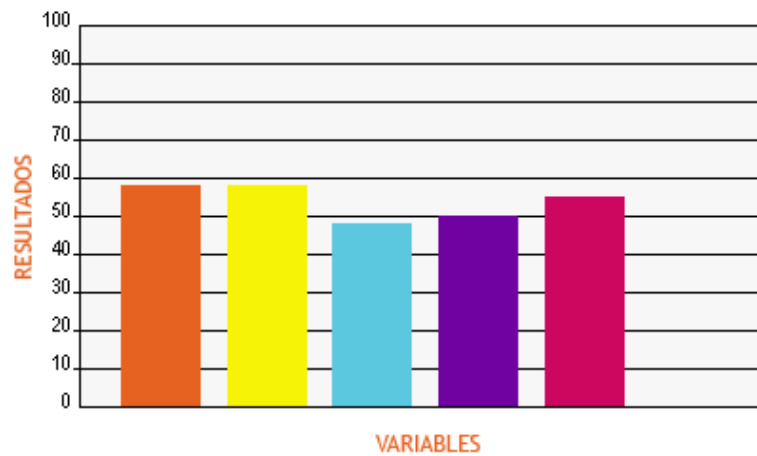
Interpretación del Test: *Falta de recursos suficientes*

Valoración Global

Puntos: 88

Interpretación del Test: *Idea que se puede llevar a cabo con precaución*

GRÁFICO DE RESULTADOS



2.4 Justificación de la idea ganadora

Idea ganadora: **Propuesta # 1 Andrea del Pilar Vega Barreto**

Esta idea obtuvo una puntuación total de 111 puntos en el test de evaluación de ideas, es un proyecto empresarial de tipo social, que busca mejorar la problemática generada en la ciudad, creado por las basuras que no tienen un buen manejo en su recolección y tratamiento, los objetivos de la idea son:

- Mejorar los servicios de recolección, transporte, acopio y transformación de residuos reciclables de papelería, plástico, cartón y desechos relacionados con artículos de oficina en la ciudad de Bogotá, para posterior venta como insumo nuevo en las mismas empresas y demás empresas del sector.
- fomentar las oportunidades de empleo a las mujeres cabeza de hogar y en estado de vulnerabilidad teniendo en cuenta los criterios evaluados en el test se obtuvo que el punto fuerte de esta propuesta es el mercado al cual va enfocado ya que puede resultar interesante

pero se necesita trabajar algunos aspectos para darle más precisión a la idea, luego tenemos que los puntos que pueden estar un poco frágiles son el equipo promotor y los recursos ya que no contamos con la información exacta del equipo que se requerirá para llevarlo a cabo y tampoco conocemos el costo inicial para emprender el proyecto y la inversión constante que se requerirá para que siga su proceso, pero son aspectos que podemos fortalecer a través de una investigación más minuciosa y creativa.

2.5 Descripción de la población beneficiada con la idea de proyecto seleccionado

Mujeres cabezas de hogar y mujeres en estado de vulnerabilidad, mayores de 18 años que vivan en la ciudad de Bogotá, pertenecientes a los estratos 1, 2 y 3 las cuales nos ayudarán a realizar el proceso de transformación de los residuos reciclables para nuestros clientes que son principalmente empresas que requieren de insumos de oficina.

2.6 Descripción de los tipos de innovación a aplicar al proyecto

Innovación de proceso:

Tener un punto de acopio que nos permita realizar la transformación de los desechos reciclables para convertirlos en productos de oficina que nos permitirán generar ingresos y así lograr tener una maquinaria especial para que sea más rápido el proceso.

Innovación en Organización:

Para nuestro proyecto la innovación se enfoca en convencer a las empresas para que recompren sus propios residuos.

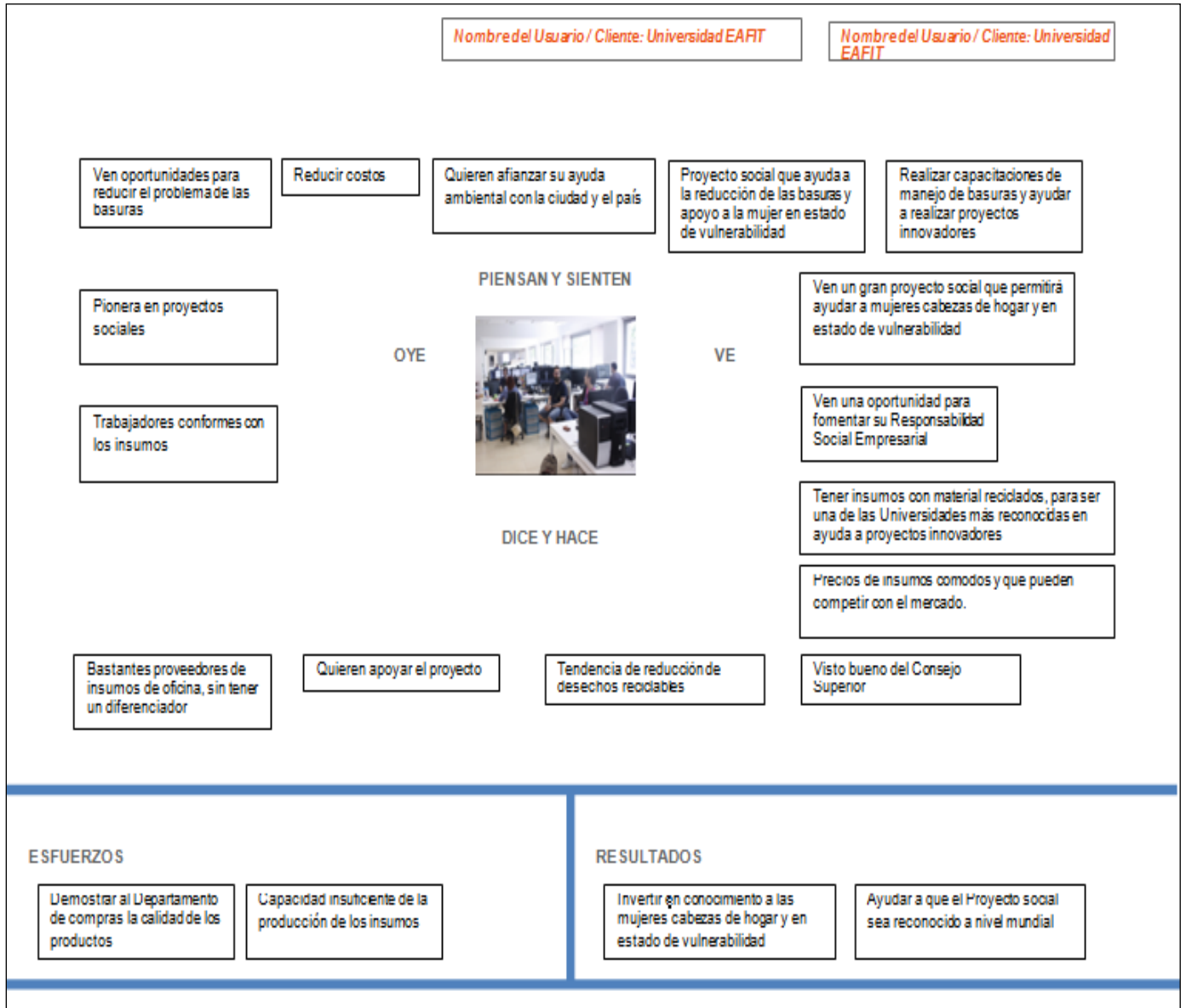
Lo que plantea es que las empresas nos paguen por eliminar los residuos difíciles de reciclar. Luego nosotras empleamos a las mujeres cabezas de hogar o en estado de vulnerabilidad para transformar los residuos en material útil y posteriormente venderlo a las empresas que lo desecharon y otras instituciones interesadas, de esta forma se apunta a ser autosuficientes

Historieta (explica parcialmente los tipos de innovación)



3. PASO. DISEÑO DEL MAPA DE EMPATÍA Y EL LIENZO CANVAS

3.1 Mapa de empatía



Mapa de empatía Ciudadanos de Bogotá

PIENSA Y SIENTE: Piensa que las entidades municipales y nacionales no toman medidas drásticas para el manejo de los desechos peligrosos en las empresas u oficinas. Los Bogotanos sienten que la ley ambiental pocas empresas la conocen y cumplen a cabalidad.

ESCUCHA: Quejas, reclamos y denuncias por la amenaza de los derechos fundamentales a la salud y vida de los Bogotanos.



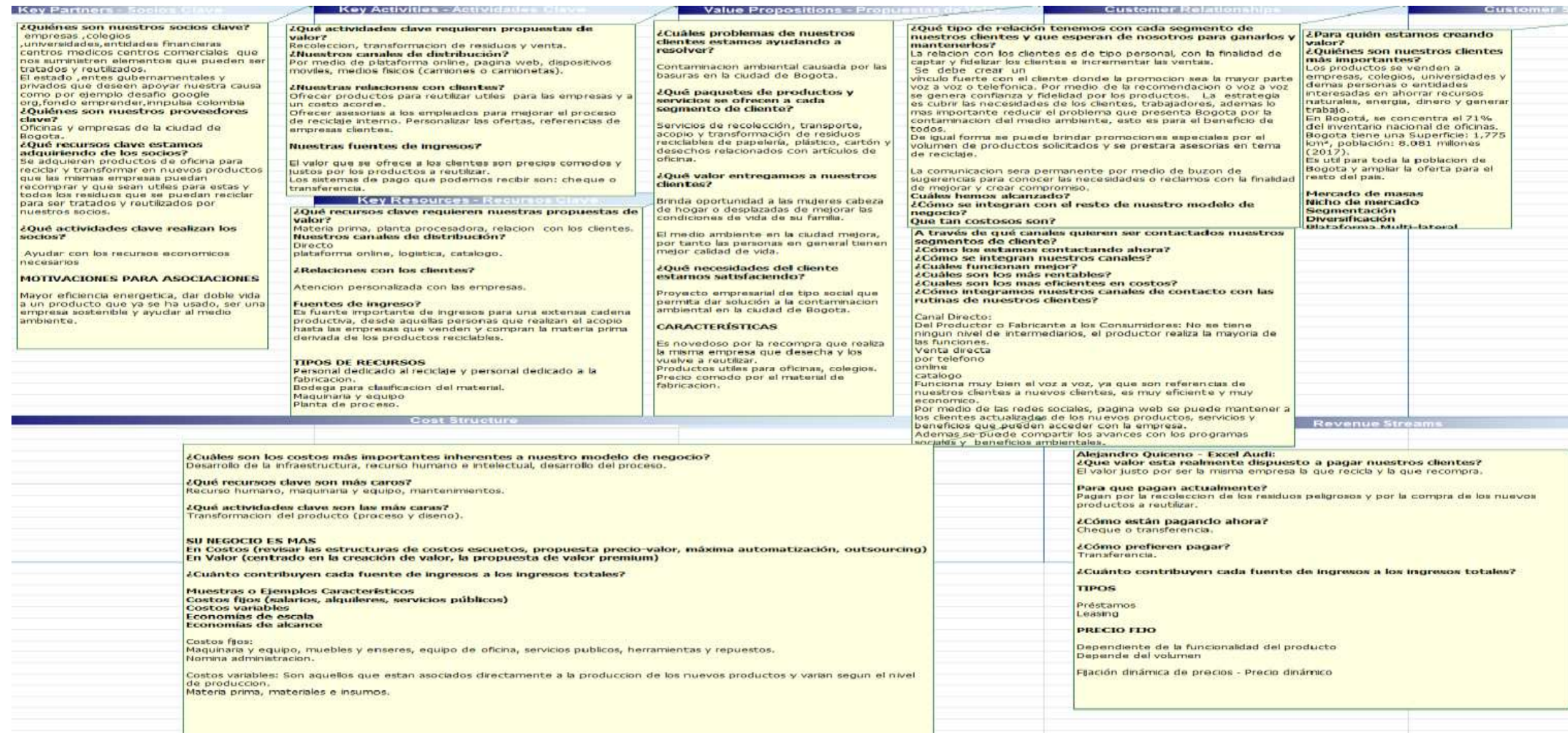
VE: El crecimiento económico de Bogotá trae beneficios pero también riesgos para la salud de sus habitantes por la contaminación del aire producida por las empresas, industrias y fabricas.

DICE Y HACE: Los Bogotanos nos preocupamos por la calidad del aire en nuestra ciudad pero hacemos muy poco por ayudar. La falta de conciencia ambiental es la gran falencia de las empresas y de la sociedad en general. En general lo que se dice no esta acorde a lo que se piensa.

QUE LOS FRUSTR: La falta de conciencia de todos los Bogotanos por mejorar la calidad de vida de todos. La preocupación por la contaminación ya que trae riesgos para la salud de las personas y la salud del planeta.

QUE LOS MOTIVA: Mejorar la salud de todos, generar empleo a personas vulnerables, ahorro de dinero, preservar los recursos naturales y vivir mejor.

3.2 Modelo de negocio CANVAS aplicado a la idea de negocio



4. PASO. RECONOCER LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DEL MARKETING

4.1 Consolidar el análisis situacional (análisis del macro entorno, análisis del micro entorno y el análisis interno)

Análisis Externo

Macro Ambiente

Dentro del análisis externo se encuentra al macro entorno, el cual tiene la finalidad de interpretar y analizar la evolución del desarrollo económico de Bogotá y cómo puede o afecta al presente proyecto. En este análisis se pueden obtener las Oportunidades y las Amenazas que influyen en la puesta en marcha del proyecto seleccionado en la ciudad de Bogotá. Factores que influyen son:

POLÍTICO - LEGALES

Se incluyen las leyes, la normatividad y reglamentos establecidos en el Distrito Capital y en la Nación que regulan los proyectos ambientales de este tipo.

Al mismo tiempo estas reglas o normativas controlan la aplicación de ellas y la mitigación de impactos ambientales negativos que genera la operación del proyecto de servicios de recolección, transporte, acopio y transformación de residuos reciclables de papelería, plástico, cartón y desechos relacionados con artículos de oficina en la ciudad de Bogotá.

Para garantizar el normal desarrollo del proyecto debemos evaluar la viabilidad del cumplimiento de normas y leyes que afecten al proyecto para no incurrir en incumplimientos que generen afectación económica.

Análisis

Los factores políticos y legales los consideramos de oportunidad alta para el proyecto debido a que la legislación del Distrito y de la Nación va encaminada a la protección del medio ambiente y al apoyo a empresas que generan esta actividad (subsidios y beneficios tributarios).

ECONÓMICOS

Los factores económicos de nuestro proyecto van ligados al desarrollo económico de Bogotá. Los factores que afectan nuestro proyecto son la tasa de interés (se conoce como el costo del dinero, en este caso el dinero en bancos o dinero invertido) de los créditos solicitados a las entidades financieras, también afectan la inflación (es la variación porcentual de los precios de los productos y los diferentes servicios).

Análisis

Debido a que la inflación tiene una tendencia a la baja año tras año se puede deducir que los precios se mantienen óptimos para que los clientes puedan acceder a la compra, lo cual se comporta como una amenaza baja para el proyecto.

Por otro lado, para la tasa de interés se puede decir que es una oportunidad baja porque se debe cumplir con la obligación y cubrir el costo de intereses del dinero solicitado a crédito y asumiendo las tasas respectivas.

SOCIO – CULTURALES

Para nuestro proyecto se debe tener en cuenta factores como la demografía (consumo de los bienes y servicios que ofertan las diferentes empresas, si la demografía aumenta también se aumentará el consumo de bienes), la cultura de la población (referente al tema de tratamientos ambientales, reciclaje y conciencia ambiental), factores necesarios para el desarrollo del proyecto.

Análisis

En Bogotá la población va en aumento, por tal razón la oportunidad es media para el proyecto, debido a que al incrementarse la población puede haber mayor cantidad de empresas u oficinas, mayor cantidad de empleados; por lo tanto, mayor consumo de insumos de productos de oficina que beneficia al proyecto. Sin embargo, afectaría negativamente los indicadores ambientales al aumentar los residuos y productos reciclables.

En cuanto a la cultura de la población la evaluamos como una amenaza media debido a que si no existe una cultura ambiental adecuada esta puede afectar directamente el desarrollo del proyecto por falta y calidad de insumos.

TECNOLÓGICOS

Este factor es muy importante en las empresas debido a que es la base para el óptimo funcionamiento de la maquinaria que se requiere para los diferentes procesos de la empresa.

Para nuestro proyecto la tecnología va de la mano de la materia prima ya que permite industrializar los procesos para reciclar y transformar de manera adecuada los insumos en nuevos productos para comercializarlos a nuestros clientes.

Análisis

La tecnología es un factor de oportunidad alta para nuestro proyecto, ya que todos utilizamos equipos tecnológicos en nuestro diario vivir. Por tal razón existirá un alto nivel elementos e insumos necesarios para nuestro manejo de desechos y comercialización de estos.

Micro Ambiente

Aquí los factores que se analizan son externos y los que corresponden a nuestro proyecto son: clientes, competencia y proveedores.

CLIENTES

Los clientes son parte fundamental en una empresa porque de ellos depende la estabilidad económica, crecimiento de la empresa y el consumo del producto o servicio.

Análisis

En cuanto a los clientes se maneja una oportunidad media, ya que ellos son parte importante para el desarrollo del proyecto. Inicialmente porque ellos nos dan los insumos desechados para nuestra operación y posteriormente son ellos quienes compran los nuevos productos para que sean reutilizados. El perfil de nuestros clientes es acorde a nuestro propósito que es mantener y aplicar políticas ambientales y conservación del medio ambiente, permitiendo al mismo tiempo una labor social.

COMPETENCIA

La competencia se refiere a las empresas que trabajan en el mismo sector y con el mismo fin, lo que incentiva a que nuestra empresa establezca planificación y estructura de trabajo adecuado que logre captar el mayor número de clientes.

Análisis

En este caso la amenaza es baja debido a que en el momento hay pocas empresas que se desarrollan actividades similares a la nuestra. Por tal razón debemos aprovechar la baja competitividad en el mercado.

PROVEEDORES

Los proveedores son personas o empresas que abastecen a otras empresas con artículos o insumos necesarios para el manejo de la actividad productora.

Análisis

Para nuestro proyecto los proveedores actúan como factor de oportunidad media, debido a que en la ciudad de Bogotá hay una gran cantidad de proveedores como empresas, oficinas, colegios, universidades y demás entes que nos brindan elementos o artículos de oficina tales como (papel, cartón, tóner, plástico, elementos electrónicos, etc.).

Diagnóstico FODA

El análisis FODA por sus siglas que describe a las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa en un entorno interno y externo. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.

MATRIZ FODA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS
Falta de cultura de reciclaje.	Apoyo de las entidades gubernamentales a nivel departamental, nacional y a nivel mundial para la protección del medio ambiente. Cumplir	Cumplir con las políticas y regulaciones que impone el gobierno	Inflación con tendencia a la baja, lo cual permite estabilidad en los precios de los productos.
Falta de estrategias de mercadeo claras	Apoyo al proyecto por medio de financiación con tasas de interés bajas	Ayudar con la recolección de los desechos reciclables en las empresas	No existe una cultura ambiental
No contamos con la maquinaria necesaria para poder iniciar el proyecto	Crecimiento de la población aumento de oficinas, empresas, por tal razón mayor consumo de insumos de productos de oficina.	Ayudar a la ciudad contribuyendo con la transformación de desechos	Pocas empresas en el sector de nuestra línea de trabajo.
Falta de capacitación y especialización del personal	Todos utilizamos equipos tecnológicos en nuestro diario vivir, buen nivel de insumos y posterior venta.	Generación de empleo a mujeres cabezas de hogar y en estado de vulnerabilidad	Mercados internacionales altamente desarrollados en el tema
No hay claridad en la financiación del proyecto	Número importante de clientes para adquirir los productos	Proyecto innovador y rentable	Competencia en cuanto a la recolección de la

	a reutilizar.		basura
Incentivos a nivel gobierno para el proyecto	Número importante de empresas que brindan los insumos.	Desarrollo de tratamiento de basuras para transformar en artículos para oficinas	La creación de nuevas empresas que están creando ideas muy creativas en cuanto a la reutilización de desechos
Desconocimiento de los beneficios directos e indirectos de reciclaje	cumplir con las políticas y regulaciones que impone el gobierno	Preservación del medio ambiente	
	Ayudar con la recolección de los desechos reciclables en las empresas	Desarrolla productos a precios más competitivos en el mercado	
	Generación de empleo libre y seguro a las mujeres cabezas de hogar y mujeres en estado de vulnerabilidad		
	Posibilidades de crear nuevas alianzas		
	La utilización de nuevas tecnologías y redes sociales para darnos a conocer		
	Conocemos las necesidades del sector		

OBJETIVO DE LA EMPRESA.

Identificar clientes potenciales por medio de la gestión del marketing que muestre cual es la oferta de insumos disponibles para el reciclaje y cuál es la demanda de los productos hechos a partir de la transformación de estos residuos.

4.2 Descripción de las propuestas seleccionadas de Inbound marketing y Branding, incluir imágenes y especificar los propósitos de cada acción o estrategia.

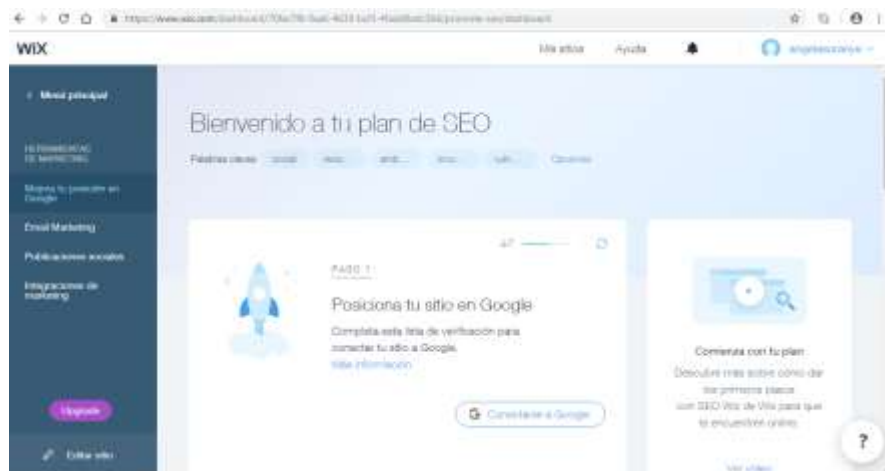
- Crear un canal de captación de tráfico y clientes propio:
- Atracción de tráfico: realizar un blog centralizando los contenidos y así lograr atraer visitas a la página.

INBOUND MARKETING

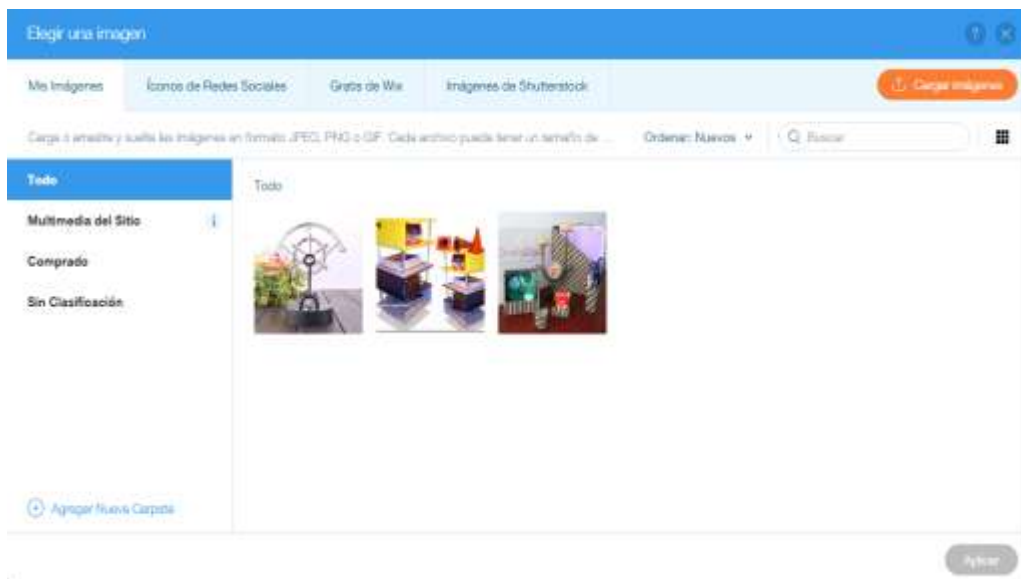
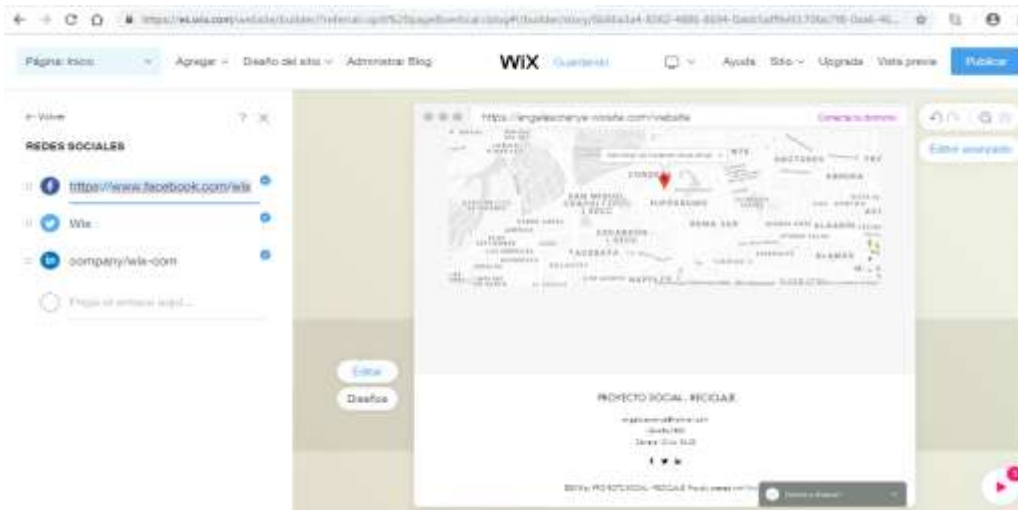




SEO: captación de tráfico, posicionando los artículos en los buscadores con palabras clave, que pueda estar buscando nuestros clientes.

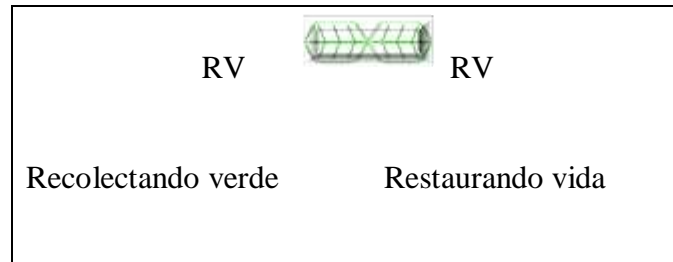


Social Media: permite conseguir que el contenido de la empresa se difunda al máximo posible en las redes sociales, buscando que tenga máxima virabilidad y esto se logra con elementos visuales



- Generación de leads: registro de un individuo que muestra interés en nuestros productos.
- Automatización del marketing: cuando tenemos los emails de las personas que mostraron el interés visitando el blog, se debe iniciar una construcción de una base de datos, con el objetivo de que empiecen a conocer nuestro proyecto.
- Análisis: realizar un análisis de resultados, ya teniendo los objetivos para conseguir ventas y para tener un buen análisis se debe medir las visitas, leads y clientes que nos genera.

PROPUESTA BRANDING



Reciclado, reutilizado y listo para disfrutar nuevamente.

La propuesta es evidenciar la conservación del medio ambiente a través de nuestra actividad y mejorando la calidad de vida de todos los seres vivos.

5. PASO.APROPIAR HERRAMIENTAS DEL MARKETING ESTRATÉGICO

5.1 En grupo se evaluarán y seleccionaran las mejores acciones presentadas de Marketing Verde, Marketing Cultural y Marketing Digital respecto a la idea de negocio que se viene trabajando.

MARKETING VERDE (GREEN MARKETING)

Nuestro proyecto está totalmente enfocado en darle un nuevo uso a aquellos residuos reciclables de oficina transformarlos y de nuevo ser comercializados

Acción:

Se promueve el proceso de negocio estimulando a las diferentes empresas en la práctica de la compra de productos transformados donde se verán impactadas de forma positiva como por ejemplo: bajo impacto ambiental, ecológico, reducción de residuos, rentabilidad y prácticas

percibidas como (verdes) amigables con el medio ambiente. Incentivamos la compra adoptando el comportamiento medioambiental generando acciones beneficiosas para nuestros consumidores, entre las que resaltamos el ahorro al momento de adquirir nuestros productos ya que tienen un precio justo.

Estimulamos la conciencia ecológica de nuestros consumidores cuando adquieren nuestros productos de oficina transformados.

Encaminamos campañas por medio de nuestros clientes y proveedores para que seamos reconocidos y recomendados como protectores del medio ambiente

Representación gráfica marketing Verde (green marketing)



green marketing
informa sobre temas ambientales
promueve la eco eficiencia
educa sobre buenas prácticas
cambia comportamientos

MARKETING CULTURAL

Acción:

Crear campaña de reciclaje dirigida inicialmente a colegios y universidades.

Dar inicio a la campaña en las personas jóvenes que son el futuro del país. Es en las aulas donde se puede iniciar e inculcar la cultura por el medio ambiente, además los estudiantes cuentan con iniciativa y pro actividad en los procesos de mejora de la calidad de vida de todos

Otra área que se incluye en la campaña son las oficinas administrativas de los recintos estudiantiles siendo estas áreas unas donde se generan más materiales reciclables en las instituciones.

El propósito de la campaña es establecer reducción, reutilización y reciclaje de los desechos sólidos como medidas para proteger el medio ambiente. El éxito de esta campaña depende de los estudiantes, de los empleados y de nosotros con el compromiso de lucha contra la contaminación ambiental donde debemos orientar y motivar a todas las partes a participar en las actividades, conocer las metas de la campaña, realizar procedimientos internos, conocer e identificar los materiales que pueden ser reciclados, como separarlos y conocer la localización de los contenedores de reciclaje.

Para lograr éxito del Programa de Reducción, Reutilización y Reciclaje en las oficinas, es necesario que todo el personal sea orientado y motivado a participar en estas actividades. Por lo que todos debemos conocer las metas del programa y la importancia de la protección y preservación del medio ambiente.

Así como, promover continuamente la reducción y reutilización de los materiales a través de procedimientos internos, conocer los materiales que pueden ser reciclados, como separarlos y la

localización de los contenedores de reciclaje.

Esta campaña sirve también para incentivar a los estudiantes a desarrollar programas de desarrollo e innovación en procesos o proyectos en el área de tecnología o ciencias para mejorar el tema de reciclaje o medio ambiente en la institución.

Nombre y logo de la campaña que se propone: (ReVerdeSe)



Representación gráfica Marketing cultural:





MARKETING DIGITAL

Es la forma de ofrecer productos o servicios a través de los medios digitales existentes con el fin de lograr procesos más ágiles y cómodos para los clientes por lo cual este tipo de marketing es muy utilizado en la actualidad por las grandes empresas, aplicado al proyecto de recolección de basuras es un medio muy importante para difundir la información a gran parte de la gente de la ciudad e inclusive nos ayudaría a darnos a conocer en otras ciudades, el marketing digital es una herramienta que está presente en todos los estratos y lo más importante llega a los jóvenes y adultos de todas las edades con mucha fuerza y por diferentes plataformas o medios tecnológicos.

Acción:

- Red de servicios digitales a través de una plataforma
- Mensajes de texto enviados a empresas y personas que se muestran interesadas en el

proyecto y sus beneficios

- Utilizar YouTube como plataforma para enviar publicidad corta pero con contenido impactante
- Facebook es un canal muy importante de comunicación que puede difundir nuestro mensaje y propósito de manera rápida y ágil.

Propósito de cada acción:

- Red de servicios digitales a través de una plataforma que muestren lo que somos y por qué nuestros productos pueden ser amigables para toda la comunidad, además es un medio de contacto y navegación para la gente que se interesa en conocer más a fondo el proyecto, lo que nos ahorraría tiempo
- Mensajes de texto enviados a empresas y personas que se muestran interesadas en el proyecto y sus beneficios, es la forma más rápida e inmediata, ya que todos usamos celular y en todos los celulares los mensajes llegan automáticamente.
- Utilizar youtube como plataforma para enviar publicidad corta pero con contenido impactante porque este es un medio muy utilizado por la gente joven principalmente, y la propaganda solo dura unos segundos lo que no saturaría la mente de las personas con información larga y extenuante.
- Facebook es un canal muy importante de comunicación que puede difundir nuestro mensaje y propósito de manera rápida y ágil, además de gratuitamente si hablamos de la forma más económica para el inicio del proyecto, Facebook tiene un punto importante y es que la gente tiende a compartir el contenido que encuentren interesante con sus conocidos y este se propagaría en cadena sin tanto esfuerzo a lo largo del tiempo.

Representación gráfica marketing digital



MATRIZ DE EVALUACION HERRAMIENTAS DE MARKETING ESTRATEGICO

EVALUACION PROPUESTA PASO 5 APROPIAR HERRAMIENTAS MARKETING ESTRATEGICO CLAUDIA MILENA ARANGO				
NOMBRE	MARKETING VERDE	MARKETING CULTURAL	MARKETING DIGITAL	PUNTAJE TOTAL
Claudia Milena Arango Ceballos	7	6	7	20
Paola Andrea Huertas Castiblanco	8	5	8	21
Andrea del Pilar Vega Barreto	4	8	6	18
Ángela Soranye Peña Rodríguez	8	6	7	21
María Eugenia Ramírez Quiceno	9	5	7	21
EVALUACION PROPUESTA PASO 5 APROPIAR HERRAMIENTAS MARKETING ESTRATEGICO PAOLA ANDREA HUERTAS				
NOMBRE	MARKETING VERDE	MARKETING CULTURAL	MARKETING DIGITAL	PUNTAJE TOTAL
Claudia Milena Arango Ceballos	7	5	6	18

Paola Andrea Huertas Castiblanco	5	5	7	17
Andrea del Pilar Vega Barreto	7	8	5	20
Ángela Soranye Peña Rodríguez	8	7	6	21
María Eugenia Ramírez Quiceno	9	6	6	21
EVALUACION PROPUESTA PASO 5 APROPIAR HERRAMIENTAS MARKETING ESTRATEGICO ANDREA DEL PILAR VEGA				
NOMBRE	MARKETING VERDE	MARKETING CULTURAL	MARKETING DIGITAL	PUNTAJE TOTAL
Claudia Milena Arango Ceballos	7	8	6	21
Paola Andrea Huertas Castiblanco	7	7	10	24
Andrea del Pilar Vega Barreto	6	10	7	23
Ángela Soranye Peña Rodríguez	8	6	7	21
María Eugenia Ramírez Quiceno	10	7	6	23
EVALUACION PROPUESTA PASO 5 APROPIAR HERRAMIENTAS MARKETING ESTRATEGICO ANGELA				

SORANYE PEÑA				
NOMBRE	MARKETING VERDE	MARKETING CULTURAL	MARKETING DIGITAL	PUNTAJE TOTAL
Claudia Milena Arango Ceballos	6	7	8	22
Paola Andrea Huertas Castiblanco	9	8	9	26
Andrea del Pilar Vega Barreto	8	9	5	22
Ángela Soranye Peña Rodríguez	3	5	4	12
María Eugenia Ramírez Quiceno	9	6	7	22

EVALUACION PROPUESTAS PASO 5 APROPIAR HERRAMIENTAS MARKETING ESTRATEGICO MARIA EUGENIA RAMIREZ				
NOMBRE	MARKETING VERDE	MARKETING CULTURAL	MARKETING DIGITAL	PUNTAJE TOTAL
Claudia Milena Arango Ceballos	7	7	8	22
Paola Andrea Huertas Castiblanco	9	7	9	25
Andrea del Pilar Vega Barreto	8	8	8	24
Ángela Soranye Peña Rodríguez	5	6	6	17
María Eugenia Ramírez Quiceno	10	8	8	26

En la tabla a continuación, veremos cada integrante que obtuvo el mayor puntaje en cada una de las herramientas de marketing estratégico, estas herramientas de marketing, fueron las planteadas en el desarrollo del punto # 1 de este trabajo.

MARKETING VERDE- María Eugenia Ramírez Quiceno
MARKETING CULTURAL- Andrea del Pilar Vega Barreto

5.2 link del voki con la descripción de la propuesta de valor.

VOKI:

Enlace propuesta de valor: <http://tinyurl.com/y9zkwta5>



DESCRIPCIÓN:

Pasos a desarrollar para crear una buena propuesta de valor, según plantilla anterior

RECICLANDO Y CREANDO

reciclando y creando es una empresa que quiere promover y estimular la protección del medio ambiente a través del reciclaje, convirtiendo los desechos en utensilios, muebles o artículos para oficina y a su vez apoyar a las madres cabeza de hogar, seleccionándolas como nuestro principal recurso humano.

El porqué de nuestra actividad económica, surge a partir de la idea de crear un emprendimiento social enfocado a la preservación del medio ambiente por medio del reciclaje para aportar a la solución del problema del mal manejo de basuras en la ciudad de Bogotá.

Nuestro mercado objetivo para el desarrollo de la propuesta valor a trabajar serán las librerías, papelerías y misceláneas de la ciudad. En general, personas interesadas en la ecología que busquen cooperar con el ahorro de materia prima, reducir los volúmenes de residuos sólidos y la contaminación del medio ambiente.

PROPUESTA VALOR

La propuesta valor a desarrollar por la empresa se define en una sola palabra, RECICLAJE, para así reutilizar y transformar las materias primas que ya han tenido un uso anterior.

Para una mejor explicación, definiremos nuestra propuesta valor en los siguientes ítems:

1. **Precio:** el valor de nuestros productos es mucho más bajo al ser confeccionado a partir de material reciclado.
2. **Novedad:** contamos con el personal adecuado para que el diseño de nuestros productos se adapten a las necesidades de nuestros clientes y a su vez tengan un sello personal lo según el gusto del consumidor.
3. **Calidad:** garantizar la calidad de todos nuestros productos con un adecuado control y seguimiento desde la producción inicial hasta el acabado final de cada artículo.
4. **Conveniencia:** Enfoque en “facilitar la vida” al cliente, optimizando su tiempo y esfuerzo permitiendo que hagan sus pedidos y el seguimiento de sus compras de manera virtual y complementando un excelente servicio con el transporte de sus compras
5. **Marca/estatus:** nuestro estatus esta principalmente definido por ser una marca la cual la gente reconoce como amigable con el medio ambiente lo cual ha sido tendencia en las últimas dos décadas.
6. **Desempeño:** Garantizar desempeño superior a los productos de los competidores teniendo pleno conocimiento de su forma de operar y sus posibles innovaciones y estrategias de mercadeo

7. **Reducción de riesgos:** Enfoque en minimizar el riesgo que el cliente incurre al comprar el producto o servicio ofreciendo medios de pagos seguros y garantías al producto.
8. **Reducción de coste:** el objetivo es ayudar al cliente a minimizar los costos ya que podemos adquirir sus artículos usados como parte de pago o abono.
9. **Diseño:** Enfatizar el diseño cómo elemento diferenciador de la oferta de la empresa ofreciendo servicios de asesoría personalizada.
10. **Customización:** Permitimos la adaptación de la oferta a las necesidades y gustos de cada cliente o grupo de clientes creando artículos novedosos, llamativos, prácticos y modernos que a su vez cumplan con los índices de calidad.

6. PASO. ANALIZAR LAS TÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN

6.1 Consolidación de las acciones de Neuromarketing con las imágenes y descripción de los propósitos de cada acción.

Paola Andrea Huertas:

ESTRATEGIA DE NEUROMARKETING PARA EL PROYECTO DE RECOLECCION DE BASURAS EN LA CIUDAD DE BOGOTA

Teniendo en cuenta que el 85% de las decisiones que tomamos los humanos en general vienen de nuestra parte subconsciente, y en muy pocas ocasiones de nuestra verdadera necesidad, tenemos que motivar a nuestro público objetivo los cuales son los ciudadanos de Bogotá para que se sientan impulsados en a dos cosas la primera es a que ayuden en la recolección adecuada

de las basuras y la segunda en la compra de los productos de oficina que vamos crear a partir del reciclaje, los pasos a seguir en nuestra propuesta de neuromarketing son:

-
tilizar personajes LEGO para hacer una similitud entre las fichas y lo que se puede construir con ellas en comparación con la basura y lo que podemos hacer con ella, la idea principal es mostrar nuestros servicios y productos de forma diferente a lo usual, entrar en el subconsciente de las personas de forma divertida brindándoles un momento de creatividad cuando vean nuestra campaña, en la campaña se muestra como simples fichas pueden convertirse en múltiples cosas lo mismo que se pretende hacer con la basura



Angela Soranye Peña:

La propuesta de estrategia de neuromarketing para el posicionamiento del proyecto

Intervención del macroentorno en la decisión de compra: esto porque debemos revisar las oportunidades y revisar lo que nos puede ocasionar amenazas, debemos revisar los siguientes factores:

Condiciones económicas

Factores demográficos

Factores políticos y legales

En nuestro proyecto que inicio este año y se encuentra localizado en la ciudad de Bogotá, es un proyecto social que su objeto social es la transformación de la basura para realizar artículos para las oficinas y adicional a este objetivo está la ayuda a mujeres madres cabezas de familia y mujeres en estado de vulnerabilidad.

Los factores económicos de la empresa están relacionados con el comportamiento del consumidor que en nuestro proyecto aplica, ya que podemos cubrir en gran parte sus necesidades, ofreciéndoles productos a bajo costo, de calidad y contribuyendo a que logren contribuir al desarrollo económico sostenible apoyando a los factores sociales, ambientales y económicos. Adicionalmente nuestros productos son innovadores y funcionales, los empaques son también realizados con material reciclable y tiene una imagen atractiva que permite que podamos ser recordados por nuestros clientes.

La importancia y satisfacción de un consumidor es muy importante al igual que nuestros productos, es nuestro compromiso, función y valores, para que nuestros consumidores adquieran un hábito de compra y logremos fidelizarlos. El reto que tenemos ahora para lograr esta satisfacción es innovar nuestros productos implementando nuevos medios tecnológicos logrando una percepción de nuestros clientes y logrando generar la voz a voz que nos ayudará a conseguir nuevos clientes.

Al aplicar la neurolingüística en nuestra empresa podemos decir que los consumidores a través de las neuronas hacen que se repita la actividad de lo que los demás hacen es por esto que es importante que implementemos nuevos elementos que hagan diferenciador nuestros productos:

- Debemos diseñar una imagen que sea atractiva y que logremos seducir a nuestros clientes
- Diseñar productos con calidad que sea recursivo
- Diseñar una estrategia de mercadeo que afiance nuestro objetivo de venta
- Realizar una publicidad que atraiga a nuestro público.
- Los objetivos del Neuromarketing:
 - Identificar el impacto emotivo que genera su producto, servicio, marca, canal, etc.
 - Comprender el comportamiento del consumidor en el momento de la compra.
 - identificar y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.
- En el caso de nuestro proyecto Reverdese los objetivos serían:

El impacto a diferencia de empresas que desarrollan productos de oficina con materiales no diferenciadores al ser comparado con el nuestro, es que generamos productos transformados con material reciclable para uso en las oficinas, incentivando a las empresas a generar acciones de ayuda con el medio ambiente y el ahorro.

Podemos realizar una prueba con un grupo de consumidores mostrando este nuevo elemento que es una grapadora sin grapas vs una grapadora convencional, a simple vista el diseño de la grapadora sin grapas activará el cerebro por ver un elemento innovador que no ocasiona ningún tipo de riesgo y disminuye el consumo de ganchos, haciendo un ahorro significativo para las compañías, el color va a tono con lo que queremos mostrar con nuestro proyecto que es cómo con productos reciclados podemos ayudar a mejorar el medio ambiente.



GRAPADORA SIN GRAPAS

Todo entra por los ojos, así como la anterior prueba, el hecho de tener a la venta un elemento que ayuda a contribuir con el medio ambiente, es algo innovador, cumple con los ítems de imaginar, crear, innovar, todo entra por los ojos, es un elemento sencillo.

La publicidad que podemos realizar en nuestro proyecto puede ser está y podemos transformar esta información como una pieza que podemos usar en nuestro blog, para llevarlo a las redes sociales y así ganar un mayor número de consumidores



Andrea del Pilar Vega B.:

Realizar una campaña educativa para el próximo día mundial del reciclaje que se celebrara el 17 de mayo, el objetivo de esta campaña es concientizar al personal de las empresas, colegios,

universidades, oficinas y en general a los ciudadanos de Bogotá del beneficio de reciclaje y mitigar los impactos ambientales que ocasionan la disposición final de todos los residuos producidos por los Bogotanos.

Se propone hacer una campaña de marketing sensorial para lograr impactar a las personas sobre la importancia del reciclaje. Esta campaña se basa en **MARKETING OLFATIVO**, esta es una herramienta de marketing de gran potencial que busca la estimulación del sentido del olfato, el uso de aromas es un factor esencial para lograr identificar productos, empresas o marcas. Se puede llevar a cabo esta campaña en las calles; fuera de las oficinas o planteles educativos donde la gente pueda percibir la contaminación ambiental que encontramos a nuestro alrededor y del olor tan agradable que las libretas desprenden siendo elaboradas con insumos reciclados de los desechos que todos generamos. Concientizar a las personas de lo importante que es reciclar y de las cosas útiles que se pueden crear y reutilizar ayudando a nuestro planeta.

Libretas personalizadas con logos y aromas que nos hablen de la naturaleza, en esta labor también participan mujeres cabeza de hogar que al mismo tiempo ayudan en la tarea de reciclaje. Estas libretas se elaboran utilizando papel reciclado, que comprende el reciclaje de desechos de papel o de cartón para hacer a mano nuevas hojas de papel con nuevas características, texturas, colores y olores.

Se propone realizar una producción de 1000 libretas para regalar a personal de oficinas, colegios, universidades y gente del común que puedan promulgar la campaña y se sumen a nuestra empresa como proveedores y clientes de nuestros productos, la idea fundamental es que conozcan nuestra empresa, nuestro propósito con el medio ambiente y social.





María Eugenia Ramírez:

PROPUESTA NEUROMARKETING (RECICLAJE Y TRANSFORMACION ELEMENTOS DE OFICINA).

Teniendo en cuenta que el **NEUROMARKETING** estudia el tipo de sensaciones que agradan al cerebro a la hora de comprar.

Vamos a enfocarlo en nuestra idea de negocio basándonos en tips muy importantes que utilizan nuestros consumidores a la hora de escoger y que al final deciden adquirir.

Los ojos enfocarlos en lo que queremos que vean nuestros consumidores.



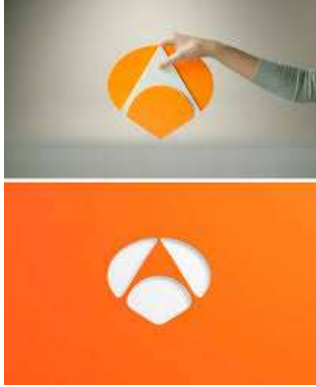
Ayúdenos a cuidar el medio ambiente nuestra ciudad y nuestro planeta apoye nuestra causa transformamos y reutilizamos lleve este producto a muy bajo precio.

Entre más sencillo más le gusta al cerebro.



Comparamos sus residuos los transformamos para que vuelvan a ser utilizados con los precios más bajos del mercado.

Completando la imagen



Solo falta usted únase a la nueva forma de transformar los residuos en material óptimo para uso de oficina a un muy bajo costo.

Formas curvas en los productos.



Los empaques de nuestros productos están hechos de forma ecológica especialmente para usted.

Al cerebro le encanta tocar para creer que existe.



Obsequiamos muestras de los productos que transformamos, dele un vistazo a los diferentes productos que comercializamos, este es para usted recuerde TOCAR NO ES COMPRAR.

El cerebro no memoriza igual con algo digital



Ofrecemos catálogos manuales con el fin que nuestros consumidores memoricen cada uno de los productos transformados que tenemos a su disposición para suplir las necesidades de cada empresa.

Al cerebro le encanta lo nuevo lo diferente empaques innovadores.



Ofrecemos a nuestros consumidores variedad de empaques para los diferentes productos de oficina que son reutilizados después de transformarlos, impactando de forma positiva no solo al medio ambiente sino también a lo que nuestros clientes quieren tener.

El buen humor mueve positivamente el sistema límbico.



Entregamos puerta a puerta de forma ágil y oportuna sus pedidos. Somos número uno en entrega contrareloj con personal altamente calificado.

PROPOSITO DE LA PROPUESTA.

Por medio de neuromarketing buscamos posicionar nuestra idea de negocio enfocándola totalmente al mercado objetivo con el fin de que esta sea reconocida y posicionada como la mejor opción en EL MERCADO por calidad y precio para nuestros consumidores.

Claudia Milena Arango:

PROPUESTA:

Una vez leídas algunas de las estrategias Jurgen Klaric, noto que el Neuromarketing va directamente relacionado con la neurolingüística, es decir, Parte de la lingüística que estudia la relación entre el lenguaje y el cerebro. Por ello, propongo que se realicen capacitaciones de estrategias de venta, neuromarketing y neurolingüística a todo personal de la empresa que tenga relación directa con el cliente como primera instancia, para así poner la práctica todo tipo de estrategias que permitan el incremento de ventas en la compañía.

6.2 Listar los socios clave o aliados estratégicos finales necesarios para el modelo de negocio de emprendimiento social con nombre propio como organismos gubernamentales (la idea es retomar los que se definieron en el CANVAS y adicionar los que el grupo crea pertinentes.

Nuestros Socios Claves:

- Mujeres cabeza de hogar y en estado de vulnerabilidad.
- Recicladores independientes.
- Universidades (públicas y privadas): U. Nacional, U. Pedagógica, U. Javeriana, U. de los Andes.
- Colegios del Distrito.

- Empresas (públicas y privadas): Alcaldía de Bogotá, Gobernación de Cundinamarca, El Espectador, El Tiempo, Certificadoras de Calidad (Bureau Veritas, Cotecna).
- Entidades financieras: (Banco de la Republica, Banco de Bogotá).
- Entidades promotoras de Salud: (Sanitas, Coomeva, Compensar).
- Centros comerciales: (Unicentro, Santafé).

6.3 Presentar la propuesta de negociación final que define el grupo colaborativo teniendo en cuenta las fases de un proceso de negociación, esta negociación se debe enfocar a lograr el apoyo e involucramiento de los socios clave previamente definidos.

El proceso de negociación es una parte esencial de nuestro diario vivir todo el tiempo estamos negociando.

Es un esfuerzo orientado a generar beneficios y tratar de llegar a un acuerdo donde se requiere de ambas partes las cuales deben hacer concesiones que les permita obtener de forma conjunta acuerdos positivos facilitando el proceso llegando a un buen cierre.

Consta de cinco fases:

- preparación y planeación.
- definición de reglas generales.
- aclaración y justificación.
- toma de acuerdos y solución de problemas.
- cierre e implementación.

La propuesta de negociación consiste en involucrar a nuestros socios claves.

- Mujeres cabeza de hogar y en estado de vulnerabilidad.
- Recicladores independientes.
- Universidades (públicas y privadas): U. Nacional, U. Pedagógica, U. Javeriana, U. de los Andes.
- Colegios del Distrito.
- Empresas (públicas y privadas): Alcaldía de Bogotá, Gobernación de Cundinamarca, El Espectador, El Tiempo, Certificadoras de Calidad (Bureau Veritas, Cotecna).
- Entidades financieras: (Banco de la Republica, Banco de Bogotá).
- Entidades promotoras de Salud: (Sanitas, Coomeva, Compensar).
- Centros comerciales: (Unicentro, Santafé).

Aplicaremos como propuesta negociación **INTEGRATIVA** la cual se basa en **GANA-GANA**. Este tipo de negociación nos permite generar confianza con nuestros socios clave, manteniendo una buena relación y fluidez en la comunicación lo que genera que ambas partes logremos nuestro objetivo.

Siendo muy positivo ya que a futuro el equilibrio de las dos partes negociadoras es muy poco probable que se genere un conflicto que quebrante la negociación.

Preparación y planeación.

Proponemos a nuestros socios clave ser parte de nuestra idea de negocio donde ellos nos proveen de sus residuos de oficina los cuales transformaremos en nuevos productos, y estos serán de nuevo comercializados a nuestros socios con los precios más bajos del mercado siendo un beneficio GANA-GANA.

Este es nuestro plan de negociación que tenemos para ofrecer en la reunión que realizaremos con nuestros socios.

Definición de reglas generales.

Las reglas que ponemos sobre la mesa establecen lo siguiente:

La compra de productos transformados deben hacerla solo a nuestra empresa

Nosotros a su vez les mantendremos los precios más bajos del mercado.

La recolección de residuos para transformación estará a nuestro cargo, no podrán entregarla a otras empresas de reciclaje.

Estas serán pactadas bajo cláusula.

Aclaración y justificación.

Es importante aclarar que nuestros socios clave se verán beneficiados ya que los incluiremos en el programa de gobierno el cual los exime de algunas obligaciones tributarias.

Cada definición de las reglas generales quedase estipulada en la cláusula de contratación de beneficios y obligaciones que se acordaran en la negociación

Toma de acuerdos y solución de problemas.

Nuestros socios insisten que ellos pueden realizar negociación con otras empresas de reciclaje.

Nosotros les aclaramos que para acceder a los beneficios económicos deben respetar el acuerdo.

De lo contrario no habrá negociación.

Si revisan bien nuestra propuesta encontraran que obtienen beneficios importantes que impactan de forma positiva sus economías.

Cierre e implementación.

Al realizar la negociación con nuestros socios encontramos que obtenemos beneficios mutuos los cuales nos permitirán fortalecernos. Implementaremos procedimientos de vigilancia a los acuerdos pactados en la negociación.

Facilitaremos la ejecución de los procedimientos basados en el respeto la honestidad y los términos pactados, se pone en marcha sin ninguna objeción de las partes involucradas.

De esta forma se da el cierre al proceso de negociación la cual fue todo un éxito.

7. PASO. EVALUACIÓN FINAL-CONSOLIDAR EL MODELO DE NEGOCIO EN EL LIENZO CANVAS

PROBLEMÁTICA SOCIAL

El mal manejo de las basuras en la ciudad de Bogotá causa la contaminación ambiental y problemas de salud a sus habitantes.

La población que se ve afectada son los 8.081 millones de habitantes de Bogotá.

OBJETIVOS

- Mejorar los servicios de recolección, transporte, acopio y transformación de residuos reciclables de papelería, plástico, cartón y desechos relacionados con artículos de oficina en la ciudad de Bogotá, para posterior venta como insumo nuevo en las mismas empresas y demás empresas del sector.
- Fomentar las oportunidades de empleo a las mujeres cabeza de hogar y en estado de vulnerabilidad.

JUSTIFICACIÓN

- En la actualidad, el reciclaje juega un papel muy importante en la conservación y protección del planeta. Así como el reciclaje en nuestros hogares cada día toma más importancia y es desde aquí que debemos trabajar en la concientización del manejo del reciclaje, para después de este aprendizaje poder llevar esta costumbre al lugar donde trabajamos.
- Todas las personas en el sitio de trabajo deben tener claro la relevancia del reciclaje como práctica empresarial, de esta forma se puede sacar provecho a los residuos y disminuir la necesidad de extraer más recursos del planeta.
- El reciclaje debe convertirse en un hábito, una cultura organizacional, donde todas las áreas de ésta, lleven a la práctica este proceso.
- Si una empresa recicla, se puede luchar por una mayor eficiencia energética y por dar una doble vida a aquellos productos que ya han tenido un primer uso.
- Lo que se busca es garantizar que los recursos reciclados de las oficinas se utilicen en todo su potencial, además se crean oportunidades de trabajo para mujeres cabezas de hogar y mujeres en estado de vulnerabilidad.

7.1 link video

<https://youtu.be/HgmuxvNhkDk>

7.2 link pitch

https://youtu.be/8GjdV-34t_s

Asociaciones Clave

Socios clave

- ✓ Mujeres cabeza de hogar y en estado de vulnerabilidad.
- ✓ Recicladores independientes
- ✓ .

Proveedores clave

- ✓ Universidades (públicas y privadas): U. Nacional, U. Pedagógica, U. Javeriana, U. de los Andes, Uniagraria, Jorge Tadeo Lozano, Udca, Colegio Mayor de Cundinamarca.
- ✓ Colegios del Distrito.
- ✓ Empresas (públicas y privadas): Alcaldía de Bogotá, Gobernación de Cundinamarca, Espectador, El Tiempo.
- ✓ EPS Sanitas, Compensar nueva EPS.
- ✓ Entidades financieras: Banco de la Republica, Banco de Bogotá, Davivienda, Grupo Aval, Scotia Bank, Bancamía,
- ✓ Certificadoras de Calidad (Bureau Veritas, Cotecna).
- ✓ Entes gubernamentales: Ministerio del Medio Ambiente, Ministerio de Comercio



Actividades Clave

Recolección de residuos reciclables, transformación y venta y nuevo uso de estos materiales por parte de las empresas proveedoras.



Servicios de recolección, transporte, acopio y transformación de residuos reciclables de papelería, plástico, cartón y desechos relacionados con artículos de oficina.

Recursos Clave

Materia prima (residuos reciclables).

Planta procesadora

Personal dedicado al reciclaje.

Mujeres cabeza de hogar y en estado vulnerable.

Bodega para clasificación del material.

Maquinaria y equipo para



Propuesta de Valor



Buscamos generar un impacto positivo medioambiental y ecológico realizando recolección de residuos reciclable transformándolo en nuevos materiales para oficina y venderlos de nuevo a las empresas que nos suplen de material reciclable de esta forma estamos resolviendo un problema que aqueja a nuestra comunidad como lo es la contaminación por el mal uso de residuos y mal manejo de basuras.

Brindar oportunidad a las mujeres cabeza de hogar y en vulnerabilidad la posibilidad de mejorar su calidad de vida y la de su familia. Ofrecer un empleo y mejorar las condiciones actuales a recicladores que se unan a nuestra idea de emprendimiento

Relación con el Cliente

Nuestra relación con el cliente es de tipo personal. Por medio de la comunicación permitiendo fidelidad por parte de los clientes al cubrir las necesidades de los trabajadores y reducir el precio por la contaminación del ambiente, en todos.

Brindaremos un servicio al mercado y por el volumen de trabajo prestara as

Canales

Canal Directo al Consumidor
intermediarios
mayoría de las referencias de clientes, es
Por medio de www.facebook.com
Twitter: @F
Página web
Correo: recicladores.com
www.facebook.com

se puede actualizar

CONCLUSIONES

- El aporte que se le hace a la sociedad en la creación de empresas de enfoque social, en la actualidad constituye un punto de crecimiento y oportunidades para diferentes sectores productivos.
- el sistema recolector de basuras en la ciudad es un tema que genera una gran problemática, si se trata de una manera más consiente y dándole una nueva oportunidad a los materiales que se reciclan, se pueden dar nuevos negocios autosostenibles e innovadores.
- Un proyecto de negocio implica diferentes pasos que nos permiten ver los que es viable en el proyecto y que no lo es, de ese modo podemos cuantificar los esfuerzos y recursos necesarios para llevar acabo el desarrollo del mismo.
- Una idea de negocio clara y bien sustentada es la forma de atraer socios estratégicos, los cuales ayudaran a que podamos darle vida y forma a nuestras ideas
- El lienzo CANVAS evalúa nueve aspectos importantes que siempre se deben de tener en cuenta para poder tener claridad de lo que se busca, lo que se necesita y lo que podemos ofrecer.
- Bogotá al igual que cualquier ciudad tiene carencias en diferentes aspectos, de estos aspectos es que nacen los emprendedores que transforman mentes y negocios, y nuestro país al igual que países extranjeros apoyan las ideas nuevas que aporten trabajo a la sociedad.
- El modelo de negocio que creamos, busca transformar una problemática en una solución, y sabemos que existen debilidades que podemos fortalecer como lo han hecho grandes empresas, nuestro proyecto pretende reflejar un punto de vista desde la perspectiva de las integrantes como parte de una sociedad y que se ven afectadas directamente con esta problemática

BIBLIOGRAFIA

Ideas en la basura. (06 de 10 de 2006). Recuperado el 01 de 09 de 2018, de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/256580>

La basura es un problema pero tiene solución. (27 de 03 de 2015). Recuperado el 30 de 08 de 2018, de NORTE 50 AÑOS: <http://www.diarionorte.com/articulo/120923/la-basura-es-un-problema-pero-tiene-solucion>

Colombia genera 12 millones de toneladas de basura y solo recicla el 17%. (31 de 08 de 2017). Recuperado el 03 de 09 de 2018, de REVISTA DINERO: <https://www.dinero.com/edicion-impresia/pais/articulo/cuanta-basura-genera-colombia-y-cuanta-recicla/249270>

alcaldía de Bogotá por crisis de las basuras. (04 de 02 de 2018). Recuperado el 03 de 09 de 2018, de EL ESPECTADOR: <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/procuraduria-pide-cuentas-la-alcaldia-de-bogota-por-crisis-de-las-basuras-articulo-737179>

Basuras y vandalismo. (08 de 02 de 2018). Recuperado el 03 de 09 de 2018, de Editorial EL TIEMPO.

Continúa crisis en recolección de basura en Bogotá: Personería. (24 de 05 de 2018). Recuperado el 29 de 08 de 2018, de HSBnoticias: <http://hsbnoticias.com/noticias/bogota/continua-crisis-en-recoleccion-de-basura-en-bogota-personeri-422776>

Crisis de basuras en Bogotá: aún hay 3.766 toneladas de residuos en las calles. (06 de 02 de 2018). Recuperado el 04 de 09 de 2018, de EL ESPECTADOR: <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/crisis-de-basuras-en-bogota-aun-hay-3766-toneladas-de-residuos-en-las-calles-articulo-737477>

PRINCIPALES CIUDADES (HABITANTES). (2018). Recuperado el 30 de 08 de 2018, de CAMACOES: <http://www.camaco.es.co/Documentos/CamacoFichaPais2018.pdf>

Bogotá, A. m. (14 de 02 de 2018). *Estos son los nuevos operadores de recolección de residuos en Bogotá.* Obtenido de <http://www.bogota.gov.co/temas-de-ciudad/habitat/operadores-de-recoleccion-de-basura-en-bogota>

elespectador. (03 de 02 de 2018). *Recolección de basuras en Bogotá, a media marcha*.
Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/recoleccion-de-basuras-en-bogota-media-marcha-articulo-737089>

pineda, j. (s.f). *El Problema Ambiental de la Basura*. Recuperado el 09 de 09 de 2018, de
encolombia: <https://encolombia.com/medio-ambiente/interes-a/problema-ambiental-basura/>

rubio, a., & trujillo, g. (03 de 01 de 2018). *Conoce 3 consecuencias de la contaminación por
basura*. Recuperado el 02 de 09 de 2018, de PANORAMA:
<http://www.panorama.com.ve/pitoquito/Conoce-3-consecuencias-de-la-contaminacion-por-basura-20180102-0024.html>

Semana. (06 de 02 de 2018). *¿Qué hay detrás de la crisis de las basuras en Bogotá?*
Obtenido de <https://www.semana.com/nacion/articulo/crisis-de-las-basuras-en-bogota-durante-alcaldia-penalosa/556182>

Colombia genera 12 millones de toneladas de basura y solo recicla el 17%. (31 de 08 de
2017). Recuperado el 03 de 09 de 2018, de REVISTA DINERO:
<https://www.dinero.com/edicion-impres/pais/articulo/cuanta-basura-genera-colombia-y-cuanta-recicla/249270>

COMFAMA, A. d. (2012). *revisión conceptual sobre emprendimiento social*. Obtenido de
en empresas sociales (pp.3-29):
https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi__n_conceptual_sobre_el_empre

GIRALDO, R. A. (12 de junio de 2018). *Colombiano*. Obtenido de Empresas sociales de
talla mundial: <http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/empresas-sociales-de-talla-mundial-YL8841537>

Manzano, J. (14 de julio de 2016). *ALMANATURA, ECONOMÍA, EMPRENDER,
INNOVACIÓN, RSE*. Obtenido de 25 empresas sociales demuestran que otra economía ya es
posible en España: <http://almanatura.com/2016/07/empresas-sociales-demuestran-otra-economia-posible/>

UNAD, u. n. (21 de 02 de 2014). *UNAD presenta una reflexión sobre los emprendedores
sociales en Colombia*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=GvwTHBvTaZI>

Alvarado L. (2013). Neuromarketing, ciencia al servicio del conocimiento. Recuperado de http://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana_20Alvarado.pdf

Gálvez, T. (2014). Los diez mejores secretos del Neuromarketing México (video). Recuperado de Muñiz, R. (2011). Marketing en el siglo XXI. Marketing directo. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/capitulo-9-marketing-directo.html>

Carrión, J. (2007). Técnicas de Negociación. Recuperado de <http://www.dbbe.fcen.uba.ar/contenido/objetos/Carrin2007.pdf>

¿Qué es el marketing verde? (12 de 03 de 2014). Recuperado el 03 de 11 de 2018, de youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=nWpeZZ2eB14>

alternegocio. (20 de 07 de 2011). *Marketing Cultural ?* Recuperado el 02 de 11 de 2018, de youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=wpFZ5gXQ7zs>

Digital, S. (05 de 2018). *¿Por qué el Marketing Digital es tan importante hoy?* Recuperado el 05 de 11 de 2018, de Agencia de Marketing Digital - SM Digital: <https://www.smdigital.com.co/curso-de-marketing-digital/importancia-del-marketing-digital-hoy-leccion-2/>

Larios, B. R. (26 de 04 de 2013). *Proyecto de reciclado de basura*. Recuperado el 05 de 11 de 2018, de slideshare: <https://es.slideshare.net/bereniceroleslarios/proyecto-de-reciclado-de-basura>

Lazovska, D. (sf). *ejemplo de green marketing LG*. Recuperado el 03 de 11 de 2018, de ExpokNews: <https://www.expoknews.com/ejemplo-de-green-marketing-lg/>

LEON, A. C. (24 de 01 de 2012). *EL MARKETING VERDE*. Recuperado el 06 de 11 de 2018, de EOI: <http://www.eoi.es/blogs/awildacarolinaberiguete/2012/01/24/el-marketing-verde/>

Llano, J. C. (30 de 05 de 2017). *Qué es el Marketing Digital, su importancia y principales estrategias*. Recuperado el 04 de 11 de 2018, de juancmejillano: <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/que-es-el-marketing-digital-su-importancia-y-principales-estrategias/>

Montells, L. (SF). *Diseñando la propuesta de valor*. Recuperado el 06 de 11 de 2018, de metricool: <https://metricool.com/es/propuesta-de-valor/>

Obeso, P. (2013). *que es marketing verde y porque puede salvar al mundo*. Recuperado el 03 de 11 de 2018, de Rock Content: <https://marketingdecontenidos.com/marketing-verde/>

Prim, A. (sf). *5 Ejemplos y 3 Claves para Diseñar la Propuesta de Valor de tu empresa*. Recuperado el 03 de 11 de 2018, de iinnokabi: <https://innokabi.com/lienzo-de-propuesta-de-valor-early-adopters-innokabi/>

Ruiz, R. Á. (04 de 06 de 2018). *¿Cómo crear una propuesta de valor?* Recuperado el 04 de 11 de 2018, de TASTY: <https://www.abtasty.com/es/blog/como-crear-una-propuesta-de-valor/>

Suárez, C. J. (20 de 01 de 2018). *Hablando del nuevo marketing: el marketing cultural*. Recuperado el 30 de 10 de 2018, de JSS: <http://www.carlosjonayss.com/2018/01/31/hablando-del-nuevo-marketing-marketing-cultural/>

yInicianet, M. A. (21 de 05 de 2013). *Propuestas de valor: ejemplos útiles y cómo crearlas*. Recuperado el 05 de 11 de 2018, de inicianet: <http://www.inicianet.com/blog/propuestas-de-valor/>