



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

**EVALUACIÓN FINAL: PASO 7 – CONSOLIDAR EL MODELO DE NEGOCIO EN  
EL LIENZO DE CANVAS**

**PRESENTADO POR:**

**OSCAR MAURICIO CUESTAS MORA COD: 1117497049**

**LIZETH ROJAS COD: 1095925201**

**WILLIAM ROJO JARAMILLO COD: 98702423**

**JUAN DAVID PERDOMO COD: 1077868039**

**DANIEL STEVENS GIRALDO GRISALES COD: 1128624712**

**CURSO: 110011A\_474**

**GRUPO: 110011\_15**

**TUTOR**

**PABLO ANDRES MENDOZA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA “UNAD  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y  
DE NEGOCIOS “ECACEN”**

**DICIEMBRE 12 DE 2018**



## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	3
OBJETIVOS .....	5
OBJETIVO GENERAL.....	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	5
PROBLEMÁTICA SOCIAL.....	6
MANEJO Y APROVECHAMIENTO DE RESIDUOS SÓLIDOS ORGÁNICOS Y RECICLABLES	6
CARACTERIZACIÓN DE LA REGIÓN.....	6
DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN.....	7
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	9
SOLUCIÓN .....	10
Objetivos.....	10
JUSTIFICACIÓN .....	11
Identificación de causas de la problemática.....	12
En los hogares.....	12
En empresas – fabricas – comercio.....	12
Alternativas de solución preliminares.....	14
TIPO DE INNOVACIÓN A APLICAR EN EL PROYECTO .....	19
INNOVACION ORGANIZATIVA: .....	19
Matriz D.A.F.O.....	21
PROPUESTA DE INBOUND MARKETING.....	22
Metodología del proyecto.....	23
Marketing Cultural.....	26



Marketing Digital .....	28
<b>ACTIVIDADES DE NEUROMARKETING PARA MORELIA ECOLÓGICA.....</b>	<b>30</b>
Contar historias breves y sencillas de sus habitantes: .....	30
¿De qué lado estás tú? .....	32
Eco Canje: .....	34
Humor Reciclado:.....	36
Completa la imagen:.....	38
<b>MODELO CANVAS "FUNDACIÓN MORELIA ECOLÓGICA".....</b>	<b>40</b>
PITCH de la fundación Morelia Ecológica .....	45
Cuadro compartiendo LINK de los videos.....	46
<b>CONCLUSIÓN .....</b>	<b>47</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>48</b>

## INTRODUCCIÓN



En este trabajo se evidenciará el manejo y aprovechamiento de los residuos sólidos orgánicos y reciclables en el municipio de Morelia - Caquetá, realizando una caracterización de la región, presentando unos datos estadísticos que permiten evidenciar el impacto a la comunidad e identificando las posibles causas de la problemática y brindando las posibles alternativas de solución al problema.



## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

- Proporcionar un eficiente manejo y aprovechamiento de los residuos sólidos orgánicos y reciclables en el municipio de Morelia – Caquetá, desde su generación hasta su disposición final, para disminuir el impacto ambiental.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Generar lineamientos sobre el proceso de manejo y aprovechamiento de residuos sólidos orgánicos y reciclables.
- Generar conciencia en la comunidad de Morelia sobre el manejo de los residuos sólidos.



## PROBLEMÁTICA SOCIAL

### MANEJO Y APROVECHAMIENTO DE RESIDUOS SÓLIDOS ORGÁNICOS Y RECICLABLES

#### CARACTERIZACIÓN DE LA REGIÓN

**Región:** Caquetá

**Municipio:** Morelia

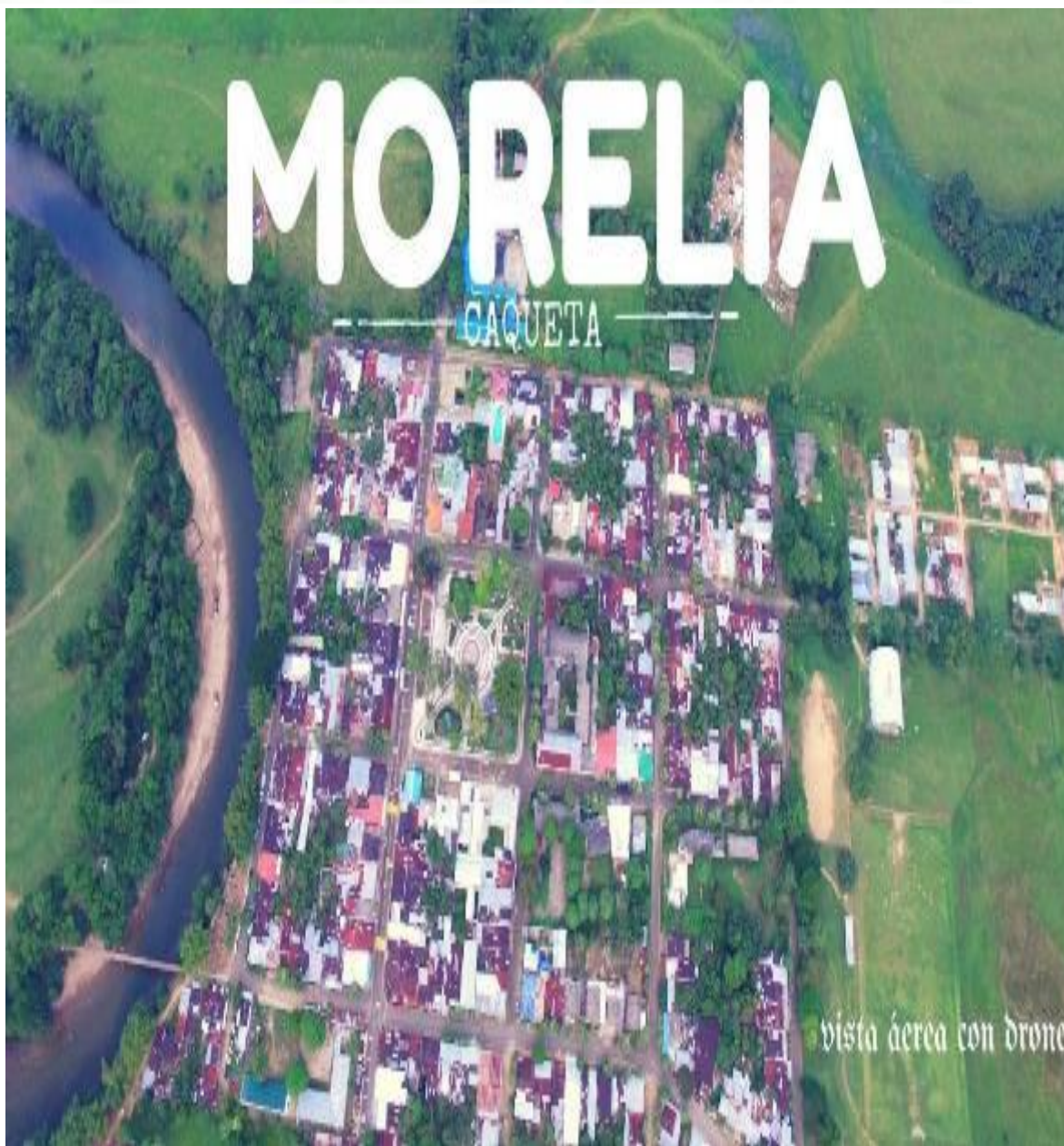
**Zona:** Urbana

**Habitantes:** 1894

**Área:** 464.7 km<sup>2</sup>



Mapa político de Morelia. Fuente: Google Maps.



Vista aérea de Morelia. Fuente: Afiasesores, 2017.

## **DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN**

Morelia es un municipio que queda a 23 km de Florencia, capital del Caquetá, con una población de 1894 habitantes. El pueblo se fundó a orillas del río Bodoquero y en el siglo XX



se evidenció la necesidad de fundar este municipio, pues en el recorrido entre Florencia y Belén de los Andaquíes el río está a mitad de camino. Luego, se fundó el pueblo en la finca Morelia, propiedad de Salomón Monje en 1921 pero como corregimiento del municipio de Belén. Finalmente, bajo la ordenanza 03 del 12 de noviembre de 1985 se crean ocho municipios en el departamento del Caquetá, entre ellos Morelia (Benavides, 2013). La población de Morelia se caracteriza por ser una de las más golpeadas por el conflicto armado, pues en los años 90 estaba bajo control de las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC) y en el 2003 las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) tomaron represalias contra la población civil. Al día de hoy se está implementando el Programa de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET), a través del cual se están implementando las reformas rurales estipuladas en los acuerdos de paz con las FARC y que cobija a 170 municipios, entre ellos a Morelia, cuya economía comenzaba a depender del cultivo de coca (EFE, 2017). De acuerdo con Bassotti (2012) Gran parte del daño medioambiental que se causa en el Caquetá “se debe al desconocimiento general sobre los recursos de la biodiversidad, las formas de aprovechamiento sostenible de la misma y los servicios ambientales que presta.” (p.45).

En este orden de ideas se puede describir a la población de Morelia como una población cuya economía depende de la agricultura y del turismo, que ha sido fuertemente golpeada por el conflicto armado y cuya principal hipótesis es que puede estar contaminando el medio ambiente por desconocimiento.





## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El manejo de los residuos sólidos constituye un gran problema en el municipio de Morelia - Caquetá, ya que vienen siendo los residuos de todo aquello que el ser humano produce, esta gran problemática viene generando Contaminación y daño al medio ambiente, problemas de salud, conflictos sociales etc.

Lo anterior se presenta debido a la poca conciencia ambiental de la población, la baja capacidad de inversión del municipio, el crecimiento de una cultura orientada al consumo, una falta de educación formal sobre el tema y un marco normativo ineficiente.

Teniendo en cuenta los puntos principales de dicha problemática se podría abordar con la prevención y promoción mediante información y campañas educativas a la población. También se puede abordar desde lo que son los hábitos de consumo y producción desmedida de residuos sólidos por parte de la población.



## SOLUCIÓN

Crear la fundación “**Morelia Ecológica**”.

**Razón social:** Entidad sin ánimo de lucro de carácter asociativo, pluralista, social y solidario, creada para trabajar articuladamente con diferentes instituciones privadas y públicas, en busca de mecanismos y políticas ambientales para darle un uso y manejo adecuado a los recursos sólidos y orgánicos generados en la población de Morelia-Caquetá.

**Misión:** Realizar labores de carácter social, individuales, grupales e institucionales encaminadas a la conservación de los recursos naturales por medio de la implementación de estrategias pedagógicas, administrativas y jurídicas, en busca de darle un manejo adecuado a los residuos sólidos y orgánicos, y por último aprovechar, por medio del reciclaje, los residuos generados por todos los habitantes del municipio de Morelia-Caquetá.

**Visión:** La fundación proyecta para el año 2020, posicionar al municipio de Morelia-Caquetá, como ejemplo de conciencia ecológica a nivel departamental y nacional.

### **Objetivos**

#### **Carácter Social**

Por medio del trabajo colaborativo, generar en los pobladores la cultura ambiental del cuidado y la reutilización de los recursos naturales.



### **Carácter Economía Solidaria:**

Generar empleo formal para habitantes del municipio y lograr la autosuficiencia de la fundación.

En general la creación de esta fundación de carácter social y solidario, pretendo lograr un bienestar **social**, ayudar al **crecimiento económico** por medio de la generación de empleo y finalmente hacer un aporte significativo a la **protección del medio ambiente**.

### **JUSTIFICACIÓN**

La fundación “**Morelia ecológica**”, en su condición de organización sin ánimo de lucro, favorece sustancialmente el trabajo colaborativo y asociativo, como pilar para darle solución a la problemática planteada “**manejo y aprovechamiento de residuos sólidos orgánicos y reciclables**”, en el municipio de Morelia-Caquetá , tomando como base, el concepto de que para darle solución a esta problemática toca realizar diferentes actividades de índole pedagógicas, preventivas, laborales, institucionales, de las cuales la fundación puede ungir como responsable directa o como intermediaria entre las diferentes organizaciones de índole públicas y privadas que tengan como función, meta y/o objetivo institucional el cuidado del medio ambiente, por medio de múltiples labores y proyectos empresariales, que abarcan diversas áreas sociales y económicas, como son la generación de empleo, ecoturismo, acompañamiento de grupos sociales de índole ecológico, entre muchas otras líneas de acción, que pueden ser direccionadas y/o articuladas por medio de esta fundación.



## **Identificación de causas de la problemática**

Son múltiples las causas por las cuales los habitantes, instituciones y comunidad en general del municipio de Morelia-Caquetá, no realizan un adecuado **manejo y aprovechamiento de residuos sólidos orgánicos y reciclables**, pero las principales causas que encontramos de acuerdo con los lugares donde se originan la mayor cantidad de residuos son:

### **En los hogares**

- falta de valores de preservación del medio ambiente.
- falta de conciencia sobre la gravedad del problema.
- la pereza para separar los residuos.
- falta de conocimiento sobre temas ambientales.
- falta de incentivos económicos para las familias que realicen reciclaje en sus hogares.
- la idea errónea de algunas familias, en cuanto a pensar que los problemas ambientales del municipio, son responsabilidad únicamente de las entidades municipales destinadas para tal fin.

### **En empresas – fabricas – comercio.**

- la utilización de materias primas y secundarias no amigables con el medio ambiente.
- falta de incentivos económicos para las empresas, fábricas y los diferentes establecimientos de comercio, que realicen reciclaje en pro de la reutilización de los residuos generados.



- la no incorporación dentro de las políticas empresariales, del cuidado del medio ambiente por medio del fomento de la cultura del reciclaje y la gestión integral de los residuos sólidos.
- falta de creación o divulgación de políticas públicas que regulen la recolección, transporte, almacenamiento, disposición final y aprovechamiento de estos residuos sólidos.
- falta de acciones correctivas sociales y/o económicas, por parte de los entes de control ambiental, en cuanto a ejercer el debido control y función sancionatoria si da a lugar, a las empresas, fábricas y establecimientos de comercio, que no realicen prácticas amigables con el medio ambiente, tipificadas en las diferentes normas y leyes de carácter municipal, departamental y nacional que regulan las diferentes actividades empresariales, en cuanto a la utilización y cuidado de los recursos naturales.
- falta de regulación por parte de la administración municipal en cuanto a los horarios de recolección de los residuos.
- falta de conciencia ciudadana.

En general las causas para no realizar un manejo adecuado de los residuos, inician desde el comportamiento y la voluntad individual de cada uno de los habitantes del municipio, como consecuencia de la falta de educación, conciencia y responsabilidad ambiental, las cuales trascienden de lo individual a las familias, a la comunidad y por último a la alcaldía municipal, la cual en cabeza del alcalde de la localidad, no está manteniendo y mejorando la infraestructura que tiene relación directa con los problemática ambiental del municipio, como es el caso de los sistemas de drenajes , alcantarillado y relleno sanitario, lo que se convierte en una causa



probable para coadyuvar al aumento de la problemática ambiental, vivida actualmente en el municipio de Morelia-Caquetá.

finalmente, dichas causas obedecen a patrones de consumismo asociados a la falta de cultura ciudadana, reflejada entre muchos otros aspectos, en la no valoración de los recursos naturales, lo que conlleva a la falta de preocupación individual y colectiva por reducir, reusar y reciclar, con el objetivo de conservar nuestros recursos naturales y de esta forma mantener y mejorar las condiciones de vida de todos los habitantes del municipio y con ello aportar a darle solución a las problemáticas ambientales de índole municipal, regional, departamental, nacional y mundial.

#### **Alternativas de solución preliminares.**

La inteligencia ecológica es aquella que les da a los seres humanos una mirada de corresponsabilidad con su entorno ambiental para liderar acciones de preservación del planeta Tierra y sus recursos naturales renovables.

En este orden de ideas se busca darle soluciones para la gestión de la mejora del aprovechamiento y buen manejo de los desechos que salen de los hogares, o empresas del municipio de Morelia- Caquetá, logrando con esto el aprovechamiento y valorización de los residuos, mejor conocido como reciclaje o basura cero, o clasificación en la fuente, entre otras denominaciones que explican el manejo adecuado de las basuras.

La puesta en marcha de esta estrategia, del manejo adecuado de las basuras, cuenta con la ciudadanía del municipio de Morelia- Caquetá, quien participa de estas acciones con el fin de



fortalecer el desarrollo humano y optimizar las circunstancias de la comunidad. Con el fin de construir una vida más sana, con mayores beneficios y calidad; lo que le permite acceder al conocimiento; además de obtener los medios para proveerse una existencia digna.

Para lograr una buena ejecución del manejo de residuos sólidos es necesario la implementación de un sistema óptimo de reciclaje, que permita darle solución a esta problemática presentada en el municipio de Morelia- Caquetá.

Los componentes de un sistema óptimo de reciclaje son:

- Puntos ecológicos para la separación de residuos potencialmente aprovechables.
- Recolección y transporte interno, almacenamiento central o temporal y aprovechamiento.
- Disposición final.

Un programa de reciclaje óptimo comprende los siguientes elementos:

Adecuar el espacio destinado para realizar la separación en la fuente. De los residuos sólidos para posibilitar el reciclaje.

Este lugar se denomina: Puntos ecológicos y son de tres categorías: materiales reciclables (plásticos, vidrios y metales); materiales reciclables (papeles y cartones) y materiales no reciclables.

Clasificación y manejo de residuos sólidos de acuerdo con los estándares de calidad:

- Residuos reciclables:

Papel y cartón

Papel blanco



Periódico

Revistas

Botellas de gaseosa y agua

Envases de productos de limpieza

Empaques de paquetes de colaciones

Bolsas de empaques

Latas de gaseosa y cerveza

Enlatados sin residuos

➤ No reciclables:

Papel carbón, mantequilla, Higiénico, de cocina, celofán, encerado, parafinado, satinado, y aluminio.

Películas metálicas, plásticas

Baterías

Aerosoles

Bombillos

Lámparas de neón

Pantallas de televisión

Recipientes refractarios





Vidrios de seguridad

Recipientes con productos tóxicos

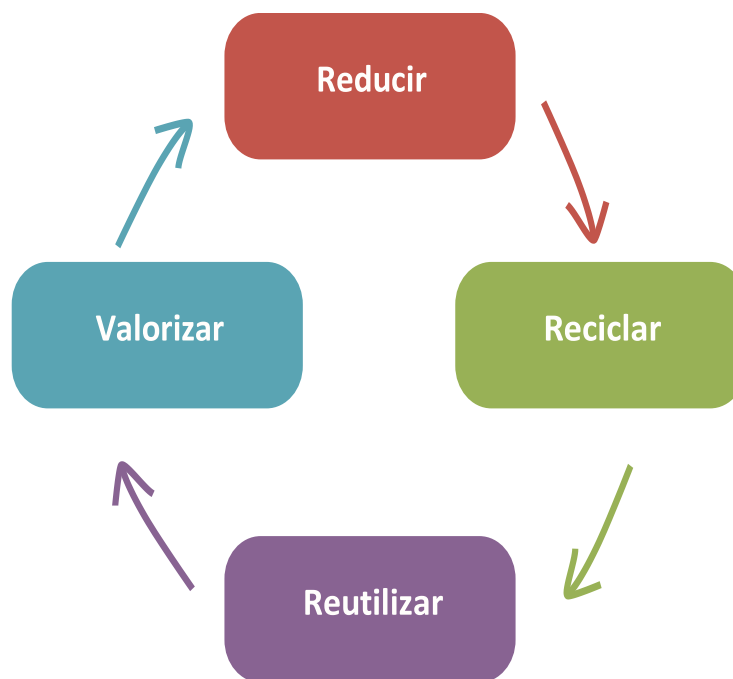
Clasificación y destinación de las basuras sólidas. En basura orgánica e inorgánica. La basura orgánica (residuos de alimentos) es potencial para convertirse en alimento vegetal y animal, compostaje, abono.

Y la basura inorgánica (plástico, papel, cartón, plástico) es depositada en una fábrica recicladora. De acuerdo con los estándares de calidad las basuras se recolectan en canecas marcadas verde para material orgánico o putrescible (frutas, vegetales, carnes); color amarillo: basura inorgánica o reciclable, aprovechable como materia prima en la industria (metales, vidrio, caucho, plásticos, catón, papel, trapos, compuestos de fique); color rojo para materiales peligrosos de hospitales, laboratorios, fábricas de químicos, pilas, baterías, drogas para incinerar.

1. Manejo de los residuos tóxicos de acuerdo con la normatividad vigente.
2. Manejo de los medicamentos vencidos. En varias ciudades de Colombia están habilitados puntos de recepción de estos residuos en droguerías o almacenes de grandes superficies.
3. Manejo de residuos de aparatos electrónicos y eléctricos a través de campañas de post-consumo. En diferentes municipios de Colombia se realizan campañas de reciclaje de aparatos eléctricos y electrónicos a través de las cadenas de supermercados o almacenes de grandes superficies.
4. Manejo de residuos de riesgo biológico como los desechos de veterinarias, peluquerías, odontologías y estéticas entre otros. Los cuales se depositan en bolsa roja para que el operador de aseo realice un adecuado manejo de ellos.
5. Establecer rutas diferenciadas internas y externas para el manejo de los residuos.



6. Adecuar cuarto de almacenamiento de residuos con las especificaciones vigentes.



Principio rector para el aprovechamiento de residuos. Fuente: Secretaría Distrital de Ambiente, 2015.



## **TIPO DE INNOVACIÓN A APLICAR EN EL PROYECTO**

### **INNOVACION ORGANIZATIVA:**

La fundación “Morelia ecológica” tiene un sistema organizacional definido, esta fundación en primera instancia reconoce que su labor principal es contribuir con el bienestar de la sociedad beneficiando factores y personas que lo requieran.

En este caso la fundación Morelia ecológica contribuirá con una obra social y con un proyecto empresarial, que afecta directamente al medio ambiente y a la comunidad del municipio de Morelia- Caquetá, con la mejora y solución de la problemática presentada en el entorno de reconocimiento, que se focaliza en el mal manejo de los desechos.

Esta fundación llamada Morelia ecológica, que consiste en informar a las personas, familias o empresas que asisten a estos lugares recreacionales en donde su principal fuente de atracción son los balnearios(ríos), en donde mediante charlas o actividades recreativas damos a conocer la importancia del buen manejo de los desechos, la importancia de reciclar, de clasificar la basura según su composición y no desechar a estos afluentes todos los desechos que nos dejan estas actividades turísticas, ya que todos estos desechos llegan a alcantarillas ocasionando colapsos en época de altas lluvias, o llegan a los grandes ríos ocasionando deterioro de estos afluentes, también concientizarnos que el presente es el futuro de nuestros hijos, que no cuidamos los recursos hídricos no tomamos conciencia de la importancia de reciclar y cuidar el medio ambiente el día de mañana nuestros sucesores no tendrá una calidad de vida digna.



La temática de estos convenios que realizara la fundación con los propietarios de estos centros recreativos, es un descuento mínimo por entrada a las personas que asisten a estos lugares, siempre y cuando estas personas tomen la charla de concientización que se les dará, y que al final del día o al terminar su actividad recreativa, entreguen a la fundación en la entrada del centro recreativo. bolsas separadas y clasificados los desechos que obtuvieron como basura del paseo pero que son reutilizables.

La fundación se beneficiará de este reciclaje con la venta de estos a fabricas recicladores, en donde con este dinero lograran un beneficio para la manutención de la fundación y sacar también de estos dineros un beneficio para los trabajadores.

La fundación para lograr obtener estos convenios con estos centros recreativos y lograr el apoyo de estos, se asistió a la secretaria de medio ambiente en donde se expuso la problemática y se dio a conocer la propuesta planteada y ejecutada.



**Matriz D.A.F.O**

<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de conciencia ecológica en la población</li> <li>➤ Falta de apoyo de entidades publicas</li> <li>➤ Falta de apoyo de entidades privadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ayudar satisfacer una necesidad esencial, que es la salud de los pobladores, afectados por enfermedades respiratorias en la mayoría de los casos producto de la contaminación ambiental.</li> <li>➤ Ayuda a una problemática mundial como lo es el calentamiento global.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de recursos económicos propios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo social</li> <li>➤ Beneficio a toda la población</li> <li>➤ Generación de empleo</li> <li>➤ Garantizar los recursos naturales a futuro</li> </ul>



## **PROPUESTA DE INBOUND MARKETING**

Diseño de un logo el cual se toma como base para crear el Blog, con el objetivo de resaltar la estrecha relación que existe entre el manejo adecuado de los residuos sólidos y orgánicos generados por los pobladores del municipio de Morelia Caquetá y la conservación de los recursos naturales del municipio, por lo cual diseño el siguiente logo para la fundación donde se hace un contraste entre la belleza de las aguas, paisajes y la actividad del reciclaje como base para mantener y conservar estas riquezas naturales.

Además, se pretende divulgar la información más relevante e importante sobre la fundación, en este caso he diseñado un blog sencillo en una plataforma que me permite hacerlo por un mes de gratis, pues para tenerlo indefinidamente y con herramientas más avanzadas se requiere pagar por el dominio en la red.

A continuación, se comparte el link del blog y el logo:

**<https://fundacionmoreliaecologica.jimdofree.com/>**





Diseño de volantes informativos y orientativos los cuales serán repartidos por nuestros funcionarios en casas, instituciones, lugares turísticos, recreativos y de igual forma en las actividades que realizaremos para atacar dicha problemática expuesta, que es mal uso y el no aprovechamiento de los residuos sólidos, orgánicos e inorgánicos.



### Metodología del proyecto

- 1) La fundación por medio de todos sus miembros y colaboradores da a conocer el proyecto a través de los diferentes canales de comunicación (marketing personal, marketing por la web)
- 2) La fundación busca financiamiento del proyecto por medio de apoyos en dinero y especie de personas naturales y jurídicas, principalmente para la logística del proyecto.
- 3) La fundación realiza todo el proceso organizativo y administrativo del proyecto.
- 4) La fundación asesora puerta a puerta a cada una de las familias sobre el proceso adecuado



para la selección y clasificación de los residuos sólidos y orgánicos generados en el interior de los hogares así:



5) La fundación Morelia ecológica hace entrega puerta a puerta en cada uno de los hogares de bolsas de colores para reciclar, con el fin de que las familias regresen estas bolsas con reciclaje en unos días específico (preferiblemente cada ocho días)





¿Sabe qué color de bolsa de usar para **reciclar**  
**en su hogar?** Aquí le contamos

6) Personal de la fundación recoge las bolsas con el reciclaje en las puertas de cada hogar moreliano.



7) Finalmente, se completa el ciclo de vida de reciclaje de cada producto, con lo que se pretende generar hábitos en las familias, al mismo tiempo que se logra unos beneficios ambientales para toda la comunidad y beneficios económicos para las personas de este municipio que participes en la labor del reciclaje.



### **Marketing Cultural**

Teniendo en cuenta las diferentes actividades culturales que se realizan en el municipio de Morelia Caquetá, lugar seleccionado anteriormente para realizar nuestra idea de negocios denominada Morelia ecológica, donde encontramos principalmente festividades relacionadas con aspectos religiosos como la semana santa, fiestas patrias, festividades de fin de año, jornadas culturales y recreativas, día de la familias y sueños del río Bodoquero.

Además, identificando que en la parte cultural es poca la infraestructura con la cual cuenta el municipio, donde se resalta la casa de la cultura, la biblioteca, algunos salones para la práctica de danzas y quizás el lugar cultural más llamativo es un teatro amplio.



Con base en lo anterior y teniendo como principio generar ideas que puedan ser pertinentes y realizables para la idea de negocio que se viene trabajando, propongo como **acción de marketing cultural**, la realización de una **Obra de Teatro**, la cual resaltara la importancia de que la población de Moreliana tome conciencia sobre la importancia, lo fácil y necesario que es colaborar en el cuidado del medio ambiente.



Para esta obra de teatro llamada **“Sueños Verdes”**, se pretende contar con el apoyo de los diferentes instituciones educativas y el acompañamiento de entidades con finalidad cultura como lo es COMFACA, para este municipio.

Esta obra de teatro cumpliría con el objetivo de dar a conocer y mejorar la imagen corporativa de la fundación Morelia Ecológica, al mismo tiempo que serviría de puente, para que la alcaldía del municipio, empiece a incorporarse y apoyar financieramente a las diferentes actividades ecológicas de la fundación.



De tal forma que, para la vigencia del próximo año, la fundación sea incorporada al plan de desarrollo municipal, apelando a uno de los principios rectores de este plan como lo es “La Sostenibilidad Ambiental” donde se puede incorporar a la fundación como entidad sin ánimo de lucro, que puede hacer aportes significativos al desarrollo económico del municipio en armonía con el medio ambiente.

### **Marketing Digital**

Actualmente, el marketing digital toma fuerza, a nivel mundial, y para el caso en particular del mercado objetivo, que para esta idea de negocio son los habitantes del municipio de Morelia Caquetá, inicialmente, no es indiferente a la era de la tecnológica, principalmente porque a pesar de que este municipio es el más pequeños del departamento de Caquetá, dentro de los hábitos de la población se incorpora el uso de telefonía, las redes social y las herramientas de la web, como base para realizar diferentes actividades cotidianas de carácter social, cultural y económicas.

Por lo anterior propongo como acción de **marketing digital**, la creación de una **Página Web Dinámica** para la fundación, con el objetivo de presentar la información de cada una de las actividades y proyectos, por medio de texto, imágenes, sonidos, videos y animaciones.

Con esta página web, se podrá establecer una relación de fidelización más cercana con los clientes, por medio de la app de la web, donde las personas desde sus celulares, podrán ser partícipes directos de las actividades de la fundación, pues es de recodar que son múltiples las herramientas con las cuales cuenta una web, y en este caso en particular toma importancia la interacción por medio de la web con los habitantes de este municipio, lo cual facilitara la difusión de la información y fomentara la participación de todos, pues es de resaltar que esta idea de



negocio es de carácter social por lo cual toda la población puede hacer parte de todas las actividades de la misma.

Además, en esta página web, por medio de la herramienta **Hootsuite y Friedly**, se pueden cargar el blog y el logo que diseñe anteriormente para la fundación.

<https://fundacionmoreliaecologica.jimdofree.com/>



Por último, por medio de esta página web, se le pueden realizar diferentes estrategias y campañas publicitarias a través de algunas de sus herramientas como lo son: buscadores, publicidad display, email marketing y redes sociales.

Finalmente, la página web, además de ser una excelente estrategia del marketing digital, de acuerdo a la normatividad colombiana para las entidades sin ánimo de lucro, es un requisito de ley, para lograr la acreditación como entidad del régimen especial y así poder acceder a beneficios de tipo tributario.



## ACTIVIDADES DE NEUROMARKETING PARA MORELIA ECOLÓGICA

En el grupo de trabajo se desarrollaron cinco ideas acerca de las actividades de neuromarketing que se pueden implementar en la Fundación Morelia Ecológica, las cuales consisten en:

### **Contar historias breves y sencillas de sus habitantes:**

Esta propuesta de neuromarketing es desarrollada con el objetivo de conectar al donante de la fundación con los objetivos ecológicos que se presentan en la misma. En este orden de ideas se propone realizar acciones de marketing mediante los siguientes frentes:

1. Contar historias breves y sencillas: Sin duda alguna la comunidad de Morelia tiene muchas historias por contar, por lo que se propone contarlas con el fin de crear lazos de empatía entre el donante y/o prospecto con los habitantes de Morelia, para así crear una conexión con Morelia. Todo esto aplicando el concepto de la sencillez y dejando las historias como un abre bocas de lo que pueden encontrar en Morelia.



**“Lo que más me gusta de Morelia es su gente”**

**Don José Meza, pensionado de Morelia**

*“Yo soy de Bogotá y me acuerdo que en un viaje a Florencia me quedé varado a 5 minutos de Morelia, la gente del pueblo me colaboró empujando el carro hasta el montallantas y desde eso vi que Morelia tenía algo distinto”*

**Visita Morelia Ecológica**



El proceso de esta propuesta tendrá las siguientes fases de implementación:

1. Fase de entrevistas: Entrevistar habitantes del pueblo para que cuenten su la historia más interesante que tengan sobre algo que les pasó en el pueblo, además de tomar una foto tipo retrato de ellos, en la que se busca que refleje humanidad y en la que el donante sienta que íntima con esta persona.
2. Fase de selección: De todas las entrevistas realizadas se seleccionan las que sean más adecuadas para la campaña, en las que se procede a su edición con el fin de contar una breve historia.
3. Fase de creación: bajo esta fase se procede a crear el material en forma de volantes e imágenes que le permita a la gente conocer más sobre estas iniciativas, tal que se animen a conocer más sobre el pueblo y sobre la fundación.
4. Fase de publicación: se publica el material publicitario de manera física y virtual.



¿De qué lado estás tú?

**¿De qué lado estas tú?**



**¡MORELIANOS**  
El cuidado de nuestros recursos es  
un compromiso de todos...!







Para este caso en particular como propuesta de Neuromarketing, para nuestra propuesta de negocio “Fundación Morelia Ecológica”, planteo la realización de una **Campaña Publicitaria**, llamada “**De qué lado estas tú**”, donde se tendrá como base uno de los principios o pilares fundamentales del Neuromarketing, el cual nos dice que una imagen puede enviar mensajes subliminales al cerebro de las personas, los cuales los lleven inconscientemente a tratar de completar el mensaje o la idea de la imagen y para este caso con estas imágenes pretendo impactar al subconsciente de los ambientes del municipio de Morelia, haciendo un paralelo entre tener un municipio limpio o tenerlo sucio como perspectiva para tener un planeta sucio o limpio.

Además, esta imagen resalta el peligro de la extinción de nuestros recursos vitales, lo cual resulta un atractivo para los seres humanos, porque de acuerdo a una de las posturas del Neuromarketing, la cual me dice que el “**Amor por el peligro**”, está presente en nuestras mentes, por lo cual esta imagen resultara muy interesante e impactante para los habitantes del municipio de Morelia Caquetá.

Finalmente, esta campaña publicitaria con enfoque de Neuromarketing, se realizará por los distintos canales de comunicación de la fundación Morelia Ecológica, como lo es su página web dinámica, potenciando todas las redes sociales posibles y divulgando esta información en vallas publicitarias en las vías y establecimiento comerciales del municipio, entre otros...

Lo anterior, con el objetivo de generar conciencia en los habitantes por medio de imágenes y mensajes que lleguen al subconsciente de la mente humana y que puedan ayudar a fomentar la cultura ecológica desde el neuromarketing.



### **Eco Canje:**

Como propuesta de neuromarketing la cual consiste en la aplicación de las técnicas de la neurociencia al marketing. Su objetivo es conocer y comprender los niveles de atención que muestran las personas a diferentes estímulos. De esta manera se trata de explicar el comportamiento de las personas desde la base de su actividad neuronal.

En este caso lograremos llamar la atención de los habitantes del municipio de Morelia-Caquetá, mediante el sentido de la vista y el oído.



Realizaremos una actividad llamada **ECOCANJE**, en donde mediante vallas publicitarias y perifoneo, llamaremos la atención de los habitantes del municipio y los incentivaremos a reciclar, en conjunto con la alcaldía municipal y la secretaria de medio ambiente, buscaremos la donación de árboles para realizar esta actividad.

La actividad consiste en el canje de reciclaje por una mata, las personas que lleven su reciclaje recolectado de la manera adecuada a nuestro punto de recaudo tendrán como beneficio una mata que llevara a su casa.



Como beneficio de esta actividad para nuestra fundación será la ganancia monetaria obtenida por la venta del reciclaje obtenido.

**EN EL MES DE NOVIEMBRE  
APOYAMOS EL MEDIO AMBIENTE**

**MORELIA  
RECICLA**

Trae tus reciclables y llévate una Planta



PLÁSTICO/PAPEL/CARTÓN  
METAL / VIDRIO  
RESIDUOS ELECTRÓNICOS  
ACEITE VEGETAL

**ECO CANJE**

**LUGAR DE RECAUDO:  
FUNDACION MORELIA ECOLOGICA  
DIRECCIÓN:  
CRA 11 # 20 - 32 B RUBI  
TEL: 4356769**



### **Humor Reciclado:**

A nuestro cerebro le encantan las emociones y el buen humor; ésta es la propuesta que doy a conocer para llevar a cabo en su totalidad y poder llegar a todos y cada uno de los habitantes de la comunidad Moreliana, debido a que cuando el cerebro se relaja, se disminuyen las preocupaciones y el stress permitiendo la oxigenación del mismo, es éste momento en el que nuestro cerebro está abierto a recibir cualquier tipo de consejo, estimulación, información, recomendación, entre muchas otras cosas, cumpliendo con llegar hasta lo más profundo de nuestro cerebro hasta que asimile ésta observación.

En éste momento de relajación y de buen humor es cuando es más fácil que compremos un producto, servicio o en éste caso, concientizar a toda la comunidad en el aprovechamiento de residuos sólidos y el aporte a la preservación del medio ambiente dando credibilidad y confianza a nuestra fundación **MORELIA ECOLÓGICA**.



La actividad que se llevará a cabo tendrá el nombre de **HumorReciclado**, Aprovechando la visita de muchas personas al municipio de Morelia, Municipio turístico gracias a su espectáculo rico



en flora y fauna, fuentes hídricas y calidad de personas, realizaremos comunicación verbal, visual (mediante pantallas evitando así el uso de papel puesto que nuestro fuerte es el aprovechamiento digital en los residuos sólidos) y auditivo, invitando a las personas que conviven en éste municipio y a los turistas que a diario llegan para que sean partícipes a un evento; que se realizará con ayuda de la alcaldía del municipio y patrocinadores, con el fin de crear conciencia a toda la sociedad en el uso y aprovechamiento de residuos sólidos, después de una jornada de buen humor, buena música y excelentes proyectos que tenemos para ellos.



(Prim, 2015)



**Completa la imagen:**

Nuestro cerebro tiene la capacidad de imaginar lo que no ve o lo que espera que pase y además lo imagina en el mejor escenario posible.



Permite imaginar que como consumidor se responsabilice de deshacerse del mismo en un lugar adecuado.





Permite imaginar que desde pequeños nuestros padres nos deben de inculcar a reciclar y decirnos la importancia que es tirar la basura en su lugar.

**Persona que recicla, persona que quiere al mundo.**



Permite imaginar que reciclar es más que una acción, es el valor de la responsabilidad por preservar los recursos naturales.

# PROPUESTA DE VALOR



# SEGMENTOS DE MERCADO



<p><b>La Fundación "Morelia Ecológica"</b>, entidad sin ánimo de lucro, de carácter social, recibe aportes voluntarios de personas naturales y jurídicas, con estas donaciones, está en la disponibilidad de brindar a sus miembros y beneficiarios, proyectos de orientación, capacitación y trabajo colaborativo, remunerado para algunas personas y para otras como aporte a la fundación, con el objetivo de darle un adecuado manejo a los residuos sólidos y orgánicos generados por toda la población del municipio de Morelia-Caquetá, generando actividades de naturaleza solidaria, encaminadas a generar en los pobladores una cultura ecológica, tomando como base la actividad del reciclaje en esta comunidad.</p>	<p>El objetivo es beneficiar a cada uno de los habitantes de este municipio, de forma directa e indirecta, al mismo tiempo que se pretende ayudar a darle solución a una problemática mundial "Calentamiento Global", por medio de diferentes actividades encaminadas al cuidado y preservación del medio ambiente, generando en todos los habitantes una Cultura Ecológica.</p>
<p><b>¿Cuáles problemas de nuestros clientes estamos ayudando a resolver?</b></p>	<p><b>¿Para quién estamos creando valor?</b></p>
<p><b>1)</b> La falta de medidas activas para la conservación de los recursos naturales disponibles en el municipio</p>	<p>La población de niños y jóvenes en las edades de los dos (2) y los dieciocho (18) años de edad, habitantes de la zona rural y urbana del municipio de Morelia-Caquetá, de ambos géneros y de diferentes condiciones sociales, económicas, políticas y religiosas.</p>
<p><b>2)</b> La salud a causa de la contaminación del aire que respira en la población.</p>	
<p><b>3)</b> La mala imagen de los hogares, calles, colegios, comercio y en general de todos los espacios de esta localidad, como consecuencia de la mala disposición de residuos sólidos y orgánicos generados.</p>	
<p><b>4)</b> Los niveles de calidad de vida de los habitantes.</p>	<p>La población de adultos y ancianos entre las edades de mayores de dieciocho (18) años hasta los setenta y cinco años (75) aproximadamente, habitantes de la zona rural y urbana del municipio de Morelia-Caquetá, de ambos géneros y de diferentes condiciones sociales, económicas, políticas y religiosas.</p>
<p><b>5)</b> Falta de consciencia Ecológica.:</p>	
<p><b>¿Qué paquetes de productos y servicios se ofrecen a cada segmento de cliente?</b></p>	<p><b>¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</b></p>
<p><b>1) SEGMENTO DE NIÑOS Y JOVENES:</b> para este tipo de población, la fundación realizara campañas y capacitaciones, en sus hogares, escuelas y colegios, para resaltar la importancia de la cultura ecológica.</p>	<p>En general toda la población es importante, puesto que como la problemática que pretendemos solucionar, es de tipo social y afecta a todos; niños, jóvenes, adultos y ancianos de todas las condiciones socioeconómicas que habitan y visitan el municipio de Morelia-Caquetá</p>
<p><b>2) SEGMENTO DE ADULTOS Y ANCIANOS:</b> para este tipo de población, se ofrecerán proyectos de trabajo colaborativo con los cuales se mejorará la calidad del aire que se respira, al mismo tiempo que se generan ingresos económicos al municipio y se fortalece la imagen corporativa del municipio, al generar la cultura ecológica.</p>	



# RELACIONES CON LOS CLIENTES

Al igual que las personas, nuestra fundación **Morelia Ecológica** también ha creado relaciones que cuida y mantiene con el fin de ser exitosa con una misión que es: aportar a la preservación del medio ambiente. Nuestro principal cliente en la fundación es el líder encargado de que todo el funcionamiento se lleve acorde a las pautas que se han delimitado desde un comienzo, así que, si debemos reportar mejoras en nuestro servicio, cumplimiento de objetivos y tratar bien, es a él.

Para nosotros, la relación con nuestros clientes debemos mantenerla antes, durante y después de haber realizado la prestación de nuestros servicios; Con esto, nos aseguraremos de crear conciencia y confianza con nuestros patrocinadores y aliados principales.

Ahora bien, debemos tener presente en cada momento que más que un cliente es una persona a la que hemos decidido servir así que hay que quererla y valorarla siempre.

Es necesario tener en cuenta el dinero, tiempo y esfuerzo que se piensa destinar al tratar un cliente.



# CANALES



## A través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente?

En persona.

Por Teléfono.

Por la web. a través de la pagina web <https://www.moreliaecologica.com.co>

correo electrónico. [MoreliaEcologica2018@gmail.com](mailto:MoreliaEcologica2018@gmail.com)

A través de los diferentes grupos sociales y religiosos del municipio.

Medios de comunicación Locales.

## ¿Cómo los estamos contactando ahora?

A través de todos los canales

## ¿Cómo se integran nuestros canales?

Están articulados totalmente, porque inicialmente las personas que quieren ser parte de la fundación en calidad de miembros o colaboradores pueden contactarnos a través del nuestros números telefónicos, correo electrónico, pagina web y personalmente, pero al final a lograr la certificación como miembro y/o colaborador de la fundación, tendrán acceso y relación directa e indirecta con todos estos canales de comunicación, puesto que finalmente, estos canales sirven para distribuir la información acerca de la razón social de la fundación, proyectos, objetivos y beneficiarios

## ¿Cómo integramos nuestros canales de contacto con las rutinas de nuestros clientes?

Generando conciencia con cada uno de los mensajes emitidos en cada uno de los canales, con mensajes claros que reflejen la situación actual de la problemática del manejo inadecuado de los residuos sólidos y orgánicos, generados en la población de Morelia-Caquetá, al mismo tiempo que se resalte las consecuencia de dicha problemática y al final se hace énfasis en que la solución ésta a la mano de todos; y es simplemente trabajar de la mano de la fundación Morelia Ecológica, para generar una cultura de disposición adecuada de residuos, reciclaje y la reutilización de elementos en cada una de las rutinas diarias de cada uno de los habitantes, comenzando desde su hogar, hasta su sitios de estudio, trabajo y diferentes espacios privados y públicos de esta comunidad.

# SOCIOS CLAVE



**¿Con cuáles agentes se necesita trabajar para hacer posible el funcionamiento del modelo de negocio?**

**Alcaldía de Morelia:** La Alcaldía de Morelia será uno de los aliados clave, pues ellos tienen la necesidad de realizar un manejo correcto de los residuos sólidos y que sus habitantes se empoderen del uso adecuado de los residuos sólidos, las cuales se realizarán mediante las actividades pedagógicas, preventivas, laborales e institucionales.

**Servintegral S.A. E.S.P.:** Esta empresa presta el servicio de disposición final de los residuos sólidos ordinarios al municipio de Morelia, por lo que será un asociado clave al momento de realizar los servicios de separación de residuos sólidos reciclables y ordinarios.

**Otras organizaciones sociales y medioambientales:** Con otras organizaciones ambientales especializadas en otros aspectos sociales y medioambientales como el cuidado de la biodiversidad, cuidado de fuentes hídricas, movimientos sociales, entre otras, se pueden realizar alianzas estratégicas para solucionar problemas detectados en el municipio.

**Donantes:** De los donantes provendrán principalmente los ingresos, por lo cual se deben observar como asociados clave de la fundación, para estos se otorgarán exenciones tributarias.

**Empresas privadas:** Aunque se pueden observar como clientes, las empresas se deben ver como asociadas al momento de generar unas actividades de Responsabilidad Social Empresarial.

**Miembros Gestores:** Personas naturales invitadas por los miembros fundadores para desarrollar la gestión y el trabajo en beneficio de la consecución de los fines de la fundación y que han aceptado voluntariamente realizar aportes de industria y posterior y eventualmente realizar aportes económicos anuales, para lograr cumplir los objetivos de esta fundación.

**Miembros Aliados:** personas naturales o jurídicas que desean beneficiarse de las actividades de la fundación y que voluntariamente se comprometen a cumplir los estatutos y reglamentos de la misma.

**Miembros Honorarios:** personas que por sus aportes científicos, profesionales y económicos contribuyan de manera significativa al cumplimiento del objeto social de la fundación.

**Miembros Benefactores:** personas que aportan recursos a la fundación, direccionados específicamente a la realización del objeto social de la fundación.

**Voluntarios habitantes de Morelia:** Los habitantes de Morelia deben ser entendidos como nuestros principales socios clave a la vez que son entendidos como nuestros clientes o la

# RECURSOS CLAVES



**Recurso Humano:** para la fundación, es quizás el que toma más fuerza puesto que se requiere contar con un equipo de trabajo interdisciplinario, el cual tenga un enfoque totalmente altruista.

**Recurso Intelectuales:** La fundación requiere registrar sus logos y mensajes con el objeto de posicionar su imagen en el mercado, pues a pesar de ser una organización sin ánimo de lucro es necesario hacerse visible ante los diferentes gremios y estamentos del estado..

**Recursos Financieros:** para desarrollar el objeto social de la fundación es necesario establecer relaciones comerciales con personas naturales y jurídicas de índole privado y público, para lograr obtener soporte económico y así participar activamente en diferentes proyectos encaminados en el cumplimiento de la misión y visión de la misma.

**Recursos Físicos:** La fundación requiere de una sede propia para atender las inquietudes y recibir propuestas de todas las personas y organizaciones interesadas en la labor social de la esta, además dependiendo las actividades que se realicen se hace necesario una serie de herramientas, máquinas y enseres de diferente índole

# ACTIVIDADES CLAVE



¿Cuáles son las actividades nucleares de la empresa?

**Orientación y capacitación en proyectos de carácter medioambiental:** La fundación Morelia Ecológica estará en capacidad de brindar orientación y capacitación a personas que quieran emprender proyectos de carácter medioambiental y sostenibles en la región, tales como la generación de empleo, ecoturismo, acompañamiento de grupos sociales, entre otros.

**Actividades pedagógicas:** La fundación tendrá dentro de sus actividades nucleares las actividades de carácter pedagógico, preventivo, laboral e institucional con los habitantes de Morelia e instituciones públicas y privadas.

**Actividades asociadas al reciclaje:** La fundación Morelia Ecológica tendrá dentro de sus actividades nucleares la asociación de sus habitantes para crear una cultura de reciclaje, ya sea promoviendo el reuso, la reutilización y el reciclaje de residuos sólidos o para crear organizaciones de carácter asociativo para este fin.

**Actividades de RSE:** Las actividades con empresas privadas será una de las principales actividades que genere valor para la empresa mediante actividades que hagan de los privados unas empresas socialmente responsables.

**Gestión de donaciones:** Como la principal fuente de ingresos van a ser las donaciones, se deben gestionar los aspectos asociados a las donaciones tales como su gestión, exenciones tributarias, entre otros.

**Campaña Publicitaria de Lanzamiento:** La idea con esta campaña es mostrar los beneficios que puede traer la fundación al municipio, con el objetivo final de crear una imagen positiva de la fundación frente a los pobladores de la localidad a beneficiar que para este caso sería los habitantes del Municipio de Morelia-Caquetá.

**Campaña Publicitaria de Posicionamiento:** Para el segundo semestre desde la creación de la fundación se pretende realizar una campaña donde se muestre cada una de las actividades, logros y proyecciones de la fundación, con el objetivo de mejorar la imagen de la fundación y posicionarla en el mercado.

**Campañas de Neuromarketing:** por medio de mensajes, imágenes y sonidos, se pretende impactar al subconsciente de los habitantes del municipio de Morelia, haciendo un paralelo entre tener un municipio limpio o tenerlo sucio como perspectiva para tener un planeta sucio o limpio.

# FLUJO DE INGRESOS



Persona natural.

Entidades privadas

Persona jurídica.

Aportes económicos anuales de los miembros Gestores

Aportes económicos constantes de los miembros benefactores.

Aliados gubernamentales.

Patrocinadores.



# ESTRUCTURA DE COSTOS

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>
Nómina.	Servicios públicos.
Arriendo, hipoteca o compra de inmueble en donde realizara operaciones la fundación.	Desplazamiento vehicular.
Impuestos.	Capacitaciones del personal.
Estantería, muebles, sillas, vitrinas, escritorios, aires acondicionados, ventiladores etc.	Viáticos del personal
Equipos informáticos.	Honorarios.
Mantenimiento de equipos y sede principal.	Materias prisma



## PITCH de la fundación Morelia Ecológica

**El problema:** en Morelia, un municipio de Caquetá se vienen generando problemas asociados a la contaminación.

**La solución:** Morelia Ecológica se crea con el objetivo de concientizar a la población sobre la contaminación.

**¿Qué se necesita?**

Se necesitan recursos financieros y generar alianzas público privadas para iniciar nuestro proyecto y que sea sostenible mediante donaciones y proyectos sostenibles.

**¿Cómo lo haremos?**

Mediante actividades pedagógicas, desarrollo de proyectos sostenibles y capacitaciones en empresas.

**FUNDACIÓN MORELIA ECOLÓGICA**

Más información en  
[www.moreliaecologica.com](http://www.moreliaecologica.com)



**Cuadro compartiendo LINK de los videos**

<b>Link del Video</b>	<b>Elaborado Por:</b>	<b>Tipo de video</b>
<a href="https://youtu.be/VUOGbYGQagk">https://youtu.be/VUOGbYGQagk</a>	WILLIAM DE JESUS ROJO JARAMILLO	Individual
<a href="https://youtu.be/aYfIztja9To">https://youtu.be/aYfIztja9To</a>	OSCAR MAURICIO CUESTAS MORA	Individual
<a href="http://youtu.be/AKfrNOdCoz4">http://youtu.be/AKfrNOdCoz4</a>	LIZETH ROJAS	Individual
<a href="https://youtu.be/2APGj15LhQs">https://youtu.be/2APGj15LhQs</a>	JUAN DAVID PERDOMO	Individual
	DANIEL STEVENS GIRALDO GRISALES	Individual
<a href="http://youtu.be/WHxkljyRJ7Y">http://youtu.be/WHxkljyRJ7Y</a>	<b>CONSOLIDADO FINAL</b>	



## CONCLUSIÓN

En el presente trabajo que hemos realizado permite evidenciar una problemática que afecta a todos los seres humanos del mundo, manejo y aprovechamiento de los residuos sólidos orgánicos e inorgánicos, para lo cual encontramos los posibles lineamientos para dar solución a la problemática presentada en la comunidad moreliana.



## BIBLIOGRAFÍA

Afiasesores (Dirección). (2017). *Morelia Caquetá - Rio Bodoquero vista aérea con Drone*  
[Película].

Contraloría Departamental del Caquetá. (2016). *informe sobre el estado de los recursos naturales y del medio ambiente del departamento del caquetá*. obtenido de informe sobre el estado de los recursos naturales y del medio ambiente del departamento del caquetá:  
<http://cdc.gov.co/files/InforemesGestion/2016/Informe%20Ambiental%202015.pdf>

Google Sites. (s.f.). *Morelia (Caqueta) - Google Sites*. Obtenido de Morelia (Caqueta) - Google Sites:  
<https://sites.google.com/site/moreliacaqueta/home?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1>

ICBF. (2013). *programa de manejo de residuos sólidos en el icbf regional caquetá y sus centros zonales*. obtenido de programa de manejo de residuos sólidos en el icbf regional caquetá y sus centros zonales:  
[http://www.icbf.gov.co/portal/pls/portal/DEV\\_PORTAL.wwsbr\\_imt\\_services.GenericView?p\\_docname=5215126.PDF&p\\_type=DOC&p\\_viewservice=VAHWSTH&p\\_searchstring=\(%24%7Bprograma%7D\)](http://www.icbf.gov.co/portal/pls/portal/DEV_PORTAL.wwsbr_imt_services.GenericView?p_docname=5215126.PDF&p_type=DOC&p_viewservice=VAHWSTH&p_searchstring=(%24%7Bprograma%7D))

Rocha, C. (2015). *aprovechamiento y revalorización de residuos de la construcción y demolición generados por un evento adverso para la construcción de obras civiles sostenibles*.  
Manizales: Universidad Católica de Manizales.





Secretaría Distrital de Medio Ambiente. (2015). *de guía para la elaboración del plan de gestión de residuos de construcción y demolición-rcd en la obra*. obtenido de de guía para la elaboración del plan de gestión de residuos de construcción y demolición-rcd en la obra: [http://www.ambientebogota.gov.co/c/document\\_library/get\\_file?uuid=c20b485b-6b4b-40ba-974c-e17217331131&groupId=586236](http://www.ambientebogota.gov.co/c/document_library/get_file?uuid=c20b485b-6b4b-40ba-974c-e17217331131&groupId=586236)

Márquez García, J. (2010). Innovación en modelos de negocio la metodología de Osterwalder en la práctica. MBA EAFIT, 30-47.

Martínez Ortega, L. (s.f.). Hoja de Ruta para Emprendedores. Sevilla: OTRI.

Activa, R. (s.f.). Organizacion red creativa. Obtenido de <http://www.redcreativa.org/noticia/10-empresas-sociales-destacadas-en-latinoam%C3%A9rica>

Burlastegui., L. M. (s.f.). Universidad de Valencia. Obtenido de <https://www.uv.es/motiva/MotivaRES/BURLASTEGUI00.pdf>

Prim, A. (2018). Innobaki. Obtenido de <https://innokabi.com/mapa-de-empatia-zoom-en-tu-segmento-de-cliente/>

Revista DINERO. (02 de 10 de 2018). Cuatro Emprendimientos que Curan Las Heridas del Pasado En Medellin. DINERO. Obtenido de <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/emprendimientos-de-medellin-destacados-en-la-era-de-las-empresas-sociales/241373>

Universidad Nacional abierta y a Distancia UNAD. (2018). Guía de actividades y Rúbrica de evaluación para el Diplomado de la Gestión del Marketing y emprendimiento social.



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](https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi__n_conceptual_sobre_el_empre)

A. Merino de Diego, El emprendimiento social: un territorio de aprendizaje para la superación de un modelo en crisis. Revista ICADE. N° 91 , págs. 173-199, Enero-abril de 2014. ISSN: 1889-7045. Repositorio: <http://hdl.handle.net/11531/20217>.

Universidad Nacional Abierta y Distancia. (2014). Reflexión sobre los emprendedores sociales en Colombia (video). Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=GvwTHBvTaZI>

Márquez, J. (2010). Innovación en modelos de negocio. En revista MBA 1 (1). Colombia: EAFIT (pp. 2-4). Recuperado de:<http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/documents/innovacion-modelo-negocio.pdf>

Ortega, L. (2014). Hoja de Ruta para emprendedores. Recuperado de [http://otri.us.es/otri/images/noticias/Archivos/01\\_Cuaderno\\_para\\_el\\_diseno\\_de\\_un\\_modelo\\_de\\_negocio.pdf](http://otri.us.es/otri/images/noticias/Archivos/01_Cuaderno_para_el_diseno_de_un_modelo_de_negocio.pdf)

Rodríguez, A., Ojeda E. (2013). El modelo de Negocio: La lógica para hacer dinero y crear valor: IESA. Recuperado de: <http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2014/07/jul-rodriquezrojeda.pdf>

Mejía, A. (2017). El emprendimiento social. Colombia. Recuperado de:<http://hdl.handle.net/10596/12450>



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](https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi__n_conceptual_sobre_el_empre)

Martínez, L. (2014). Hoja de Ruta para emprendedores. Recuperado de [http://otri.us.es/otri/images/noticias/Archivos/01\\_Cuaderno\\_para\\_el\\_diseno\\_de\\_un\\_modelo\\_de\\_negocio.pdf](http://otri.us.es/otri/images/noticias/Archivos/01_Cuaderno_para_el_diseno_de_un_modelo_de_negocio.pdf)

Rodríguez, A., Ojeda E. (2013). El modelo de Negocio: La lógica para hacer dinero y crear valor: IESA. Recuperado de:<http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2014/07/jul-rodriguezojeda.pdf>

XPLAIN. (s.f.). El mapa de empatía, una poderosa herramienta para realizar una adecuada segmentación de la clientela. Centro de excelencia Oviedo. Recuperado de <http://www.eoi.es/fdi/oviedo/el-mapa-de-empat% C3% ADa-una-poderosa-herramienta-para-realizar-una-adecuada-segmentaci% C3% B3n-de-la>

Extremadura, U. d. (s.f.). *UEx. dEmprendimiento*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/uexpuntodempredimiento/plan-de-empresa/analisis/externo/macroentorno>

Fernandez, E. (1 de 7 de 2013). *Increnta*. Obtenido de <http://increnta.com/co/blog/que-es-el-inbound-marketing/>

Salgado, J. G. (s.f.). *Repositorio.Espe*. Recuperado el 21 de 10 de 2018, de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>



- Sanchez, A. (s.f.). *emprenderconalvaro*. Recuperado el 21 de 10 de 2018, de <https://emprenderconalvaro.wordpress.com/el-plan-de-negocio-analisis-del-microentorno/>
- Ambrosio, V., & Poveda, J. A. (2000). *Plan de marketing paso a paso* (pp. 1 -21). Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/136178329/Plan-de-Marketing-Paso-a-Paso-Vicente-Ambrosio-Virtual>
- Del Santo, O. & Álvarez, D. (2012). *Marketing atracción 2.0*. (pp. 9 – 15). Recuperado de <http://www.juancmejia.com/wp-content/uploads/2012/06/Marketing-de-Atraccion-20.pdf>
- DiPrieto. (2014). *Branding, el paso a paso para construir marcas inolvidables*. Recuperado de <http://blog.fromdoppler.com/construye-marcas-inolvidables-con-nuestro-nuevo-ebook-sobre-branding/>
- Edumarketing (2005). *Guía para elaborar un plan de marketing*. Recuperado de <http://educamarketing.unex.es/Docs/guias/gu%C3%ADa%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20de%20marketing.pdf>
- Fornelli A. & Sánchez J. (2013). *Branding para pequeña y mediana empresa*. Recuperado de <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/183/177>
- Rodríguez A. (2013). *Fundamentos de mercadotecnia*. Antología (pp. 97 – 129). Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1364/plan-mercadotecnia.html>
- Increnta (s.f). *Que es y para qué sirve inbound marketing*. Recuperado de [http://ebooks.increnta.com/que\\_es\\_y\\_para\\_que\\_sirve\\_inbound\\_marketing\\_06092013.pdf](http://ebooks.increnta.com/que_es_y_para_que_sirve_inbound_marketing_06092013.pdf)



Vargas S. (S.F.) *Porque debe implementar estrategias de Inbound marketing si quiere crecer sus ventas.*

Recuperado de [http://www.formacionventures.com.co/sites/default/files/herramientas/estrategia-de-inbound-marketing\\_0.pdf](http://www.formacionventures.com.co/sites/default/files/herramientas/estrategia-de-inbound-marketing_0.pdf)

*Juan David Perdomo.* (11 de 12 de 2018). Obtenido de youtube:

<https://youtu.be/2APGj15LhQs>

Cuestas, O. M. (11 de 12 de 2018). *youtube.* Obtenido de <https://youtu.be/aYfIztja9To>

JARAMILLO, W. D. (11 de 12 de 2018). *youtube.* Obtenido de

<https://youtu.be/VUOGbYQGagk>

Rojas, L. (12 de 12 de 2018). *youtube.* Obtenido de <http://youtu.be/AKfrNOdCoz4>

Gobea, J. (03 de 08 de 2015). *LanceTalent.* Obtenido de <https://www.lancetalent.com/blog/pitch-perfecto-5-pasos/>

Universidad Nacional abierta y a Distancia UNAD. (2018). *Guía de actividades y Rúbrica de evaluación para el Diplomado de la Gestión del Marketing y emprendimiento social.*