

DIPLOMADO GESTION DEL MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

CENTRO TECNOLOGICO Y EDUCATIVO INNOVA

PARTICIPANTES:

BEATRIZ ESCOBAR RANGEL

CAROLINA PÉREZ GÓMEZ

CARLOS ALEXANDER GARZON

MARTHA JUDTIH CARO

OSCAR IVAN GUTIERREZ

TUTOR:

ANDRES MAURICIO MEJIA MARTINEZ

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD –

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS CONTABLES Y
DE NEGOCIOS

MAYO DE 2019

Contenido

FIGURAS	3
TABLAS	4
INTRODUCCIÓN	5
OBJETIVOS	7
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	7
Fase 1 Diagnostico de la situación actual social:.....	8
Fase2: Definición de la problemática social	11
Caracterización de la región de Cimitarra	12
Caracterización de la población	13
Fase 3: Resultados del proyecto seleccionado.....	16
PROPUESTA DE INNOVACIÓN.	19
IMPACTO EN LA PROBLEMÁTICA SOCIAL:.....	20
ACCESO A FINANCIAMIENTO:	20
MERCADO POTENCIAL:	21
Fase 4: Consolidación del modelo de Negocio Design Thinking:	22
1. ETAPA: EMPATIZA-TÉCNICA: MAPA DE EMPATÍA	22
2. ETAPA: DEFINE, TECNICA: INFOGRAFIA.	24
3. ETAPA: IDEA TECNICA: MAPA MENTAL.....	26
4. ETAPA: PROTOTIPA-TÉCNICA: CUENTA CUENTOS	28
ALCANZANDO EL FUTURO.....	28
Fase 5: Decisiones de estrategias de mercadeo y propuesta de estrategias.....	37
PLAN DE MARKETING:.....	37
Estrategia de comunicación:	40
Estrategia de Posicionamiento:	41
Estrategia de Diferenciación:	41
SAADFase 6: Programa de marketing Digital:	46
LINK VIDEO GRUPO 110011_6	49
CONCLUSIONES	50
BIBLIOGRAFÍA	51

FIGURAS

Figura 1- Ubicación Cimitarra.....	13
Figura 2- Crecimiento Poblacional 2010-2015	14
Figura 3 - Escolarización Adultos.....	14
Figura 4- Información Socio Económica	15
Figura 5-Tasa de alfabetismo de la población, cabecera resto	15
Figura 6- Mapa de EMPATIA.....	22
Figura 7- IDEA DE DESARROLLO SOTENIBLE "INNOVA"	25
Figura 8 Mapa Conceptual Centro Tecnológico INNOVA	27
Figura 9- Mapa de Oferta Centro Tecnológico INNOVA.....	36
Figura 10-Imagen de Marca y Slogan De INNOVA	46

TABLAS

Tabla 1	8
Tabla 2	16
Tabla 3	38

INTRODUCCIÓN

El proyecto con énfasis social dado en esta unidad corresponde a la problemática seleccionada del Municipio de Cimitarra Santander, la propuesta que hará parte será la siguiente: crear un Centro Tecnológico y Educativo INNOVA el cual brindará a través de las TIC'S Oportunidades para que los jóvenes de escasos recursos y faltas de oportunidades puedan acceder a la educación superior y puedan tener oportunidades de ingresos y a su vez aportar para que otros jóvenes puedan ser partícipes de este proyecto.

A su vez, mostraremos el programa a diferentes universidades para que puedan ofrecer sus servicios y programas; especialmente a la UNAD, que dentro de sus políticas han venido preocupándose por el crecimiento de las personas a través de la educación virtual.

Dentro de la formulación de un proyecto uno de los pasos más importantes es el desarrollo de un plan de marketing ya que con este definiremos que estrategias vamos a seguir para llegar a nuestros clientes potenciales de una forma clara y atractiva para que este tome la decisión de utilizar nuestros servicios y no los de la competencia, Este desarrollo del plan de marketing fortalece la estructura de nuestro proyecto y nos ayuda a centrar nuestros esfuerzos para lograr la meta establecida por la compañía.

Para nuestro proyecto desarrollaremos un plan de marketing que nos ayude a crecer como empresa pero a la vez nos de las pautas para generar el emprendimiento social que entregaremos a la comunidad de Cimitarra ayudando a la problemática que se presenta en este municipio de disminución de la educación superior.

En este trabajo nos centramos al uso del Marketing Digital, Hay un desafío que las empresas hoy operan en un entorno competitivo y globalizado, donde la comunicación a través de internet tiene una gran influencia por el alto uso que las personas hacen de ésta.

Por ello, es importante **tender estrategias, gestionar planes y entender las tendencias** que les permitan a las compañías encontrar oportunidades de negocio, construir relaciones y fidelizar a clientes cada vez más informados y con mayor presencia en Internet.

En este punto, **ninguna disciplina más precisa y potencial como el marketing digital para ingresar a las marcas en el difícil terreno virtual.**

Toda empresa que entiende el futuro del negocio, sabe perfectamente que la apuesta publicitaria ha dejado de pasar exclusivamente por los filtros regulares, léase radio y TV para emigrar también al terreno 2.0, más complejo y poblado, pero lleno de enormes y atractivas posibilidades comerciales.

En definitiva, este documento busca orientar al estratega acerca de cómo el marketing digital no es solo publicidad online y de cómo nos permiten tener mejores resultados cada vez que se realiza una nueva acción.

OBJETIVOS

Consolidar el proyecto de emprendimiento final consolidando cada una de las fases aprendidas en el curso, generando valor en el proyecto que realizamos

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Describir los resultados de la situación actual social analizándolo en el cuadro de problemáticas sociales
- Indagar los resultados del proyecto seleccionado
- Destacar los resultados del proyecto seleccionado con las acciones de innovación
- Presentar gráficamente el modelo de Dising Thinking
- Definir las estrategias y propuestas de mercadeo
- Presentar el marketing digital que se aplicó en el proyecto de emprendimiento social

Metodología: descripción de la metodología empleada en el desarrollo del proyecto.

Fase 1 Diagnostico de la situación actual social:

Tabla 1

Región	Necesidades de la población	Grupos más afectados	Nivel de impacto	Posibles alternativas de solución
Municipio Barrancabermeja (Beatriz Escobar)	Falta de oportunidades laborales, la contratación de la mano de obra local del municipio.	Jóvenes, mujeres, hombres y adultos.	44% que lo ubica por debajo del índice Departamental que se establece en el 46%. 2011 -2013.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fundación EMPLEA como fin principal fomentar la inserción laboral de jóvenes, utilizando la metodología del Empleo con Apoyo. Este proyecto se plantea considerando como elemento principal la sostenibilidad, el establecimiento de sinergias entre entidades especializadas en la utilización del aprovechamiento de los recursos existentes. ● Crear un centro de capacitación y emprendimiento para individuos en condición de desempleado. ● Un proyecto de oferta dirigido a pequeñas reformas, limpieza de casas, oficinas y comunidades a la ayuda a domicilio; Todos estos trabajos son efectuados dando de alta a la persona trabajadora, con la idea de acabar con la economía sumergida de la que subsistían muchas de las personas que se benefician del trabajo y por otro lado dándoles la oportunidad de volver a cotizar. ● Bolsa de Empleo se plantea como punto de encuentro que genere la simbiosis de las estrategias de intermediación enfocadas a la Empresa y las estrategias dirigidas a los jóvenes del recurso. Esta se desarrolla como un recurso permanente de recepción de ofertas y demandas, cuya

				<p>misión principal es facilitar a los jóvenes un acceso rápido y ajustado al profesiograma diseñado junto al joven.</p>
<p>Bogotá (Carlos Garzón)</p>	<p>Aumento de inseguridad en la capital</p>	<p>Población en general</p>	<p>el hurto a personas aumento en un 51% en comparación al 2017 con arma blanca. dane.gov.co. semana.com. eltiempo.com.</p>	<p>El CEDTH es el centro especializado para el desarrollo del talento Humano. Por el aumento de desempleo y el desplazamiento de la población por la violencia genera que la población se vean empujados a realizar actividades fuera de la ley para poder llevar un sustento para su familia. Este centro capacitara y ayudara a ubicarse laboralmente a la población que este en condiciones de desamparo del estado y la sociedad.</p> <p>Todo lo elaborado en el CEDTH por los estudiantes (textiles, productos en cuero, productos en madera y el metal) se comercializara para empresas empresas y locales pertenecientes.</p>
<p>Fusagasugá (Martha Caro)</p>	<p>Atención a las poblaciones desplazadas. La inseguridad a delincuencia, la criminalidad, la drogadicción y el micrográfico. La violencia intrafamiliar</p>	<p>Niños, mujeres, personas de la tercera edad, discapacitados</p>	<p>La población desplazada según la etnia en la ciudad de Fusagasugá es afrontada por las mujeres cabeza de hogar en un 56% de los 1465 hogares y el 44% por los hombres, la mayor parte del desplazamiento corresponde a la población Afrocolombiana con un 0,71%, la población de origen indígena con un 0,16%.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Fomentar la educación y la solución pacífica de los conflictos -Estimular a las personas a la educación, promoviendo estudio gratis como el SENA, ayudando a las personas a adquirir conocimiento para crear empresas. -Continuar cion el plan de desarrollo de 2008-2011, apoyando a poblaciones vulnerables como ayuda de prótesis para discapacitados, ayudas humanitarias para los que estén en calamidad -Ayudas en vivienda para la población desplazada
<p>Abrego Norte de Santander (Carolina Pérez)</p>	<p>Falta de oportunidades para los jóvenes</p>	<p>Jóvenes Mujeres Hombres</p>	<p>El municipio de Ábrego no se encuentra</p>	<p>Una de las alternativas sería qué el Alcalde siendo la autoridad principal de este</p>

Gómez)	donde ellos puedan continuar sus estudios superiores, también negligencias frente al tema de salud, índice de desempleo en el municipio	Adultos	<p>certificado en el sector de educación, por lo cual su función se limita a la administración y distribución los recursos provenientes del Sistema General de Participación de estricta inversión, que se le asignan en calidad y alimentación.</p> <p>Con una cobertura al régimen subsidiado del 70,36%, un 1,68% al régimen contributivo y un 0,98% al régimen excepción del total de la población, se evidencia una afiliación al Sistema General de Seguridad Social en Salud de 73,02% para el municipio de Abrego; con corte a diciembre del 2015 se observa que el porcentaje de personas que no cuentan con la capacidad económica para sufragar sus gastos en salud.</p>	<p>municipio gestione ayudas y concrete una reunión con personas del gobierno para comentarles la situación que se está presentando , la falta de educación hace que aumente el nivel de desempleo , que los jóvenes por falta de ocupación terminen en malos pasos , y lo que se quiere es que la juventud explote sus habilidades .</p> <p>Por otra parte el sistema de la salud es pesimo, el Hospital no cuenta con las instalaciones adecuadas y los medicos necesarios para suplir cualquier emergencia, se ha visto que en caso graves las personas tienen que ser trasladadas al Hospital mas cercano este quedado a media hora , dentro de la ambulancia tiene que hacerles reanimaciones a las personas con alto grado de dificultad para que logren ingresar al Hospital ,La culpa en algunos casos no es del gobierno si no de la administración que actualmente se encuentra activa, ellos lo que tienen que hacer es buscar soluciones tanto para sus familias como para la comunidad.</p>
Cimitarra – Santander (Oscar Gutiérrez)	La necesidad más grande del municipio de Cimitarra radica en los problemas con el acceso a la educación en todos los sentidos, pero el principal foco radica en el	Jóvenes entre los 17 años en adelante. (Edad promedio para ingreso a la educación superior).	Para el año 2005 últimas estadísticas aportadas por el DANE, en Cimitarra del 61.0 % de la población que asiste a un aula de clase o a un establecimiento educativo; solo el 2.3 % de esta población accede a la educación	Realizar un plan de choque, que permita analizar mas a profundidad los problemas por los cuales la población no accede a la educación superior. Generar proyectos productivos que permitan mayores ingresos a la población de bajos recursos para que así ellos puedan apoyar a sus hijos en los estudios de educación

	poco acceso de la población a la educación superior.		superior.	superior. Gestionar con el SENA y otras entidades educativas programas técnicos y profesionales en el municipio, aprovechando las nuevas instalaciones del centro de estudio de la alcaldía municipal. Proponer proyectos productivos par que muchos jovenes puedan trabajar y estudiar.
--	--	--	-----------	--

Fase2: Definición de la problemática social

El proyecto **CENTRO TECNOLÓGICO Y EDUCATIVO INNOVA**, busca brindar a través de las TIC'S oportunidades para que los jóvenes de escasos recursos puedan acceder a la educación superior y a su vez generar recursos para sus familias. El índice de acceso a la educación superior en Colombia es del 35%, en Santander es del 45,2% según cifras del ministerio de educación; pero el municipio de Cimitarra en el departamento de Santander es mayor el índice de estudiantes que no ingresan a la educación superior por diferentes circunstancias, ya sea por no contar con recursos económicos, por la distancia a los centros universitarios y por qué no hay oferta institucional universitaria en pregrado en la municipalidad, diferente a la UNAD y en educación técnica y tecnología del SENA .

La falta de acceso a la educación superior se puede traducir en la profundización de la pobreza, la desigualdad y el subdesarrollo económico del país y las regiones e impide el crecimiento del nivel socioeconómico y la calidad de vida de los entes territoriales y sus habitantes.

En el proyecto de tecnología buscamos dar una base al estudiante para que interactúe con el sector productivo y empresarial de la región, mediante el desarrollo de sus potencialidades con la ayuda de la tecnología, y estimular la promoción del espíritu emprendedor y la práctica de valores como la honradez, para fortalecer procesos que contribuyan al desarrollo de un pensamiento estratégico que les permita interactuar con las fuerzas vivas de la comunidad, conformando alianzas productivas, creativas e innovadoras.

De esta manera se generarán recursos para el sostenimiento del centro tecnológico y recursos para ellos mismos. Por otro lado, el centro tecnológico brindara internet, fotocopias y otras actividades a la comunidad a un menor costo, beneficiando a una mayor parte de la población.

En definitiva, su objetivo es tener en cuenta la problemática social identificada, buscando proponer un proyecto innovador que busque una solución a dicha problemática en el Municipio Cimitarra.

Caracterización de la región de Cimitarra

Localización:

El municipio de Cimitarra está ubicado al sur occidente del departamento de Santander, a 6°, a 8' y 58" Latitud Norte y 76°, 56' y 02" longitud oeste y a una distancia de 311 kilómetros de la capital del departamento vía Panamericana.

Limita al Norte con el departamento de Antioquia y el municipio de Puerto Parra, por el Este con el Municipio de Landázuri, por el Oeste con el departamento de Antioquia, Río Magdalena al medio y por el sur con Bolívar y Landázuri.

El municipio está catalogado en sexta categoría de acuerdo a la normatividad vigente, con el código 68190.

Descripción:

El Municipio de Cimitarra cuenta con 49.533 habitantes, con una extensión de 3.165.60 Km² con una temperatura promedio de 27, 5°, se encuentra a una altura de 300 msnm, presenta una precipitación media anual de 2. 690 m.m. y una humedad de 82.4%.



Figura 1- Ubicación Cimitarra

Caracterización de la población

La educación Básica secundaria refleja un 28% fuera del sistema, esta educación es la que tiene mayor deficiencia de cobertura, sólo el 35% de la población pueden acceder a un aula de clases.

Causas de la baja cobertura de educación:

- El nivel socio-económico de la mayoría de las familias es de bajos recursos, además son hogares numerosos dificultando así la posibilidad de estudiar
- Los jóvenes se ven atraídos por el dinero por vías ilícitas sin opción de estudiar
- Las extensiones territoriales hacen el difícil acceso a las aulas de clase debido a las carreteras en mal estado, ríos, quebradas y falta de medios de transporte.
- Poca oferta para la zona rural
- Bajo estado nutricional
- Falta de docentes
- Falta de visión de los padres hacia los hijos por no haber tenido estudio en su niñez
- Escaso mantenimiento en las aulas de clases

Cuadro No. 5 Escolarización Adultos

EDUCACION MEDIA	Matr. Adultos	756	17%
	Matrc Nivel	131	
ED. BASC. CICLO SECUNDARIA	Matr. Adultos	756	52%
	Matrc Nivel	389	
ED. BAS. CICLO PRIMARIA	Matr. Adultos	756	31%
	Matrc Nivel	236	
EDUCACION DE ADULTOS	Matric. Total	8.256	9%
	Matr. Adul.	756	

Figura 3 - Escolarización Adultos

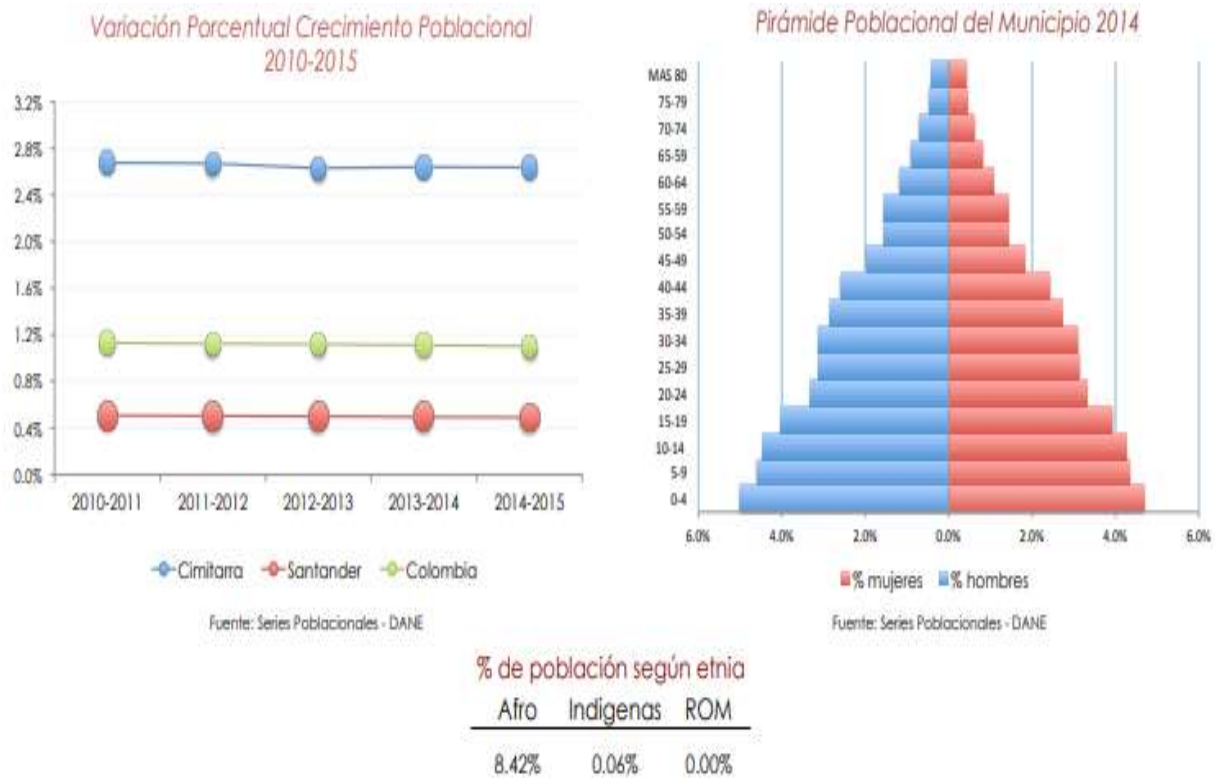


Figura 2- Crecimiento Poblacional 2010-2015

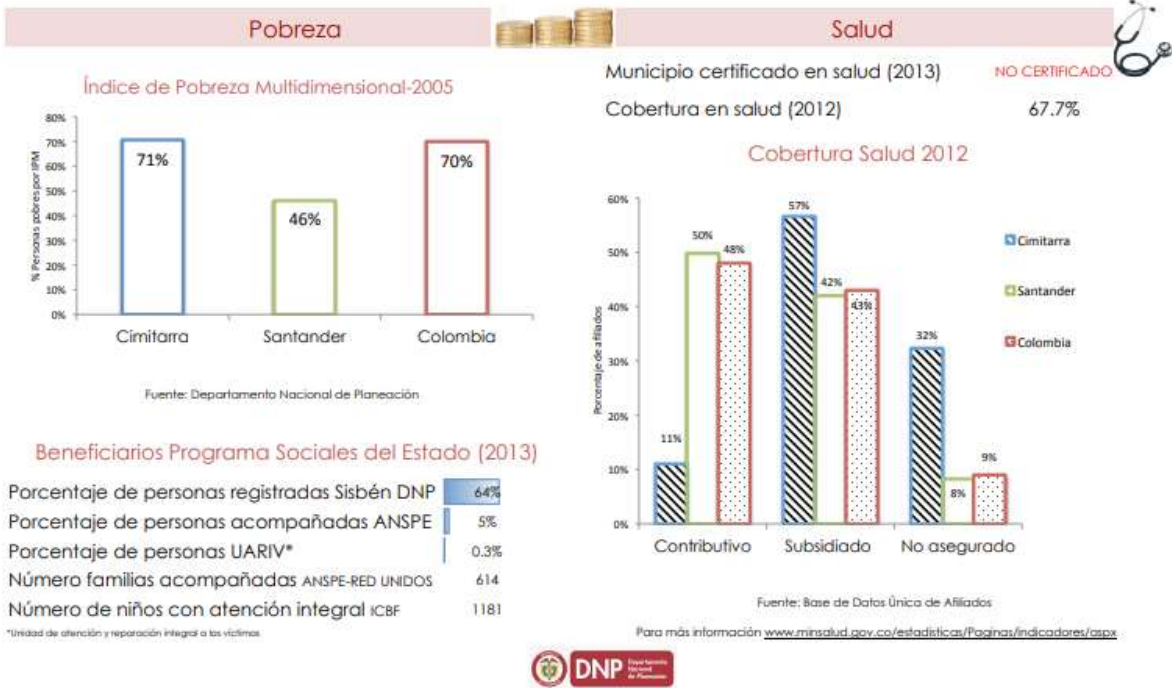
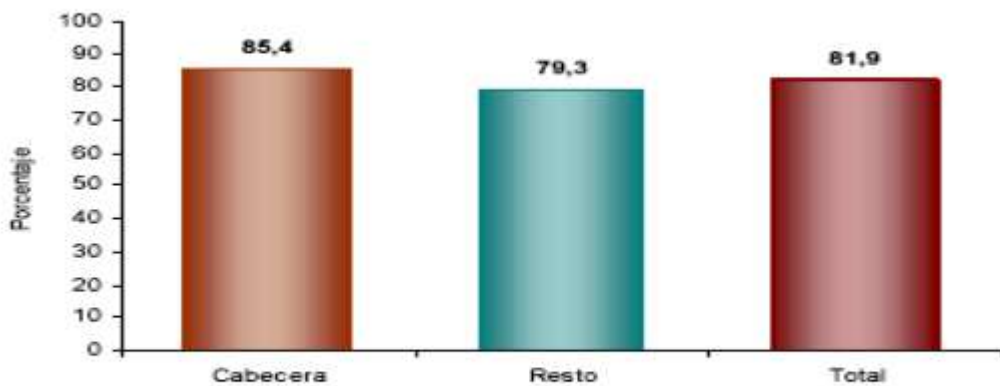


Figura 4- Información Socio Económica

El 9% de la población adulta ha sido escolarizado, el 31% de la población que cursa básica primaria es población analfabeta.

Según el DANE el 81,9% corresponde a la tasa de analfabetismo del municipio de Cimitarra.

Tasa de alfabetismo de la población, cabecera resto



El 81,9% de la población de 5 años y más de Cimitarra sabe leer y escribir.

Figura 5-Tasa de alfabetismo de la población, cabecera resto

Con esta investigación se quiere demostrar que una de las fallas del manejo en la deserción, y la pobreza, está dada por la falta de tratamiento de las causas que ocasionan el abandono, y si bien los análisis y diagnósticos de la deserción son hechos desde el ámbito institucional, se considera que el tratamiento de la deserción debe hacerse desde el ámbito individual; Por lo tanto, es justificable el realizar una investigación cualitativa y no cuantitativa, porque la deserción no son cifras y estadísticas sino individuos con problemáticas diversas que deben tratarse de manera individual y personal.

Fase 3: Resultados del proyecto seleccionado

Tabla 2

PROYECTO	PERTINENCIA	FACTOR PRODUCTIVO	INNOVACIÓN	MERCADO
CENTRO TECNOLÓGICO Y EDUCATIVO INNOVA. Este centro, brindara a través de las TIC'S oportunidades para que los jóvenes de escasos recursos puedan acceder a la educación superior y a su vez generara recursos para sus familias.	El proyecto, primeramente, solucionara los problemas de acceso de los jóvenes a la educación superior, ya que contarán con las herramientas necesarias para efectuar sus estudios y a su vez generar recursos económicos para ellos y sus familias.	Aprovechando que muchos jóvenes al graduarse de sus colegios salen como bachilleres técnicos; en su mayoría técnicos en sistemas, en administración, ensamble de computadoras y otros; se aprovecharan estos conocimientos para que ellos trabajen generando convenios con las diferentes instituciones públicas y privadas del municipio. De esta manera se generarán recursos para el sostenimiento del centro tecnológico y recursos para ellos mismos. Por otro lado, el centro tecnológico brindara internet, fotocopias y otras actividades a la comunidad a un menor costo, beneficiando a una mayor parte de la población.	La innovación del proyecto es alta, ya que un proyecto de esta envergadura no se ha visto en el municipio. Por otro lado, el proyecto generara un gran impacto en la sociedad Cimitarra, ya que aportara al crecimiento de los jóvenes y a su vez al crecimiento de la Población.	Nuestro mercado potencial, serán principalmente las empresas del municipio, a las cuales les ofreceremos nuestros servicios a un bajo costo y alta calidad. Por otro lado, nuestro mercado también será la población en general, ya que ofreceremos distintos servicios en un solo lugar, y a su vez estarán participando en el crecimiento de estos jóvenes que más adelante aportarán para el desarrollo del municipio.

<p>UNIVERSIRED para este proyecto se hará una innovación en la propuesta virtual la cual es llevar la cátedra online a cualquier parte del territorio solo se debe tener una conexión a internet y un computador, nuestra empresa será una la institución educativa donde prestaremos el servicio de estudio virtual en online utilizaremos conexión a internet satelital por medio de alianza con Hughes.</p>	<p>Esto ayudara a la población que no puede acudir a un centro educativo ya sea por la ubicación geográfica donde se encuentra, por la dificultad en los medios de transporte, por la condición socioeconómica que se encuentre el estudiante o por la condición de seguridad en las que se encuentra la región donde habita.</p>	<p>Para el financiamiento de nuestra empresa acudiremos a las entidades que ayudan a los nuevos emprendedores como es el fondo emprender el cual entrega un recurso para la realización y sostenimiento de nuevos proyectos, también tiene un agregado si el proyecto da el resultado esperado no se debe devolver el dinero que el fondo emprender. Para que esto se pueda realizar tendremos asesorías de especialistas el emprendimiento por parte del Sena quien nos acompañara desde el comienzo en la elaboración de nuestro proyecto hasta el momento el que se presenta al fondo emprender y su despliegue estratégico.</p>	<p>Con esta propuesta los estudiantes sin desplazarse de sus hogares podrán estar en las aulas de clase en directo y podrán aclarar dudas online con los profesores de cada materia, también tendrán la posibilidad de ver repeticiones de cada clase para afianzar o aclara dudas.</p>	<p>Nuestro mercado potencial son todas aquellas universidades e institutos del departamento de Santander que puedan prestar este servicio a la población del departamento como lo es cimitarra brindando una educación de calidad con alternativas innovadoras para su proceso de aprendizaje con los costos más bajos del mercado.</p>
<p><u>APORTIC'</u> El proyecto colaborativo AporTICs es un proyecto gestionado por profesores de distintos niveles educativos. Lo original de la propuesta es que todo el material que presenta (tutoriales sobre herramientas TIC) está elaborado por estudiantes.</p>	<p>Secretaria de educación municipal de Cimitarra. La empresa privada de la región. Cooperación internacional. Financiación de las entidades bancarias de la región. Aportes de los beneficiarios.</p>	<p>Facilitar el ingreso al sistema de educación superior a los jóvenes del municipio de cimitarra y su área de influencia y contribuir con la ampliación de los índices de cobertura educativa de pregrado en el municipio de cimitarra. Mejorar las expectativas y construcción de proyectos de vida de los jóvenes y la población en general del este municipio. Impulsar el emprendimiento social y económico en la</p>	<p>La promoción de la formación superior virtual y capacitación sobre las herramientas TIC's para el acceso a las plataformas de educación no presencial y el manejo de tutoriales para el desarrollo de actividades académicas; lo mismo que desarrollar habilidades para un mayor uso de las bases de datos</p>	<p>Los estudiantes egresados de la educación media, técnica y tecnológica de Cimitarra y los municipios aledaños.</p>

		población estudiantil y pobladores en general.	para la búsqueda de información especializada, producción de textos académicos y manejo ético de la información, identificación y construcción de rutas metodológicas, y diseño de propuestas de investigación.	
La creación de una FUNDACIÓN con el propósito de formar técnica y tecnológicamente a los cimitarreños es una oportunidad colosal para un beneficio colectivo. La oferta } } institucional debe corresponder a los requerimientos de la región, este elemento es sustancial en el éxito de la iniciativa, por lo que es fundamental realizar investigaciones que reflejen los menesteres más urgentes que necesiten ser resueltos producto de la formación académica impartida.	Esto ayudará a que el Municipio de Cimitarra los jóvenes se proyecten a un futuro, con las ofertas académicas que ofrecemos y refleje el alto nivel de compromiso con la educación superior.	La parte de financiamiento del proyecto va hacer pago de las matrículas de los estudiantes que ingresan a cursar estudio Técnico y Tecnológico, la parte pública desde el orden territorial del municipio del departamento de la nación e incluso pensar en organización internacional que quieran contribuir al desarrollo del mejoramiento de calidad de vida de los cimitarreños, la actividad económica básicamente es una actividad de formación de educación técnica y Tecnológica actividad educativa.	Con esta propuesta permiten a los bachilleres cimitarreños acceder a espacios de educación superior, sobre todo enmarcada en procesos tecnológicos y técnicos, que forjen en sus vidas competencias apropiadas y pertinentes con la realidad de la región.	Es considerable como un mercado alcanzable no solo los estudiantes de las instituciones educativas del municipio, sino que involucra todos los egresados que habitan el territorio y porque no los de toda la región. Al ser una estrategia nueva se convierte en algo sumamente atractivo tanto para los habitantes de Cimitarra como para los municipios vecinos, que sentirían como una oportunidad realmente atractiva, para cumplir cada una de sus metas.

<p>Empresa de educación de Carreras Técnicas y Tecnológicas con énfasis en Agricultura</p>	<p>Para los habitantes del municipio de Cimitarra Santander que viven en las veredas traerá una consecuencia favorable debido a que con un nivel superior tendrán más oportunidades laborales y más conocimientos, así se forjaran como emprendedores llevándolos a formar sus propias microempresas aportando empleo a la comunidad.</p>	<p>La empresa de educación de carreras técnicas y tecnológicas con énfasis en Agricultura y contrato de profesionales con clases a domicilio brinda la oportunidad de acceder a estudios de educación superior como instrumento de desarrollo para aumentar la competitividad y mejorar la calidad de vida.</p>	<p>El proceso de aprendizaje cerca de la comunidad hace que sean más las personas interesadas en progresar, con la posibilidad de tener un docente a domicilio, brindando fuentes de financiamiento a los campesinos y con precios subsidiados ya que cuenta con la alianza de la alcaldía, Empresas privadas y Sena.</p>	<p>Esta empresa desarrolla clases a personas con título bachiller de cualquier edad que deseen tener conocimientos en agricultura.</p>
---	---	---	---	--

PROPUESTA DE INNOVACIÓN.

Nuestra propuesta innovadora, es que los jóvenes que quieran ser partícipes y que quieran tener nuevas oportunidades, serán capacitados como técnicos en sistemas, mercadeo y auxiliares administrativos y contables, esto con el fin de generar recursos para sostener el proyecto y para permitir el mantenimiento y crecimiento del centro tecnológico y educativo.

En el centro tecnológico, se buscarán convenios para realizar a las diferentes entidades del municipio mantenimiento de computadoras, recargas de tonner, mantenimiento de impresoras, actividades contables y administrativas. Con esto, los estudiantes aportaran para su futuro y para el futuro de otros jóvenes como ellos.

También a través de nuestro centro tecnológico, muchos podrán acceder a internet a un bajo costo, fortaleciendo también la educación en todos los grados académicos.

El proyecto tiene como innovación el aprovechar los conocimientos adquiridos en la educación media y utilizarlos ganando experiencia laboral y obteniendo un beneficio económico para poder continuar con sus estudios superiores dentro del centro tecnológico.

IMPACTO EN LA PROBLEMÁTICA SOCIAL:

El impacto que tendrá dentro de la población radica es varios aspectos:

Económico: los estudiantes tendrán la posibilidad de recibir un salario para poder aportar en sus hogares y tener la posibilidad de pagar su estudio, además tendrán la oportunidad de empezar su experiencia laboral en la profesión que están estudiando.

Educación: la población que se gradúa de la educación media en Cimitarra no tiene en su mayoría la oportunidad de empezar sus estudios en la educación superior y los que lo logran tienen muchas dificultades para sostener el costo de la educación por ello con nuestro proyecto se abrirán nuevas formas para poder realizar una educación superior con un bajo costo.

Tasa de ocupación: la tasa de ocupación aumentará ya que nuestro jóvenes y adultos tendrá la oportunidad de estudiar y trabajar.

Crecimiento del Municipio: al aumentar el nivel de educación de la población de Cimitarra se verá beneficiada ya que todos estos profesionales generarán nuevos proyectos dentro del municipio y empresarios vendrán a invertir dentro del municipio.

Disminución de drogadicción y delincuencia: al tener a nuestros jóvenes ocupados en las actividades de trabajo y estudio la tasa de drogadicción y delincuencia juvenil disminuirá ya que tendrán nuevos objetivos en su proyecto de vida.

ACCESO A FINANCIAMIENTO:

El financiamiento para este proyecto se realizará a través de la busca de convenios con empresas privadas y públicas que quieran ser partícipes del proyecto.

Estos convenios se pueden buscar, aprovechando las políticas de responsabilidad social empresarial (RSE) de la empresa, ya que a través de sus programas pueden financiar este tipo de iniciativas que buscan el bien común de una comunidad.

Por otro lado, se buscarán recursos de bancos internacionales y organismos que buscan que las naciones empiecen a darle mayor importancia a la educación como fuente de desarrollo. Estas entidades son: Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), UNICEF (Fondo de la Naciones Unidas para la Infancia), OIT (Organización Internacional del Trabajo) y CEPAL (Centro de Estudios para América Latina).

Nota: adjunto link donde se da información de cómo estas entidades apoyan y brindan recursos para este tipo de proyectos de innovación.

<http://campus-oei.org/calidad/organismos.htm>

MERCADO POTENCIAL:

Nuestro mercado potencial, son los jóvenes de escasos recursos que se gradúen de su educación media y quieran ingresar a la educación superior pero no tiene la capacidad económica para pagar una carrera profesional.

También estaremos enfocados en las empresas del municipio que no tienen el músculo financiero para pagar un profesional, pero necesita de los servicios de este, con nuestras estudiantes se verán beneficiados ya que obtendrán un profesional en formación a un costo más bajo y accesible.

Fase 4: Consolidación del modelo de Negocio Design Thinking:

1. ETAPA: EMPATIZA-TÉCNICA: MAPA DE EMPATÍA

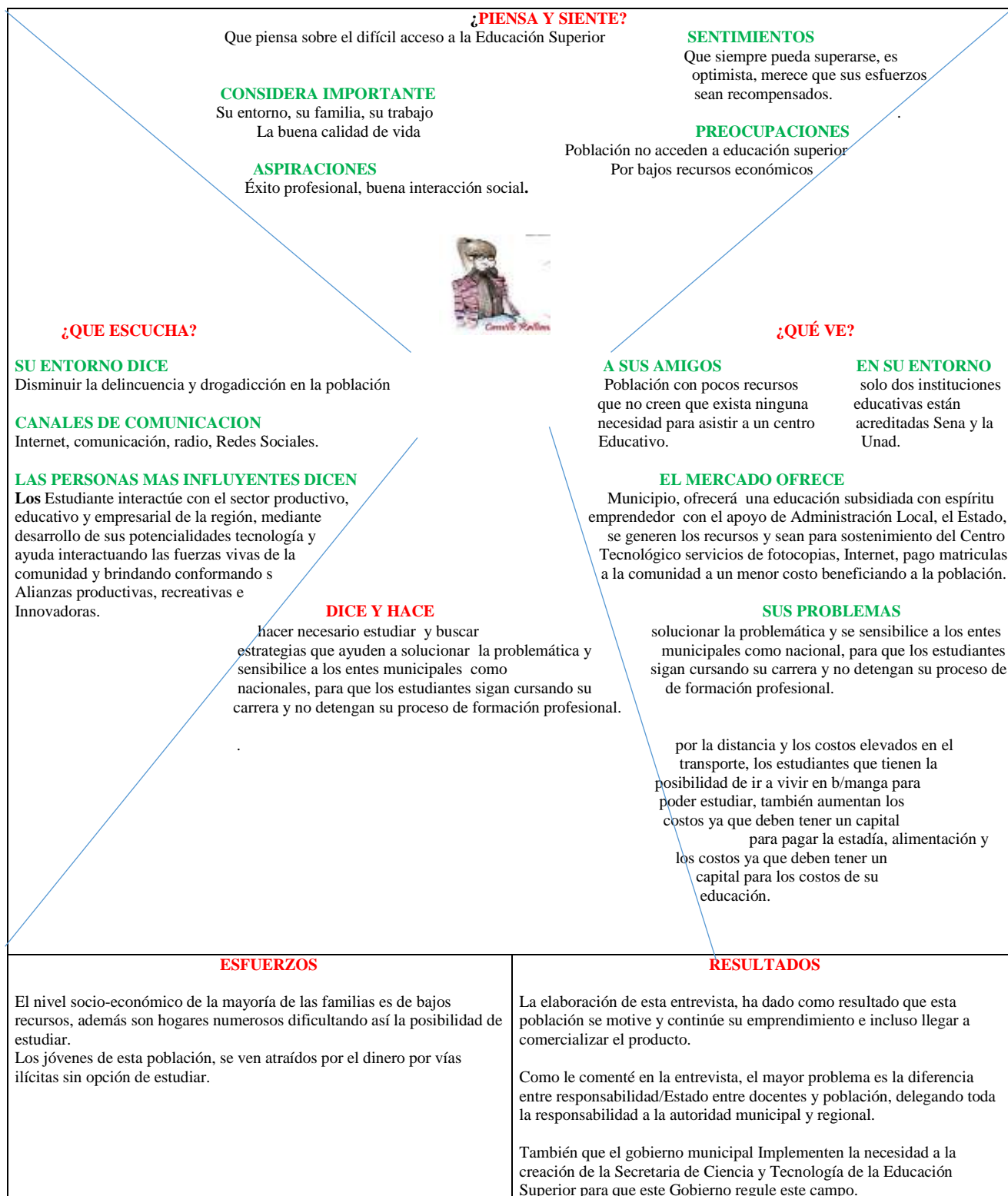


Figura 6- Mapa de EMPATIA

Descripción:

En esta primera etapa o fase de la metodología Design Thinking se pretende entender e identificar las necesidades que se va a trabajar para este proyecto a desarrollar, la empatía es el entendimiento del comportamiento del usuario respecto a una problemática real, donde pretende plantear un proyecto o modelo partiendo de una necesidad real.

Design Thinking nos dice que para hacer cualquier tipo de desarrollo proyectual se debe entender a la perfección la necesidad a trabajar. El resultado de este proyecto con la metodología Design Thinking nunca puede ser algo superficial.

Los pasos que se consideran a seguir en esta técnica son: **Segmento**: se tuvo claro que son las personas o población, **Humanizar**: se le dio personalidad concreta a lo que antes era un segmento de población será útil para crear una imagen mental y focalizarla a quién se tiene que dirigir, **Empatizar**: etapa clave en la cual se construyó el mapa contestando las preguntas entorno a cuatro conceptos: Piensa y Siente, Escucha, Ve, Dice y Hace. **Validar**: El mapa no fue un elemento estático, sino que debió ser validado y revalidado las veces que fuese necesario.

Las técnicas principales para la fase de empatía del design thinking serían: Mapa de Actores, Inmersión Cognitiva, Mood Board, Qué, Cómo Porqué, Observación en Cubierta, User Camera Study, Entrevistas en profundidad.

Técnica a utilizar:

Para esta técnica fue aplicada la Entrevista a las personas de la población del Municipio de Cimitarra. Esta entrevista fue parte de este proyecto de investigación, identificó puntos de interés sobre el pensar y sentir sobre el difícil acceso que tiene esta comunidad a la educación superior.

Esta recopilación de datos su objetivo principal fue interactuar con estas personas los espacios, su entorno y conocer sus preocupaciones y sus pasiones; fue importante realizar observaciones y tomar parte de conversaciones directas ayudando la conexión los comportamientos y creencias de los participantes.

La elaboración de esta entrevista, dio como resultado que esta población se motive y continúe su emprendimiento e incluso llegar a comercializar sus productos con los recursos y sean para sostenimiento del Centro Tecnológico Innova como los servicios de fotocopias,

Internet, pago matriculas, a un menor costo beneficiando a la comunidad, y los los estudiantes sigan cursando su carrera y no detengan su proceso de formación profesional

2. ETAPA: DEFINE, TECNICA: INFOGRAFIA.

Descripción:

La metodología de Dising Thinking o “Pensamiento de Diseño” tiene como función crear productos y servicios para satisfacer las necesidades de los usuarios, se resalta la innovación y la creatividad. La etapa **Define** busca intentar resolver el problema o necesidad para determinar qué se debe solucionar intentando resolverlo con una solución innovadora, en ésta etapa utilicé la técnica **Infografía** que es la combinación de imágenes e ilustraciones facilitando la fácil comprensión de lo que queremos transmitir.

Identificación de la etapa **Define**

Con las etapas del modelo Dising Thinking se pueden buscar solución a la problemática del municipio de Cimitarra Santander, en este caso utilicé la etapa Define y trabajé con la técnica Infografía, con imágenes se da a conocer las ventajas del Centro Tecnológico y Educativo INNOVA, con oportunidades a través de las TIC’S las personas bachilleras pueden acceder a la educación superior y puedan generar ingresos y así estudiar y ayudar a su familia, éste centro tecnológico cuenta con los siguientes programas: Tecnología en Sistemas, Técnico en Mercadeo, Auxiliar Administrativo y Contable, al acceder a estos programas tienen la ventaja de acceder a universidades presenciales o virtuales ofreciendo las salas de cómputo con servicio de internet.

Éste nuevo proyecto del Centro Tecnológico y Educativos INNOVA conlleva a un impacto en la comunidad favorable, genera nuevas opciones de empleo, más educación, menos pobreza, nuevos proyectos al municipio realizando un avance en los conocimientos adquiridos con este proyecto y mejorar la calidad de vida del municipio.



Figura 7- IDEA DE DESARROLLO SOSTENIBLE "INNOVA"

3. ETAPA: IDEA TECNICA: MAPA MENTAL

Descripción

La idealización es una herramienta que nos ayuda a crear soluciones a la problemática establecida generando varias alternativas donde podamos seleccionar las más pertinentes, para la ejecución de esta etapa se debe incentivar a todo el grupo de trabajo para la activa participación y la generación de ideas, debemos recordar que ninguna idea se debe excluir de esta etapa ya que cualquiera de ella puede aportar a la solución o innovación de nuestro proyecto, para ello se utilizan diferentes técnicas:

La técnica que hemos seleccionado es el mapa mental, Esta técnica nos ayuda a visualizar de manera gráfica y escrita un sinnúmero de opciones para una idea principal, nos genera de una forma ordenada desplegar la conceptualización de cada opción incrementando la participación del grupo de trabajo

El mapa mental nos ayuda a desplegar diferentes ideas y ver cuáles son las más factibles dentro de la solución de nuestra problemática, nos ayuda a identificar los pasos que debemos seguir y nos da una pauta para el inicio de nuestra siguiente fase.

Analizando la técnica realizada evidenciamos el impacto que tiene el proyecto seleccionado para la solución a la problemática establecida, podemos observar que cada idea desarrollada en el mapa mental nos abre opciones para ayudar a la población de cimitarra.

El Centro tecnológico y educativo innova no solo es un proyecto educacional sino abre las puertas a la población para poder tener un ingreso económico y no perder la oportunidad de terminar sus estudios superiores, al igual el impacto y los beneficios que tiene dentro del municipio el centro tecnológico INNOVA ayudaran a que cimitarra sea un ejemplo a seguir dentro de las regiones del país.

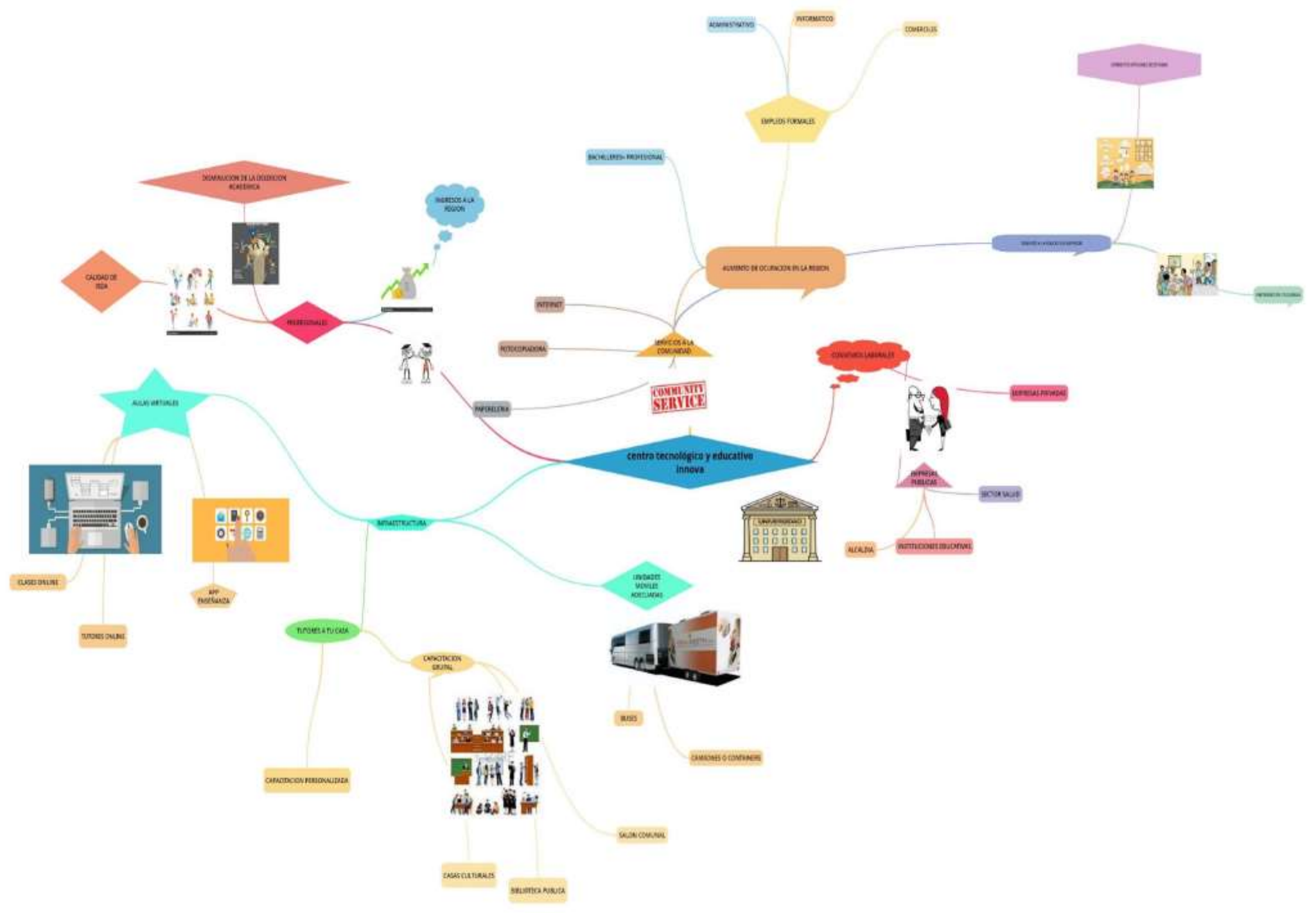


Figura 8 Mapa Conceptual Centro Tecnológico INNOVA

4. ETAPA: PROTOTIPA-TÉCNICA: CUENTA CUENTOS

la etapa **PROTOTIPA**, es la cuarta etapa del modelo de diseño **Design Thinking**, esta es la etapa de construcción, donde las ideas se llevan a la realidad. A través de esta etapa se busca identificar las soluciones a la problemática; buscando siempre identificar las mejoras que se le deben realizar al proyecto antes de llegar a la fase final.

Esta etapa, para poder realizarla, cuenta con diferentes herramientas o técnicas que permitirán llevar todas las ideas a la realidad, algunas de ellas son; mapa mental, evaluación controlada, prototipo en bruto, juego de roles, cuenta cuentos entre otras.

En esta ocasión se utilizará la técnica cuenta cuentos, la cual tiene como objetivo promover la generación de hipótesis. Esta herramienta a través de un cuento o narración de una historia de personajes hipotéticos que en últimas son posibles usuarios del proyecto; busca identificar diferentes circunstancias tales como el origen de la problemática social y a su vez construir las posibles soluciones.

Del desarrollo de esta técnica, surgió el centro tecnológico y de estudio INNOVA.

ALCANZANDO EL FUTURO.

Hace algunos años en el municipio de Cimitarra, se encontraban tres jóvenes a los que llamaremos Carlos, Juan y María, estos jóvenes deambulaban por las calles sin nada que hacer, sin rumbo fijo, sus miradas expresaban tristeza y sus pasos desolación.

En su caminar un día vieron un letrero el cual decía “quieres alcanzar el futuro”. Carlos, Juan y María sintieron gran atracción por esa frase y empezaron a preguntarse entre ellos de que trataría; así que decidieron arrancar ese papel y mientras seguían caminando empezaron a leer todo su contenido pudieron ver que se trataba del centro tecnológico y educativo innova, un centro que daba la oportunidad a jóvenes como ellos de empezar a construir futuro para sus vidas, para sus familias y para su municipio. Así que Carlos, Juan y María decidieron ir a este lugar y conocer un poco de que trataba y de qué manera ellos podían alcanzar el futuro; ellos sentían que sería una gran oportunidad para sus vidas y que de esa

manera ya no deambularían más por las calles, sus miradas cambiarían y su caminar sería diferentes, sentían que el futuro no estaba a la distancia, sino que el futuro era ahora mismo.

Al día siguiente, estos jóvenes salieron muy temprano hacia el lugar del que hablaba el letrero, cuando llegaron allí, encontraron un edificio muy bonito del cual entraban y salían varios jóvenes como ellos, así que se sintieron más emocionados e ingresaron.

Cuando ingresaron, los atendió un joven alto, al que extendiendo su mano se presentaron diciendo sus nombres a lo que este joven respondió con una sonrisa en la cara diciendo – mucho gusto, mi nombre es Oscar, me imagino vienen a este lugar *porque quieren alcanzar el futuro*-. Al escuchar esta frase, los jóvenes se sintieron aún más emocionados y sentían que algo en sus vidas estaba por cambiar, sentían que lo que un día sentían distante hoy lo sentían aún más cerca.

Luego de haber conocido a Oscar y de presentarse, él los hizo seguir a su oficina. Allí estos jóvenes se sentaron y Oscar les preguntó – ¿están aquí para alcanzar el futuro? Estos jóvenes unánimemente respondieron -SI-. Luego Oscar les dice – antes de hablarles como alcanzarán el futuro, quiero conocer un poco de ustedes, quiero saber todo de sus vidas y cuál es el motivo real para estar en este lugar-.

A lo cual la primera en hablar fue María.

– mi nombre es María. Tengo 20 años y me gradúe del colegio a los 16, desde ese día mis sueños eran poder ingresar a una universidad y estudiar para brindarle un buen futuro a mis hermanos y a mis padres. A medida que fui creciendo empecé a ver diferentes obstáculos para poder ingresar a una universidad, ya que para hacerlo tenía que salir del municipio, ir a otra ciudad, pagar un lugar para vivir, para alimentarme. Al ver todos estos obstáculos mi sueño empezó a desvanecerse. así que decidí empezar a trabajar para algún día empezar a estudiar y por más esfuerzos que hice por ahorrar y un día empezar mi viaje, cada día era más distante, lo que ganaba solo alcanzaba para mis gastos y para ayudar un poco en casa. Esto es un poco de mi historia y del porque estoy en este lugar. -

Luego de esta pequeña historia fue el turno para que Carlos empezara a hablar.

– mi nombre es Carlos tengo 17 años y me acabo de graduar del colegio. Desde que ingresé al colegio lo hice con muchos esfuerzos ya que mis padres son del campo y para

estudiar me tocaba caminar todos los días 2 y 3 horas para poder alcanzar la ruta que nos traía hasta el colegio. así que cada día me esforcé por terminar mis estudios y de esa manera retribuir un poco el sueño que tenían mis padres para mí. Llevo andando todo un año en busca de oportunidades para así poder ingresar a la universidad, pero para mí ha sido imposible. A principios de año mi padre enfermo y tuve que hacerme cargo de la finca para así poder tener que comer y ayudar a mis hermanos, así que mi sueño de estudiar la universidad se ha desvanecido ya que tampoco tengo recursos para estudiar a distancia que es una de las opciones que escuche. así que estoy en este lugar porque quiero alcanzar los sueños que un día deje atrás. –

Ahora era el turno de Juan.

- Mi nombre es Juan tengo 30 años. Me gradúe del colegio cuando tenía 17 años. Mi sueño siempre fue ser un ingeniero ambiental, pero para mí siempre fue un sueño difícil de alcanzar; difícil ya que mis padres no tenían los recursos para darme la oportunidad de enviarme a estudiar. Esto para mí siempre fue algo muy difícil lo que me llevo a las drogas y a los malos caminos.

Hace 5 años gracias a Dios encontré unas personas que me ayudaron y pude salir de las drogas. Hoy estoy trabajando y ahorrando un poco para un día poder empezar mis estudios y olvidar la triste historia de mi vida. Pero veo que cada día se hace más difícil acceder a la educación superior. Y al ver ese letrero, sentí nuevas esperanzas y sentí que algo estaba por cambiar. -

Luego de escucharlos detenidamente, Oscar sintió un poco de tristeza, pero él sonrió y les dijo – han llegado al lugar indicado- y detenidamente empezó a hablarles que era el centro tecnológico y educativo innova.

- El Centro Tecnológico y Educativo INNOVA, nació de la necesidad de ayudar a jóvenes como ustedes, a jóvenes que por diferentes razones tanto sociales como económicas no han tenido la oportunidad de empezar a caminar para alcanzar sus sueños. Este centro les brinda la oportunidad a jóvenes para que trabajen y para que puedan estudiar. Con los ingresos, ustedes recibirán un porcentaje el cual será de gran ayuda económica para ustedes y sus familias, por otro lado, pagaran sus estudios y finalmente aportaran para el crecimiento del

centro y para que jóvenes en la misma situación en la que se encuentran ustedes puedan acceder y puedan también alcanzar sus sueños, puedan *alcanzar el Futuro*. –

Luego de escuchar a Oscar, estos jóvenes sintieron que estaban en el lugar indicado, sintieron que realmente algo iba empezar a cambiar, y que esos sueños dejarían de ser sueños y pasarían a ser una realidad, sintieron que el futuro era su presente.

AÑOS DESPUES....

Pasaron los años y Juan, Carlos y María tuvieron la oportunidad de graduarse, tuvieron la oportunidad de ver reflejados sus sueños. Hoy son embajadores del centro tecnológico y de estudios innova y brindan la oportunidad a jóvenes de alcanzar sus sueños y metas.

María tuvo la oportunidad de graduarse como ingeniera de sistemas y es la encargada de la parte de formación en ensamble de computadoras, para que los jóvenes que quieran capacitarse lo puedan hacer y con ello trabajar en el centro aportando recursos para seguir creciendo.

Juan, se graduó como administrador de empresas y hoy es el encargado de buscar convenios con diferentes empresas para que tomen nuestros servicios y concientizando a las empresas que sus aportes a través de la responsabilidad social y empresarial brindaran a muchos jóvenes la oportunidad de crecer y desarrollarse como personas y como profesionales

Carlos, se graduó como contador y es el encargado de las finanzas del centro, es el encargado de vigilar que todos los recursos que ingresan se utilicen de la manera adecuada y de esta manera permitir que el centro siga creciendo ayudando a muchos jóvenes a que puedan alcanzar el futuro.

Los sueños muchas veces se ven frustrados por diferentes motivos y por eso en nuestro centro tenemos el lema de alcanzando el futuro, porque queremos que los jóvenes sigan creciendo, sigan soñando y sientan que a pesar de las dificultades y de los problemas el futuro está más cerca de lo que ellos puedan imaginar.

Por eso jóvenes como Carlos, Juan y María vemos en diferentes lugares y por jóvenes como ellos es que nació nuestro proyecto.

Ustedes se preguntarán y bueno en esta historia falta algo muy importante. De donde surgió este centro.

Pues la historia aún no ha terminado.

VOLVIENDO AL PASADO...En cierta oportunidad, cinco jóvenes estudiantes de la UNAD, Carlos, Martha, Beatriz, Carolina y Oscar, como diplomado de grado empezaron a desarrollar un proyecto que pudiera resolver una problemática social. Esta problemática social era la falta de oportunidades de jóvenes de escasos recursos para poder acceder a la educación superior.

Para desarrollar el proyecto, estos cinco jóvenes tuvieron que pasar por diferentes etapas para poder encontrar una posible solución a la problemática social que habían identificado, para ello empezaron a investigar sobre una técnica de diseño muy reconocida llamada Design Thinking; técnica que a través de sus cinco fases (empatiza, define, idea, Prototipa y testea). Ofrece diferentes técnicas de diseño, las cuales brindas estrategias e ideas para la elaboración de proyectos.

Estos jóvenes desarrollaron las diferentes técnicas identificando, la problemática, sus posibles soluciones, sus ventajas, sus desventajas, el financiamiento del proyecto entre otras. Y una de las técnicas que permitió el desarrollo del proyecto, fue la técnica de cuenta cuentos, técnica que pertenece a la etapa de Prototipa, esta técnica brindaba la oportunidad que la persona que la utilice a través de un cuento creara personajes que posiblemente serian usuarios o beneficiarios del proyecto.

Luego de muchos días y noches de estudio, estos jóvenes propusieron crear un centro de estudio y tecnológico, que brindara la oportunidad a jóvenes de poder estudiar y trabajar.

Con esta técnica estos jóvenes lograron desarrollar diferentes estrategias y técnicas que les permitieron el desarrollo del proyecto. A través de las técnicas buscaron tener una estructura clara del proyecto. Al identificar estas técnicas, se lograron conocer diferentes problemas, tales como la financiación del proyecto entre otros.

Y pues como pudieron ver esa idea tuvo sus frutos y hoy jóvenes como Carlos, Juan y María lograron alcanzar sus sueños y cambiar el rumbo de sus vidas, esto gracias al

esfuerzo y dedicación de estos cinco jóvenes que decidieron cambiar el futuro de muchos jóvenes de sus regiones.

FIN....

La historia de estos jóvenes sabemos que será el principio de muchas otras, de jóvenes que cambiarán sus vidas de jóvenes que ¡ALCANZARAN EL FUTURO!

Conclusión desarrollo de la etapa.

Esta técnica a través de un cuento o de una historia narrativa, permite a través de historias de vida de personajes hipotéticos de una zona específica, conocer los diferentes problemas sociales que estos viven en su lugar de residencia. En este caso, se logró identificar que el problema social que estaban viviendo derivaba de las faltas de oportunidades que encontraban en el municipio de Cimitarra, especialmente de la falta de oportunidades para acceder a la educación superior y de esta manera mejorar su calidad de vida.

Por otro lado, con esta técnica se lograron identificar posibles soluciones a la problemática establecida, de allí surge el centro tecnológico y educativo innova que busca brindar a la población una nueva oportunidad para sus vidas, dando solución a esta problemática y otras que se derivan de la misma.

4. TÉCNICA: TESTEA –ETAPA: MAPA DE OFERTA

La etapa usada en este punto del desarrollo del proyecto, es la etapa “Testea”, que trata básicamente de probar los prototipos con los usuarios implicados en la solución que se esté desarrollando. Esta fase es de vital importancia porque ayuda a identificar algunas mejoras significativas, fallos pendientes por resolver, y posibles carencias. Durante esta fase evoluciona la idea hasta convertirla en la solución que se estaba buscando. Podría decirse que es como una prueba piloto, donde se pone a prueba el producto o servicio final, de la forma como se diseñó, para evaluar los impactos positivos y negativos que genere en la población referenciada como objeto de mercado. Para el abordaje de esta etapa existen ciertas técnicas que facilitan la obtención y análisis de los resultados respecto al impacto del producto o servicio en el mercado. A continuación, se mencionan dichas técnicas: Interacción constructiva, Evaluación de la experiencia, Maquetas, Mapa de ofertas, Póster,

Juego de roles, Prototipo en bruto, Prototipo en imagen, Evaluación en contexto, Storyboard o guiòn gráfico, Mapa del sistema, prueba e usabilidad, observación encubierta, Storytelling, grupos de discusión o focus groups, Toolkit, Apuntes de Testeo, Mi turno, Elevator pitch , Tarjetas rojas y verdes, Mago de oz, Selección N.U.F, Más/Mejor, Diario, Evaluación del valor.

La técnica seleccionada en esta etapa del proyecto fue “Mapa de ofertas”. Y esta consiste en plasmar de forma visual las diferentes funcionalidades que un producto o servicio ofrece a un usuario final. Esto ayuda a sostener el diálogo sobre posibles mejoras de una solución, o su explicación final.

Como resultado de esta etapa, y después de aplicada la técnica Mapa de Ofertas, se reafirmó y consolidó la cartera de servicios que El Centro Tecnológico Y Educativo Innova ofertará a la comunidad del municipio de Cimitarra y sus regiones aledañas. A continuación, se mencionan los servicios y beneficios en cuestión:

- Oportunidad de trabajo para los jóvenes bachilleres técnicos, con miras a realizar estudios superiores.
- Educación superior en la modalidad a distancia/virtual
- Cátedras 100% online, desde la comodidad de su casa
- Repetición de las clases, para afianzar temas y aclarar dudas
- Convenios con diferentes universidades de modalidad a distancia y virtual, para ampliar las opciones de carreras.
- Carreras técnicas, en sistemas, contabilidad, auxiliares administrativos.
- Desarrollo para la región, al generar fuentes de ingreso y capacitación.
- Mejor aprovechamiento del tiempo libre, de los jóvenes
- Servicio de fotocopiado, trámites en línea e internet
- Fuente de empleo para el municipio de Cimitarra.
- Convenios con universidades de la región y las de modalidad a distancia, para que los jóvenes cuenten con mayores opciones.

Por otro lado, permitió aclarar y detallar cada servicio. Usar un gráfico para representar el portafolio de servicios y beneficios que este proyecto aportará a la comunidad, sirvió para

darnos cuenta de que faltó mayor detalle y especificación para estos, pues los organizamos de una forma generalizada.

Al finalizar la aplicación de esta técnica se pudo concluir que El Centro Tecnológico Y Educativo Innova, al integrar un servicio de educación superior en la modalidad a distancia y virtual, con la oportunidad de trabajar prestando servicios técnicos a su municipio, este se convierte en la mejor opción para los jóvenes de la comunidad en cuestión, teniendo en cuenta la condición socioeconómica de estos. En este orden de ideas, esta modalidad les brinda la posibilidad de trabajar y estudiar simultáneamente y sin salir de su pueblo, ahorrándose así los costos de hospedaje, manutención y transporte que acarrearía el trasladándose a otra ciudad.

Por otro lado, el aprovechamiento de los conocimientos previos que tienen los jóvenes que ostentan el título de bachiller técnico en disciplinas como mantenimiento y ensamble de computadores, administración de empresas, sistemas, entre otros, permitirá ofertar al mercado cimitarreños una fuerza laboral técnica y obviamente al proyecto le beneficiará en cuánto al ahorro de tiempo y recursos en capacitación de los jóvenes para el trabajo; permitirá que se inicie más rápido la fase de oferta de servicios técnicos, en el que los empleados van a ser esos jóvenes bachilleres con aspiraciones de estudiar una carrera profesional. Sin dejar de lado que, sería una fuente de empleo y progreso para el municipio, pues los empleados y beneficiarios serían del mismo lugar.

MAPA DE OFERTA: CENTRO TECNOLÓGICO Y EDUCATIVO INNOVA

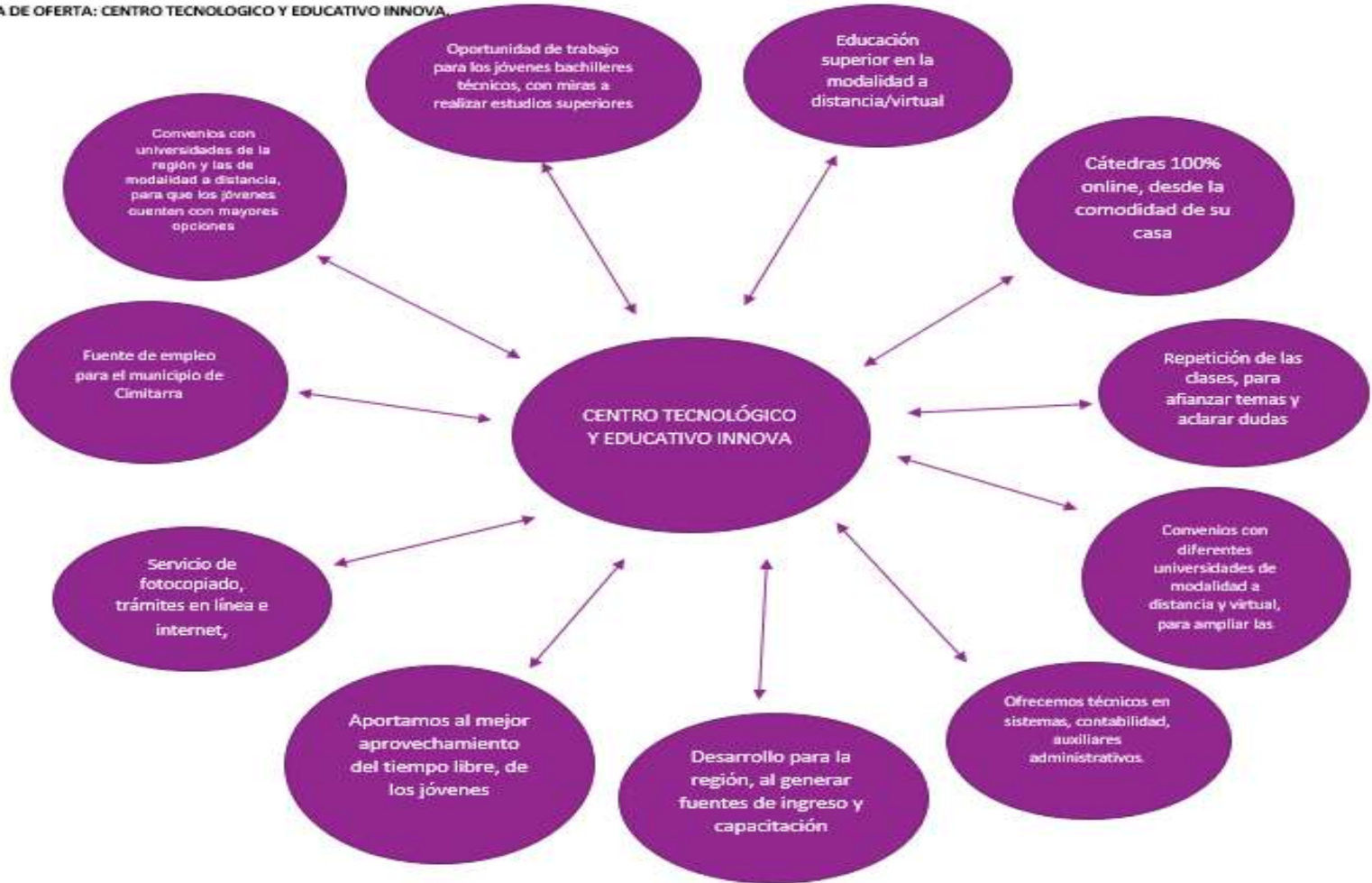


Figura 9- Mapa de Oferta Centro Tecnológico INNOVA

Fase 5: Decisiones de estrategias de mercadeo y propuesta de estrategias

PLAN DE MARKETING:

Análisis:

El mercado objetivo del Centro Tecnológico y educativo INNOVA son aquellos jóvenes bachilleres que deseen continuar con sus estudios tecnológicos y obtener recursos para sus sustento y ayuda económica a sus familiares.

Teniendo en cuenta la problemática social en el Municipio de Cimitarra, los posibles competidores en esta región, satisfaciendo las mismas necesidades estarían: por la Administración Municipal la Secretaria de Educación Local, a través de las TIC'S, SENA y la Institución en Educación Técnica y Tecnología UNAD.

De esta manera se generarán recursos para el sostenimiento del centro tecnológico y recursos para ellos mismos. Por otro lado, este centro tecnológico brindará internet, fotocopias y otras actividades a la comunidad a un menor costo, beneficiando a una mayor parte de la población.

Nuestro mercado potencial, serán principalmente las empresas del municipio, a las cuales les ofreceremos nuestros servicios a un bajo costo, pero de buena calidad. Se buscará convenios para realizar a las diferentes entidades del municipio mantenimiento de computadoras, recargas de tonner, mantenimiento de impresoras, actividades contables y administrativas.

Planteamiento de objetivos:

Objetivos del programa de Marketing:

Nuestros objetivos del programa del marketing serán cuantificables y cualificarlos para poder lograr las metas establecidas por la empresa.

1. Incrementar el uso de las TICS para el desarrollo de nuevas habilidades y alternativas para la finalización de estudios superiores en el municipio de Cimitarra.
2. Aumentar el uso de nuestras redes sociales para lograr que sean canales de comunicación con nuestros usuarios y futuros clientes donde se establezcan nuestros

puntos de atención, eventos, nuevas tecnologías, uso de la plataforma y atención al cliente.

3. Potenciar nuestra marca en el municipio y la región por medio de eventos publicitarios en colegios que ayuden a conocer a los estudiantes nuestro proyecto y las facilidades y ventajas que se obtienen al participar de este, al igual que en eventos empresariales y municipales.
4. Establecer bases de datos que nos entreguen potenciales clientes que cumplan con las características requeridas para nuestro proyecto.
5. Incrementar el tráfico en la web en un 30% en los próximos 6 meses
6. Conseguir cada mes de 200 a 500 seguidores en redes sociales. (INSTAGRAM, FACEBOOK entre otros).

Segmentación:

Tabla 3

Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Municipio Cimitarra departamento de Santander • Clima de 26 a 35 grados. • Economía: agricultura, cultivo de caucho y cacao 	psicográficas	<p>Personas con una vida laboral, con aspiraciones de ser un profesional y mejorar su vida personal, socialmente activo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas con interés en las TICS •
Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> • 18 a 40 años • Bachilleres Técnicos o tecnólogos. • Nacionalidad no aplica • Profesión: estudiantes o empleados • Género masculino femenino. • Sus ingresos son de 1 salario mínimo a 4 salarios mínimos 	Comportamiento	<p>Nuestros consumidores tienen preferencias de estudio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Virtual • Semipresencial • Personalizadas <p>Formas de pago</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crédito • efectivo

Geografía: El Centro Tecnológico y educativo INNOVA estará ubicado en el municipio de Cimitarra Santander es alto el índice de estudiantes que no ingresan a la educación superior por diferentes circunstancias, ya sea por no contar con recursos económicos, por la distancia a los centros universitarios y porque no hay oferta institucional universitaria en pregrado en la municipalidad

Edad: Bachilleres entre los 17 a 25 años

Sexo: hombre, mujer

Nivel económico: éste proyecto está diseñado para jóvenes de escasos recursos. El índice de acceso a la educación superior en Colombia es del 35%, en Santander es del 45,2% según cifras del ministerio de educación.

Estudios: Se requieren jóvenes bachilleres para que tengan la posibilidad de acceso a la educación superior.

Los aliados estratégicos serán los siguientes:

- **Aliados económicos:** Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), UNICEF (Fondo de la Naciones Unidas para la Infancia), OIT (Organización Internacional del Trabajo) y CEPAL (Centro de Estudios para América Latina). Estas entidades, serán fundamentales y serán grandes aliados, ya que, a través de ellas, buscaremos obtener fondos y apoyo económico para poner en marcha el proyecto y a su vez para el mantenimiento y crecimiento de nuestro centro de estudio y tecnológico INNOVA.

Estas entidades son de gran importancia, ya que dentro de sus políticas ven en la educación una forma de desarrollo y crecimiento para una nación.

- **Aliados Educativos:** algunos de los aliados educativos, serán las entidades educativas, que quieran brindar formación educativa virtual a través de nuestro centro de estudio. Pero el principal aliado será la UNAD (universidad nacional abierta y a distancia) y el gobierno nacional. La UNAD, se vinculará con toda su oferta educativa, capacitación al personal y orientación en cuanto al funcionamiento

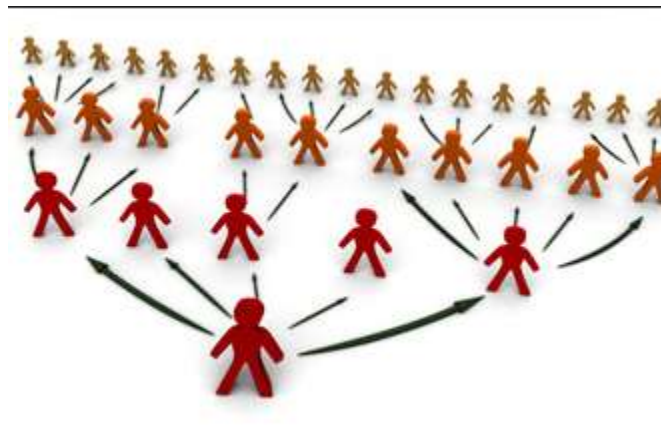
de una empresa social. Por otro lado, el gobierno nacional, a través de la UNAD ofrecerán el programa GENERACION E, el cual busca una transformación social para el desarrollo de las regiones del país. A través de este programa, se le brindara acceso a la educación superior gratuita a jóvenes en condición de vulnerabilidad. Por eso creemos que el gobierno y la UNAD serán grandes aliados, ya que este programa va de la mano con nuestra misión y busca atacar la problemática social del municipio de Cimitarra y del país en general.

- **Aliados comerciales:** los aliados comerciales, serán colegios, empresas, alcaldía, bancos, los cuales serán clientes potenciales de los servicios ofrecidos por nuestro centro de estudio y tecnológico INNOVA.

Estrategia de comunicación:

- Para nuestro proyecto, usaremos estrategias de comunicación online, ya que es una estrategia que requiere pocos gastos, lo cual la hace rentable para nuestro proyecto.

En la publicidad también es importante, la boca a boca o el impacto de su imagen corporativa al estar bien referenciada el centro Tecnológico INNOVA llamará la atención de los jóvenes que deseen ingresar a la educación superior.



Esta estrategia, se lleva a cabo con herramientas online que pueden ser tanto gratuitas como pagas a un bajo costo. Estas herramientas son las redes sociales, correo electrónico, blogs, YouTube.

La idea es crear videos y anuncios llamativos para así dar a conocer los servicios que ofrecemos y a su vez dar a conocer la finalidad que tienen nuestros servicios, de esta manera queremos mover los sentimientos de las personas y así buscar que quieran unirse como aliados en el desarrollo del proyecto aportando para que muchos jóvenes puedan alcanzar cada uno de sus sueños y puedan soñar con un mejor futuro para sus vidas.

Estrategia de Posicionamiento:

Entendemos posicionamiento como la imagen que ocupa una marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor.

Para lograr un posicionamiento en el mercado, se requieren cualidades irrepetibles por la competencia y nuestro centro de estudio tiene una cualidad específica, y es que a través de sus ingresos busca dar solución a problemáticas sociales determinadas, mejorando la calidad de vida de gran parte de la población, especialmente las poblaciones más desfavorecidas.

Por tal motivo, aparte de ofrecer un buen servicio y aún bajo costo, queremos mostrar a los clientes o potenciales clientes, que al adquirir nuestros servicios no solo obtendrán una gran experiencia, sino que aportarán para que muchos jóvenes puedan estudiar y trabajar, alejándolos así de la delincuencia y a drogadicción. A esta estrategia se le conoce como estrategias de **beneficio de un producto**.

Estrategia de Diferenciación:

La **estrategia de diferenciación** consiste en ofertar en el mercado un producto o servicio similar al de otra empresa pero que tiene ciertas características que hacen que el cliente lo perciba como único y, por ello, esté dispuesto a pagar un precio superior.

Lo que nos hace diferentes, es la causa social de nuestra empresa, por ello queremos que las personas y clientes potenciales conozcan la finalidad de nuestro centro educativo; Pero a su vez, queremos ofrecer un servicio que brinde fiabilidad, consistencia, rapidez, efectividad, calidad y ante todo puntualidad. A nuestra estrategia le podríamos llamar estrategia de

sensibilización, ya que realmente queremos llegar al corazón de las personas. Queremos ser parte de sus vidas y que ellos sean parte de la nuestra, queremos que se sientan involucrados en nuestra causa social.

ESTRATEGIA	¿Qué?	¿Como?	¿Con que?	¿Cuándo?	¿Quién?
COMUNICACIÓN	Ofrecer diversas piezas informáticas denominadas plataformas didácticas tecnológicas	Desde esta perspectiva las plataformas didácticas tecnológicas son desarrollos informáticos que buscan representar la acción educativa en su conjunto, que incluye la creación y gestión de los contenidos educativos a través de diferentes herramientas, como: - Herramientas de comunicación: foros, chats, correo electrónico. - Herramientas de los estudiantes: autoevaluaciones, zonas de trabajo en grupo, perfiles. - Herramientas de productividad: calendario, marcadores, ayuda. - Herramientas de administración: autorización, administración. - Herramientas del curso: anuncios, evaluaciones.	Los recursos para el sostenimiento del centro tecnológico y recursos para ellos mismos, por otro lado, este centro tecnológico brindara internet, fotocopias y otras actividades a la comunidad a un menor costo, beneficiando a una mayor parte de la población. Nuestro mercado potencial, serán principalmente las empresas del municipio, a las cuales les ofreceremos nuestros servicios a un bajo costo, pero de buena calidad. se buscará convenios para realizar a las diferentes entidades del municipio mantenimiento de computadoras, recargas de tonner, mantenimiento de impresoras, actividades contables y administrativas.	La estrategia determina para esta meta es a largo plazo, los recursos de acción y los recursos necesarios para alcanzarlas, van direccionados es saber en dónde quiere estar esta población para crecer, generar utilidades y permanecer en el mercado y también tener muy claro hacia dónde van y cuáles son los fines que persiguen.	Administración municipal con la Secretaria Educación y el Centro Tecnológico Innova.
POSICIONAMIENTO	Ofrecer un servicio innovador donde impacte a la población los jóvenes de Cimitarra.	Dando a conocer el servicio y todo lo relacionado con los beneficios que presenta	Dando a conocer las modalidades de nuestro servicio y dar a conocer los recursos qué harán qué	Se hará desde el primer momento donde se llevé a cabo el proyecto eso determina qué tanto es	Centro Tecnológico INNOVA , los clientes

		logrando impactar en el mercado potencial y frente a los competidores.	este Centro Tecnológico se mantengan, por otra parte, lugar incursionar en todo el municipio es nuestro mayor compromiso con los jóvenes de escasos recursos.	acogida la propuesta presentada sobre las ofertas de estudio disponible	
DIFERENCIACION	Ofrecer un servicio innovador en el Centro Tecnológico INNOVA que nos diferencie de la competencia.	El Centro tecnológico ayuda a nuestros estudiantes a tener una opción de trabajo mientras estudias y obtienen un sueldo completo para su estudio y vida familiar. Nuestro sistema de producción es mucho más económico que nuestros más cercanos competidores y esto nos ayuda a dar precio más bajo en las modalidades de estudio que ofrecemos.	Ofreciendo un servicio personalizado generando empatía con cada uno de nuestro cliente.	Es un proyecto de gran salida y el tiempo de ejecución será el determinado para saber qué acogimiento tiene	Competidores cercanos
MARKETING MIX : Tácticas para promocionar en el Centro Tecnológico INNOVA					
Producto	En el Centro Tecnológico INNOVA se ofrecerá ofertas académicas para que los estudiantes sigan cursando su carrera y no detengan su proceso de formación profesional.	Dar a conocer nuestro servicio donde tenga una gran acogida entre los jóvenes sabiendo que está será una gran oportunidad para el Municipio de Cimitarra donde emplea y aporta recursos a la educación superior.	Los recursos para mantener el Centro Tecnológico INNOVA, será para ellos mismos donde se beneficie cada uno de los jóvenes que harán parte de este proyecto	La estrategia determinada será a largo plazo ya que busca en entrar y poder participar en el mercado el cual será una gran ayuda para mejorar la educación en el Municipio.	Centro Tecnológico Innova
Precio	En el Centro Tecnológico INNOVA se ofrecerá ofertas académicas para	Dar a conocer nuestro servicio donde tenga una gran acogida entre los	Los recursos para mantener el Centro Tecnológico INNOVA,	El proyecto se establece para mantener esta estrategia desde su	Centro Tecnológico Innova

	que los estudiantes sigan cursando su carrera y no detengan su proceso de formación profesional.	jóvenes sabiendo que está será una gran oportunidad para el Municipio de Cimitarra donde emplea y aporta recursos a la educación superior.	será para ellos mismos donde se beneficie cada uno de los jóvenes que harán parte de este proyecto	comienzo y poder consolidar mejores ofertas en el transcurso de su operación	
Promoción	Se va a realizar la publicidad por diferentes medios de comunicación y con avisos en internet del centro Tecnológico INNOVA. El voz a voz.	Al aprovechar los diferentes medios de comunicación haciendo publicidad en la radio y con avisos en internet para que las personas del municipio de Cimitarra tengan conocimiento de las fechas de inicio de clase, el lugar y costos de las carreras. Es importante la publicidad, la boca a boca o el impacto de su imagen corporativa. Al estar bien referenciada el centro Tecnológico INNOVA llamará la atención de los jóvenes que deseen ingresar a la educación superior.	La publicidad que se va a realizar en la radio se costeará con recursos propios y la publicidad en internet no tendrá costo ya que las personas de la organización serán las encargadas de realizarlo	El mejor momento para promocionar el centro tecnológico INNOVA es cada semestre para que los estudiantes se enteren de las fechas de matrículas.	Radio Avisos en internet Los clientes satisfechos del producto y personas del común.
Plaza	La utilización de diferentes medios de distribución de nuestro servicio	Por medio de la página de internet, nuestro punto de atención en cimitarra, aliados corporativos.	Nuestro canal de distribución tiene bajos costos ya que se está manejando por medio de la red y desde nuestro centro tecnológico INNOVA.	La utilización de nuestro canal de distribución se realizará desde el momento que se realice la apertura de INNOVA y se generaran aperturas de nuevos canales según la demanda de nuestros clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Centro Tecnológico INNOVA • Rector Institución. • Comunidad docente. • Área administrativa • Comunidad Estudiantil

SAADFase 6: Programa de marketing Digital:
Imagen de la marca y slogan seleccionado por el grupo



Figura 10-Imagen de Marca y Slogan De INNOVA

a. Presentación del enlace del Wix con todos los elementos solicitados:

<https://beradelfin.wixsite.com/innova/acciones>

- Imagen de marca y slogan
- Vínculos de información de la empresa y sus productos o descripción del servicio.
- Vínculos de contacto con el prospecto, se puede solicitar Login al navegante.
- Vínculos a las redes sociales: a los perfiles y grupos.


- Vincular al Wix el blog que debe contener las acciones seleccionadas a aplicar en el proyecto de emprendimiento social.

Objetivos del programa de Marketing:


Nuestros objetivos del programa del marketing serán cuantificables y cualificarles para poder lograr las metas establecidas por la empresa.

7. Incrementar el uso de las TICS para el desarrollo de nuevas habilidades y alternativas para la finalización de estudios superiores en el municipio de Cimitarra.
8. Aumentar el uso de nuestras redes sociales para lograr que sean canales de comunicación con nuestros usuarios y futuros clientes donde se establezcan nuestros puntos de atención, eventos, nuevas tecnologías, uso de la plataforma y atención al cliente.
9. Potenciar nuestra marca en el municipio y la región por medio de eventos publicitarios en colegios que ayuden a conocer a los estudiantes nuestro proyecto y las facilidades y ventajas que se obtienen al participar de este, al igual que en eventos empresariales y municipales.
10. Establecer bases de datos que nos entreguen potenciales clientes que cumplan con las características requeridas para nuestro proyecto.
11. Incrementar el tráfico en la web en un 30% en los próximos 6 meses
12. Conseguir cada mes de 200 a 500 seguidores en redes sociales. (INSTAGRAM, FACEBOOK entre otros).

Propuesta de acciones de Marketing.

RED SOCIAL	PROPOSITO DEL CONTENIDO	CONTENIDO Y PUBLICACIONES
	<p>Wix, será el programa de creación de nuestra página web. A través de la página web, buscamos tener un canal de comunicación y de información más formal con clientes, usuarios y aliados estratégicos, a su vez es el</p>	<p>En nuestra página web tendremos lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Información corporativa. * contactos e información. * enlaces a cada una de nuestras redes sociales. * dirección y teléfonos.

	<p>medio donde tendremos toda la información corporativa de nuestra empresa.</p>	<p>* se recomienda mantener la página web actualizada. Realizando de 1 a 3 publicaciones por semana.</p>
	<p>Facebook. Es una de las redes sociales con mayor flujo de personas, ya que permite que cualquier persona pueda estar conectado a cualquier hora del día y desde cualquier dispositivo electrónico. Por este motivo, Facebook, será uno de nuestros canales de información, ya que, a través de Facebook nuestro cliente, aliados estratégicos actuales y futuros, puedan estar conectados a nuestra información.</p>	<p>Objetivos del Facebook.</p> <ul style="list-style-type: none"> * conseguir de 200 a 500 seguidores mensualmente. * información general del centro educativo y tecnológico. * tener una comunicación más cercana con nuestros clientes y seguidores. * se recomienda realizar de 1 a 4 publicaciones por día.
	<p>TWITTER es un canal de comunicación utilizado en todo el mundo, el cual es utilizado en su mayoría por empresas y profesionales, para estar informados en tiempo real. Esto nos permite tener mayor cercanía con nuestros aliados estratégicos y con otras empresas que al conocer nuestros productos y servicios quieran apoyar nuestro objetivo.</p>	<p>Objetivos del TWITTER.</p> <ul style="list-style-type: none"> * conseguir de 200 a 500 seguidores mensualmente. * información general del centro educativo y tecnológico. * información en tiempo real de nuestros programas, metas y objetivos. * se recomienda realizar de 1 a 8 twits por día.
	<p>Esta red social, también es de gran flujo de personas, pero a diferencia de otras redes sociales, la información que se brinda es a través de imágenes, generando un impacto visual.</p>	<p>Objetivos del INSTAGRAM.</p> <ul style="list-style-type: none"> * conseguir de 200 a 500k de seguidores mensualmente. * información general del centro educativo y tecnológico. * permite a través de imágenes mostrar lo que hacemos como empresa y lo que hace cada uno de nuestros estudiantes. * permite que nuestros estudiantes compartan sus experiencias.

	<p>Al igual que la página web, a través del blog, queremos tener un canal de comunicación corporativa, pero de una manera más informal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> * se recomienda subir de 1 a 3 imágenes por día. * tendremos información corporativa. * enlaces de acceso a sitios web. * números de contacto * espacios para conocer sugerencias de nuestros usuarios, clientes y aliados estratégicos.
---	---	--

LINK VIDEO GRUPO 110011_6

<https://www.youtube.com/watch?v=esw783uBrwk>

CONCLUSIONES

Se puede concluir que es importante el marketing para emprendedores, diseñar un nuevo producto teniendo en cuenta las necesidades del sector, se deben investigar nuevos segmentos, conocer el mercado, reconocer el estilo de vida de la comunidad y así poder identificar las estrategias del emprendimiento social para ayudar a la comunidad.

La situación actual del mercado fue ideal para la creación del Centro Tecnológico Innova, es un continuo crecimiento durante los últimos años, con lo cual la principal estrategia de posicionamiento es la excelente calidad de servicio a precios muy competitivos.

Se consideró que el objetivo general de este estudio fue comprobar la conclusión de este proyecto lo cual es factible ya que cumple con las expectativas propuestas. Queda demostrado que este proyecto en su funcionamiento es un negocio viable y atractivo con una utilidad acertada.

Con un manejo mercadológico y administrativo eficiente la implementación del sistema facilitará el acceso a la cultura para toda la población, y las diferentes actividades de la empresa crearán fuentes directas de trabajo.

Finalizado este trabajo, el cual se vio alcanzado el objetivo con el plan de marketing dirigido a mejorar la imagen de mercado incidiendo en factores clave como el precio, la publicidad, la calidad, la distribución y la red comercial entre otros.

Se puede resaltar la importancia de los programas de marketing para dar a conocer el proyecto de emprendimiento social, genera direccionamiento, indica objetivos y cómo alcanzarlos, mantiene el estado motivacional obteniendo así las metas propuestas, todo esto es con la ayuda de las redes sociales que nos permiten estar más cerca y en tiempo real con los usuarios y seguidores.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, A. (2011). Prevalencia de la violencia intrafamiliar en el municipio de Barrancabermeja. *Criminalidad*, 53(2), 123-143.
- Alcaldía Municipal de Barrancabermeja. (2004). Plan de Desarrollo Económico - Social 2004 - 2007 Con honestidad haremos más por Barrancabermeja. Barrancabermeja: Documento Interno.
- Aguilar, M. y Laparra, M. (2001): “Las empresas de inserción. Algunas reflexiones para seguir avanzando”, En PALLARÉS, J.; PELEGRÍ, X. y AMÉZAGA, J. (coords.). *Yacimientos profesionales para el Trabajo Social. Nuevas perspectivas de intervención*. Madrid: Mira Editores.
- Anta Roca, Jesús. (2015). San Pedro Regalado y Barrio España. Valladolid, la mirada curiosa. <https://jesusantaroca.wordpress.com/tag/barrio-san-pedroregalado-barrio-espana/>
- Arias Goytre, F. (2005). El estudio de la desigualdad urbana. *Urbano*, 8(11).
- Ballester, Ll. y Figuera, P. (2000). Exclusión e inserción social. En Amoros, P. y Proyecto red-anida para fomento del autoempleo con colectivos vulnerables] fundación emplea.
- Población por regiones geográficas, 2018 dane 2-11-2018 <https://sitios.dane.gov.co/cnpv-presentacion/src/#cuantos00> Inseguridad en Bogotá: ¿aumentó el delito o cambió la forma de medirlo? 09-02-2019 <https://www.semana.com/nacion/articulo/cifras-del-delito-en-bogota-2018/564737>. Cada hora, 11 personas son robadas en Bogotá 25-06-2018 <https://www.eltiempo.com/bogota/cifra-de-robos-y-atracos-en-bogota-durante-el-2018-235208>
- Lupton E. (2012). *Graphic Design Thinking Intuición, acción, creación*. Recuperado de: <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/detail.action?docID=4421910&query=Design+Thinking>
- Kerestegian S. (2017). *Días Norticos 2017: Design Thinking*. (Video) Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-_5IVg83w

OVI Unidad tres Modelo de Negocio Design Thinking

Lupton E. (2012). Graphic Design Thinking Intuición, acción, creación. Recuperado de:

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/detail.action?docID=4421910&query=Design+Thinking>

Kerestegian S. (2017). Dias Norticos 2017: Design Thinking. (Video) Recuperado de:

https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-5IVg83w

Mejía, A. (2018). El emprendimiento social. Colombia. Recuperado de:

<http://hdl.handle.net/10596/21685>

Recuperado de: <https://designthinking.es/inicio/index.php>

Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010). Marketing para emprendedores. Bogotá DC, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de:

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/reader.action?docID=3193395&query=mercadeo+para+emprendedores>

OVI Unidad cuatro Gestión del Marketing para emprendedores Mejía, A. (2018). Gestión del Marketing para emprendedores. Colombia.

Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/22241>

FILIBA, Salvador. PALMERI, Ricardo. Manual de Marketing directo e interactivo. 3ra Edición: Asociación de Marketing Directo e Interactivo de Argentina, AMDIA, Buenos Aires. 2008

FLEMING, Paul. Hablemos de Marketing Interactivo: Reflexiones sobre Marketing Digital y Comercio Electrónico. Con la colaboración de María José Alberdi. 2da Edición: ESIC Editorial, Madrid. 2002

O'GUINN, Thomas. ALLEN, Chris. SEMENIK, Richard. Publicidad y comunicación Integral de marca. 4ta Edición: International Thomson Editores, México D.F., 200