



Actividad Final - Paso 7

Presentado por:

Edgar Antonio Arcos Calvo

Angie Paola Díaz Sánchez

Edwin Javier Bustamante

Fabián Orlando Céspedes

José Guillermo Ramos

Presentado a:

Tutora. Yeny Carolina Mejía

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, CEAD José Acevedo y Gómez
Diplomado de Profundización para Tecnologías Gestión del Marketing para el Emprendimiento
Social

Diciembre 13 de 2017

Colombia

Introducción

Las ideas siempre han sido el pilar fundamental para la construcción de proyectos a corto, mediano y largo plazo, pero la concepción de estas no es algo que sea sencillo de gestar, sino tenemos una imaginación y creatividad que nos ayuden a plantearlas, aunque todo puede tener un proceso y esta no es la excepción. Como se ha visto en el transcurso de este curso, las ideas pueden generarse a través de los problemas que aquejan a una comunidad, es aquí donde empiezan a surgir soluciones que pueden llevar a proyectos que beneficien a una comunidad, pero antes de poder beneficiar a una comunidad estas soluciones deben ser atractivas, llamativas y que sobre todo atraigan aquellas personas interesadas en invertir en el proyecto y para ello es necesario conocer muy bien lo que se ofrece y cual va hacer el beneficio tanto para una población específica, como para los inversionistas , esto se puede lograr mediante diferentes herramientas y técnicas que nos ayuden a plantear y organizar el proyecto de forma adecuada, para presentar a un inversionista potencial, que carezca de tiempo o que identifiquemos como importante en la calle y podamos presentarle en un tiempo corto, llamando la atención desde el primer momento y manteniéndole, con una presentación concreta e impactante durante toda ella.

Este trabajo se basa en hacer una presentación de la empresa EDACELAC con las características anteriormente mencionadas y poder captar la atención de quien mire nuestra presentación de una manera concreta, llamativa y en un corto tiempo.

Objetivos

Objetivo general

Consolidar el modelo de negocio en el lienzo CANVAS incluyendo la presentación del pitch

Objetivos específicos

- Abordar todos los contenidos del curso de Diplomado de Profundización para Tecnologías Gestión del Marketing para el Emprendimiento Social
- Reconstruir el lienzo CANVAS involucrando los contenidos y las propuestas desarrolladas en los bloques 3, 4 y 5 presentando el modelo de negocio
- Investigar cómo se elabora un pitch
- Presentar el proyecto de emprendimiento social mediante un pitch en el cual se demuestre a los posibles inversionistas el valor propuesto mediante nuestra idea de emprendimiento

Desarrollo de la actividad

1. Lienzo CANVAS

Modelo de Negocio		Diseñado para: PROYECTO EDACELAC		Diseñado por: Grupo Colaborativo 110011_11		dic-13 de 2017t	
						Iteración#	
7. Socios Claves Distrito Inversionistas Recicladores	8. Actividades Claves Campañas y actividades enfocadas en la venta de nuestro proyecto “Creando Conciencia” “Reutilizar para crear” “Convenio con Surtifruser”	1. Propuestas de Valor Creación de un proyecto donde su principal materia prima proviene de las llantas en desuso de las cuales podemos reutilizar parte de su material en diferentes elementos como gránulos de caucho para asfalto entre otros, generando una oportunidad de negocio y contribuyendo al desarrollo sostenible y a mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector de Usme mediante programas que concienticen a la población sobre la importancia del cuidado y la preservación del Medio Ambiente.	4. Relaciones con los Clientes -Personal. -Comunidades. -Atención personalizada. -Redes Sociales.	2. Segmento(s) de Clientes Empresas dedicadas a fabricación de calzado, guantes, césped artificial, casco de motos, construcción, muebles; colegios o guarderías, comunidad y visitantes de la localidad			
	6. Recursos Claves Recursos financieros Talento humano calificado Bodega de almacenamiento Maquinaria y Equipos		3. Canales de Distribución Redes sociales como Facebook, Twitter, instagram Blog corporativo Atención en punto				
9. Estructura de Costos -Transporte del producto recolectado. -Procesamiento del producto. -Mano de obra. -Distribución.			5. Fuentes de Ingresos -Comercialización de Granulo de Caucho x Kg - Construcción de parques infantiles Capital inyectado por inversionistas				

SOCIOS CLAVE

- El distrito
- Recicladores
- Inversionistas
- Comunidad de la localidad de Usme
- Personas del común que tienen su vehículo o que encuentran este tipo de material en lugares no aptos para su reciclaje.
- Empresas con iniciativa amigable con el medio ambiente con el ánimo que ayudar la causa.
- Monta llantas

ACTIVIDADES CLAVE

- Campañas y actividades enfocadas en la venta de nuestro proyecto
 - Marketing verde **creando conciencia** se trata de visitar monta llantas quienes son los principales sospechosos de los abandonos de llantas con el fin de que donen esas llantas evitando que vayan a dar a la calle
 - Marketing cultural **reutilizar para crear** se trata de crear un parque infantil cerca de las instalaciones de la empresa donde las familias puedan disfrutar de un parque construido netamente de llantas
 - Marketing digital **Convenio con surtifuver** se trata de publicitar por medio de las redes sociales como facebook, instagrama y youtube el cambio de llantas por bonos de surtifuver por un valor de 5000 pesos intercambiables en productos de surtifuver
 - Neuromarketing
1. La idea es la construcción de sillas en el parque ecológico entre nubes. Esto permitirá que la población de Usme pueda tener contacto directo con los productos derivados de las llantas, que podría generar un deseo de obtención del producto

2. Ubicación del local sobre la Boyacá con un anuncio que promueva el reciclaje intercambiando llantas por dinero. Esto permitirá que la gente que se acerque conozca el local y los productos
 3. Ubicar la zona donde se intercambia llantas por dinero en el lugar más alejado permitiendo así que la gente, recorra todo el local conociendo todos los productos
- Recolección de llantas

RECURSOS CLAVE

- Capital de trabajo
- Bodega de almacenamiento y planta de producción
- Personal calificado
- Recolectores

PROPUESTA VALOR

- Reciclar llantas usadas para la producción y comercialización de Granulo de Caucho, con el fin de disminuir la contaminación ambiental generada por las llantas abandonadas en la localidad de Usme.
- Las constructoras de malla vial tendrán mejores garantías y mayor demanda ya que la mezcla de asfalto y granulo de caucho aumenta la resistencia
- Pagos por llantas viejas
- Productos convencionales realizados con llantas a bajo costo

RELACION CON CLIENTES

- Personal.
- Comunidades.
- Atención personalizada.
- Redes Sociales
- Mejora de la experiencia de los clientes a través del marketing cultural

CANALES

- Pagina web
- Redes sociales Utilización del marketing digital
- Blog exclusivo
- Tv y radio
- Planta y punto de venta
- Puerta a puerta

SEGMENTO DE CLIENTES

- Constructoras de malla vial
- Fabricas de zapatos
- Dueños de canchas sintéticas
- Ministerio de recreación y deporte
- El IDU

ESTRUCTURA DE COSTOS

- Nomina y maquinaria de trabajo
- Compra de la materia prima
- Transporte de la materia prima
- Distribución
- Administración
- Marketing cultural, verde y digital
- Neuromarketing

ESTRUCTURA DE INGRESOS

- Comercialización de los productos a las empresas correspondidas; cobro por kilogramos (Kg) del material
- Alquiler para eventos infantiles de parques creados con llantas recicladas.

- Cobro por productos hechos con llantas
- Cobros adicionales por domicilios

LINKS DE LAS PRESENTACIONES DE EDACELAC

Edgar Antonio Arcos Calvo

<https://www.youtube.com/watch?v=iGfxpVG0qpA&feature=youtu.be>

Angie Paola Díaz Sánchez

<https://www.youtube.com/watch?v=kzJ5X0TLvEw>

Edwin Javier Bustamante

https://www.dropbox.com/s/unsimit9bhb2t9b/pitch_Diplomado.odp?dl=0

Fabián Orlando Céspedes

https://www.youtube.com/edit?o=U&video_id=QriT6l9vuRM

José Guillermo Ramos

<https://youtu.be/OHufPULahNg>

Conclusiones

Mediante la elaboración de la presente actividad pudimos aplicar todas las temáticas abordadas durante el diplomado con el fin de generar una idea de emprendimiento que tenga un objetivo social y sostenible para la comunidad.

En esta actividad culminamos el curso académico de Diplomado en Gestión del Marketing con el proyecto social EDACELAC mediante el pitch de presentación teniendo en cuenta el lienzo CANVAS que es una herramienta muy importante para el modelo de la idea de negocio abordados todos los temas del aula con los contenidos requeridos para el desarrollo de este trabajo

Referencias bibliográficas

Crea Business Idea. (2011). *Que es la creatividad. En Manual de la creatividad empresarial* (pp. 7-10) Recuperado de

http://www.creabusinessidea.com/test_g30/modulo_noticia_2.01/panel/tmp/ficha_172_1.pdf

Colombia Joven (2014). *Innovación social* (video). Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=MKFlzF6ToA>

Alcaldía de Medellín & COMFAMA. (2012). *revisión conceptual sobre emprendimiento social. En Empresas sociales* (pp. 3, 17 - 18).

https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi_n_conceptual_sobre_el_empre

Ortega, L. (2014). *Hoja de Ruta para emprendedores*. (pp. 4 - 5). Recuperado de

http://otri.us.es/otri/images/noticias/Archivos/01_Cuaderno_para_el_diseño_de_un_modelo_de_negocio.pdf

Modelo canvas explicado Paso a Paso y con Ejemplos. Recuperado de:

<http://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>

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-](http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2014/07/jul-rodriguezojeda.pdf)

[content/uploads/2014/07/jul-rodriguezojeda.pdf](http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2014/07/jul-rodriguezojeda.pdf)

Lorette, K. *Un análisis situacional de un plan estratégico de marketing*. Recuperado de

<http://pyme.lavoztx.com/un-analisis-situacional-de-un-plan-estrategico-de-marketing-4354.html>

Andrés, F. (2013). *Análisis situacional*. 2014, de capacitación para coaches de conservación. Recuperado de http://www.ccneglobal.com/wp-content/uploads/sites/3/2014/04/7a_Analisis-Situacion.ago2013.ppt

Pardo, J. Platzi. (2015). *Cómo hacer Inbound Marketing*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=mYJ7KwLMZ1w>

Di Prieto. (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/>

. Del Santo, O. & Álvarez, D. (2012). *Marketing atracción 2.0*. (pp. 9 – 14). Recuperado de <http://www.juancmejia.com/wp-content/uploads/2012/06/Marketing-de-Atraccion-20.pdf>

Herramientas empresariales. (2011). *Marketing Verde*. (Video). Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=1zuPj-avGm8>

Martínez Barrera, I. (2015). *MARKETING CULTURAL*. (Video). Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=8KD-NaSpLV8>

Colombia Digital Marketing. (2014) *Qué es el Marketing Digital y Cuáles son sus beneficios*. (Video). Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=TTyFV-qhQtQ>

Caribe Biz Forum. (2017). *Claves de neuromarketing que pueden disparar las ventas de una compañía*. Recuperado de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/que-es-el-neuromarketing-y-por-que-es-importante-para-la-empresas/248907>

Muñiz, R. (2011). *Técnicas de Negociación*. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/tecnicas-y-procesos-de-negociacion-102.htm>

Marquez, I. (9 de 9 de 2014). *marketing strategist y social media manager*. Recuperado el 2017 de 11 de 26, de <https://ivanmb.com/que-es-neuromarketing-utiliza/>

Carlos Guevara (28 de Febrero de 2015). *Cada día más de 2.050 llantas terminan invadiendo el espacio público*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15317455>
Cámara de comercio de Bogotá (Septiembre 2006). *Guía para el manejo de llantas usadas*, Primera edición. Editorial Kimpres Ltda. Recuperado de http://oab2.ambientebogota.gov.co/apc-aa-files/57c59a889ca266ee6533c26f970cb14a/guia_manejo_llantas_usadas.pdf

Wikipedia, la enciclopedia libre (2017). *Impacto ambiental*. Recuperado de

https://es.m.wikipedia.org/wiki/Impacto_ambiental

Secretaría General: Dirección Distrital de Relaciones Internacionales, Alcaldía Mayor de Bogotá

D.C. *Bogotá Líder Mundial en la Adaptación al Cambio Climático*. Recuperado de

<http://www.bogota.gov.co/Internacional/bogota-lider-mundial-en-la-adaptacion-al-cambio-climatico>

Wikipedia, La enciclopedia libre (2017). Usme. *Ubicación de Usme*. Recuperado de

https://es.wikipedia.org/wiki/Usme#/media/File:Bogot%C3%A1_-_Usme.svg

Artículo encontrado en Dane: <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/bogota/usme.pdf>

Carol Malaver. (2014). *llantas que dan felicidad a niños necesitados*. 2014, de El tiempo Sitio

web: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14238039>

Ronny Suarez. (2016). El reciclaje de llantas, un mercado que todavía falta por explorar. 2016, de

El Tiempo Sitio web: <http://www.eltiempo.com/vida/ciencia/reciclaje-de-llantas-en-colombia-52722>

Alcaldia Local de Usme. Recuperado el 2017 de 11 de 26, de

<http://www.usme.gov.co/content/historia-la-localidad-5a-usme>

Cox M, B. (2016). *Cómo Hacer Un Pitch*. Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=554Fwv7jQMI>

https://docs.google.com/drawings/d/1yULcGE8ASZYaJf07SQcK5rBEQ06b03PIBb-BLG8hr_g/edit?ntd=1