
DIPLOMADO EN GESTIÓN DEL MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

PROYECTO SOCIAL EMPRESARIAL

Yiduar Ferney Beltran Cód. 1.074.419.272

Leidy Marlen Castro Cód. 52.284.676

Yerly Natalia Contreras Cód. 1.070.967.032

Laura Fernanda Díaz Cód. 1.074.418.799

Leidy Daniela Diaz Cód. 1.074.418.860

Grupo N° 110011_1

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Universidad Nacional, Abierta y a Distancia UNAD

Diciembre de 2018

DIPLOMADO EN GESTIÓN DEL MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

PROYECTO SOCIAL EMPRESARIAL

Yiduar Ferney Beltran Cód. 1.074.419.272

Leidy Marlen Castro Cód. 52.284.676

Yerly Natalia Contreras Cód. 1.070.967.032

Laura Fernanda Díaz Cód. 1.074.418.799

Leidy Daniela Diaz Cód. 1.074.418.860

Grupo N° 110011_1

Tutor:

Andrés Mauricio Mejía Martínez

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Universidad Nacional, Abierta y a Distancia UNAD

Diciembre de 2018

Nota de aceptación

Presidente del jurado.

Jurado.

Jurado.

Diciembre de 2018.

Dedicatoria

*A Dios principalmente por darnos la sabiduría
y constancia en este aprendizaje autónomo.*

*A la Universidad Nacional Abierta y a Distancia
y sus tutores, porque siempre con gran esfuerzo
y dedicación nos guiaron en este camino.*

*A nuestras familias, que nos apoyaron en todo
momento y sacrificaron tiempo valioso para
hacer de este sueño una realidad.*

Agradecimientos

Agradecemos a los profesores de la universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, quienes fueron guía y apoyo para el desarrollo personal y en la formación académica adquirida durante todo nuestro proceso.

A Andres Mauricio Mejía, tutor del presente proyecto quien con sus conocimientos nos guio para direccionar y culminar el trabajo en el que se representa toda nuestra formación.

A Jorge Enrique León, Tutor del CEAD del municipio de Gachetá por todo el apoyo brindado, compromiso y dedicación en el transcurso de nuestra carrera.

A nuestras familias, quienes fueron la base para cumplir nuestros sueños, ese motor de arranque que nos impulsaron cada dia a cumplir nuestras metas; por todo el apoyo y amor incondicional recibido.

A nuestros diferentes compañeros que nos acompañaron durante la realización de este proceso, por su colaboración, conocimientos y experiencias compartidas.

A todas las personas que de una u otra forma se hicieron partícipes de esta gran meta.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
DESARROLLO	9
Nombre Del Proyecto.....	9
Problemática Social	9
IDENTIFICACIÓN DE POSIBLES CAUSAS	14
ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PRELIMINARES	16
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	18
Descripción de la población beneficiada con la idea de proyecto.....	19
Descripción de los tipos de innovación a aplicar al proyecto	20
Mapa de empatía	22
Modelo de negocio CANVAS (enlace para la visualización en Drive)	23
Macroentorno análisis situacional externo del proyecto	23
Microentorno análisis situacional externo del proyecto.....	24
Análisis situacional del proyecto	26
Matriz Dofa.....	27
OBJETIVOS DEL PROYECTO	28
Propuestas de inbound marketing y branding	28
PROPUESTA DE VALOR	37
Voki:	37
ACCIONES DE NEUROMARKETING	38
“Publicidad de Género”	38
“Premio sorpresa”	41
“Diario Gachetá”	44
“El cerebro completa la imagen”	46
PROPUESTA DE NEGOCIACIÓN	47
Fases de la propuesta de negociación.....	47
PRESENTACIÓN DIGITAL (VÍDEO)	53
CONCLUSIONES	54
REFERENCIAS	55

INTRODUCCIÓN

El desempleo es una gran amenaza para la economía por su capacidad de convertirse en un círculo vicioso del que resulta muy difícil salir. El gran problema del desempleo, es que la pérdida de un empleo puede generar la pérdida de otro, puesto que la persona que se ha quedado sin empleo, se queda sin ingresos, sin capacidad de compra, de modo que la demanda disminuirá, y si la demanda disminuye, las empresas no podrán colocar sus productos y servicios en el mercado, por lo que se verán obligadas a despedir más empleados, sacando del mercado más personas que han perdido su capacidad de compra, situación que se repite indefinidamente.

Será muy difícil que una empresa progrese cuando un alto porcentaje de la población está sin trabajo, no tiene ingresos para comprar sus bienes y servicios. La destrucción del empleo es quizás la mayor amenaza de la economía en estos tiempos; el desempleo en Europa, Estados Unidos, Japón, China, Colombia y en casi todo el mundo está llegando a niveles insospechados, lo que acentuará el resentimiento de la economía.

Es por esto que surge la necesidad de crear el **“centro de capacitación y asesoría para el emprendimiento de nuevos proyectos”** con el fin de gestionar recursos físicos y humanos que ayuden a dar solución a esta problemática social, otorgándoles capacitaciones de emprendimiento para nuevos proyectos y brindar asesoría para emprendedores que tengan proyectos definidos, con el fin de ponerlos en marcha. Como valor agregado a las personas que reciban las capacitaciones el centro se encargará de ubicarlos laboralmente en los proyectos que se hayan puesto en marcha, y a los que tengan una idea para su propio proyecto se les financiará a través del fondo para el emprendimiento que se creará con las utilidades del centro y los aportes mensuales de aquellos que quieran afiliarse al fondo.

Todo esto con el fin de combatir la problemática identificada en el municipio de Gacheta como el desempleo que afecta dicho municipio realizando un análisis situacional de la empresa **“centro de capacitación y asesoría para el emprendimiento de nuevos proyectos”** que consiste en el estudio que se realiza del medio en el que se desenvuelve la empresa, ya sea cuando se tiene una idea de negocio o cuando se está desarrollando su función; se deben tener en

cuenta los factores internos y externos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno. La óptima identificación del entorno nos permitirá detectar a través de la matriz DOFA sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. También encontraremos el objetivo de la empresa al igual que las mejores acciones propuestas de inbound marketing y branding aplicadas al proyecto.

Para este proyecto se realizó un análisis del centro de capacitación y asesoría para nuevos proyectos para proponer así una herramienta publicitaria que permita una reacción de neuromarketing en las personas que viven en el municipio de Gachetá y permitir que se interesen por visitar y ser parte del centro de capacitación, también se realizó la investigación acerca de un proceso de negociación y sus fases a aplicar, con el fin de realizar una propuesta para lograr el apoyo o involucramiento de los socios que hacen parte del proyecto.

DESARROLLO

Nombre Del Proyecto

Centro de capacitación y asesoría para nuevos proyectos

Problemática Social

La problemática social evidenciada se basa principalmente en el desempleo por la falta de oportunidades laborales que se presenta al interior del municipio de Gachetá Cundinamarca. El crecimiento económico de un municipio se basa en las oportunidades laborales y la capacitación que reciban sus habitantes para desempeñar actividades económicas, en el municipio de Gachetá Cundinamarca la actividad comercial está basada en la agricultura y la ganadería en las zonas rurales, pero esta actividad sirve para la manutención de sus propias familias y un mínimo porcentaje es dirigido al comercio. En la zona urbana del municipio la economía se centra en pequeños negocios comerciales de índole familiar, lo cual conlleva a pocas oportunidades laborales afectando a toda la población especialmente a hombres y mujeres entre 16 - 60 años de edad.

Es por esto que surge la necesidad de crear proyectos de emprendimiento con el fin de gestionar recursos físicos y humanos que ayuden a dar solución a esta problemática social, otorgándoles oportunidades laborales a los habitantes del municipio donde reciban una remuneración justa, y así lograr disminuir la tasa de desempleo en el municipio de Gachetá, lo cual produce estancamiento económico, financiero y social del municipio.

Escogimos la problemática presentada en el municipio de Gachetá Cundinamarca “el desempleo” porque consideramos que es la más relevante, ya que el nivel de impacto negativo para la comunidad es demasiado alto, pero a su vez encontramos en esta problemática una oportunidad para crear un proyecto de emprendimiento social que logre cubrir las necesidades que la problemática genera.

Municipio de Gachetá Cundinamarca

Gachetá es un municipio del departamento de Cundinamarca (Colombia), ubicado en la Provincia del Guavio, de la cual es capital. Se encuentra a 99 km de Bogotá, al nororiente del departamento de Cundinamarca, a una altura de 1.745 m s. n. m. Cuenta con 10.223 habitantes aproximadamente, de los cuales el 70% corresponde a la zona rural.

Historia

Fecha de fundación:

02 de abril de 1593

Nombre del / los fundador (es):

Don Miguel de Ibarra - Oidor de la Real Audiencia de Santafé de Bogotá.

Reseña histórica:

Gachetá en lengua Chibcha traduce: "DETRÁS DE NUESTRAS LABRANZAS", haciendo referencia a su dependencia de Guatavita y por estar detrás de ésta. Fue fundada el 2 de Abril de 1593, por el Oidor de la Real Audiencia de Santa fe de Bogotá, Don Miguel de Ibarra, en el territorio de los Indios Chíos y en los extensos dominios del Cacique Guatavita, constituyéndose en el primer pueblo parroquial y distrito de la Región del Guavio.

Límites del municipio:

- Norte: Machetá y Manta.
- Oriente: Departamento de Boyacá.
- Sur: Gama y Junín.
- Occidente: Guatavita.

Extensión total: 262.16 Km²

Extensión área urbana: 0.96 Km²

Extensión área rural: 261.19 Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 1745

Temperatura media: 20° C

Distancia de referencia: 90 Kms - 1 hora 30 minutos de Bogotá

Economía:

Acorde a las características de todos los Municipios de la Jurisdicción de CORPOGUAVIO, en Gachetá el sector agrícola es el más importante. Se destacan como cultivos el café, maíz, yuca, arracacha, papa, fríjol, caña panelera y mora.

El examen del sector agropecuario del Municipio indica que por veredas se presentan algunas diferencias. Las veredas predominantemente agrícolas son principalmente minifundistas.

En ellas prima la producción con fines de subsistencia, aunque se generan algunos excedentes para el mercado. La Agricultura comercial se destaca alrededor de la fruticultura, particularmente en la vereda Zaque. Las veredas con actividad ganadera tienen el mayor número y porcentaje de predios superiores a tres hectáreas.

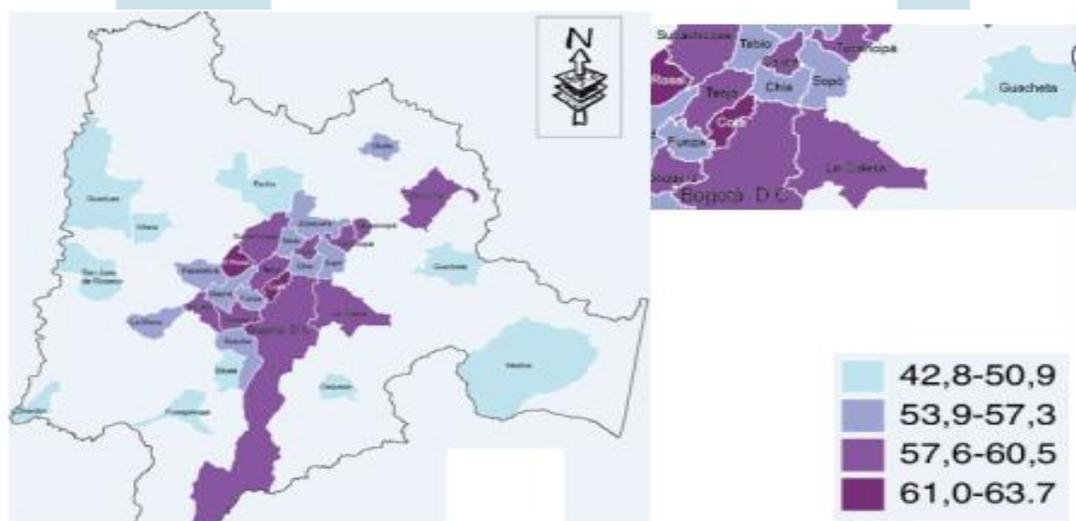




Datos estadísticos que permiten evidenciar el nivel de impacto a la comunidad.

Según el observatorio de desarrollo económico en su boletín de cabeceras la tasa de ocupación en Gachetá asciende a 48,1%

Tasa de ocupación en Bogotá y 31 municipios de la región. Porcentaje 2014



Fuente: DANE, Encuesta Multipropósito para Bogotá 2014 - EMB

Los resultados de la Encuesta Multipropósito para el municipio de Gachetá mostraron, que en materia laboral, este territorio presentó la sexta tasa de ocupación de las cabeceras con un registro de 48,1%, 2,4 puntos porcentuales (p.p.) por debajo del promedio (50,5%). El 37,8% de las personas que habitan el municipio no alcanzan a cubrir sus gastos básicos; mientras que el 13,1% no alcanza a cubrir sus gastos de alimentación. Con respecto al Índice de Condiciones de Vida -ICV, para 2014 el municipio registró un índice de 90,3 sobre 100, donde la educación y capital humano es la condición que más aporta al índice (32,5).

- En Gachetá, el sector comercio ocupó al 29,2% de los hombres y el sector servicios al 49,5% de las mujeres.
- El 81,1% de los hogares no se consideraron pobres.
- El 65,9% indicó que sus ingresos solo alcanzan para cubrir los gastos mínimos.
- El 84,7% de los hogares no tiene computador.
- El 44,8% de las personas del municipio utilizan internet.

Según estos datos estadísticos el desempleo en Gachetá genera un alto nivel de impacto negativo en su comunidad ya que más de 50% de sus habitantes se encuentran desempleados o no tienen trabajos formales que les permitan obtener una mejor calidad de vida, afectando principalmente a los jóvenes quienes no cuentan con las herramientas necesarias como son los computadores o el internet y mucho menos con los ingresos necesarios por la falta de oportunidades laborales para continuar con su proceso de profesionalización, generando el estancamiento económico, financiero y social del municipio.

IDENTIFICACIÓN DE POSIBLES CAUSAS

Problemática	Causas
<p style="text-align: center;">DESEMPLEO EN EL MUNICIPIO DE GACHETÁ CUNDINAMARCA</p>	<p>Falta de apoyo gubernamental para la creación de empresas en el municipio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de organización por parte de las personas encargadas de gestionar dichos proyectos. • Acuerdos dentro de la comunidad para presentar mejoras que contribuyan a la población, sin intereses personales. <p>Poca capacitación para emprender proyectos de empresas donde se abran oportunidades laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de Docentes especializados. • Falta de compromiso en las personas para culminar un programa de formación completo. • Poca Asignación de recursos e instalaciones para llevar a cabo la formación. • Intereses económicos. • Falta de apoyo por las alcaldías. <p>Monopolización del comercio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quienes tienen el poderío del capital del municipio invierten en más acciones lucrativas en el mismo municipio apoderándose de todo el

comercio, locales, predios, acciones en empresas

- En la zona urbana del municipio la economía se centra en pequeños negocios comerciales de índole familiar, lo cual conlleva a pocas oportunidades laborales y monopolización de las mismas

Falta de compromiso de la administración y directivos municipales

- Falta de conciencia al tener el poder y el control de un municipio.
- Egoísmo al pensar solo en el bien de una persona y no el de muchas personas al tiempo.

Bajos ingresos para la capacitación profesional

- Los ingresos de las familias alcanzan solo para su manutención
- Los salarios muchas veces son menores al SMLV

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PRELIMINARES

Problemática	Soluciones
<p>DESEMPLEO EN EL MUNICIPIO DE GACHETÁ CUNDINAMARCA</p>	<p>Falta de apoyo gubernamental para la creación de empresas en el municipio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empezar proyectos sociales que ayuden a solucionar dicha problemática, buscando el apoyo de la gobernación. • Buscar apoyo de las entidades que promuevan recursos para proyectos de emprendimiento <p>Poca capacitación para emprender proyectos de empresas donde se abran oportunidades laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de recursos físicos y humanos para la capacitación de personal para que se desempeñen en cargos laborales que surjan de nuevos proyectos. <p>Monopolización del comercio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Animar a los jóvenes por medio de cursos, actividades, capacitaciones a la creación de proyectos emprendedores para aplicar dentro del municipio y de esta manera generar empleo

Falta de compromiso de la administración y directivos municipales

- Pedir rendiciones de cuentas con mayor frecuencia para conocer que se ha hecho y que no, de esta manera se presionan los puntos más delicados que no se han resuelto además de exponer a la comunidad por medio de videos y vitalización la problemática para que todos sean partícipes de la exigencia hacia la administración municipal, solicitando los recursos que se destinan para la creación de proyectos.

Bajos ingresos para la capacitación profesional

- Capacitar a los jóvenes en funciones propias del proyecto para la vinculación laboral para que así puedan recibir un salario que les permita continuar con sus estudios profesionales.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El crecimiento económico de un municipio se basa en las oportunidades laborales y la capacitación que reciban sus habitantes para desempeñar actividades económicas. En el municipio de Gachetá Cundinamarca la actividad comercial está basada en la agricultura y la ganadería en las zonas rurales, pero esta actividad sirve para la manutención de sus propias familias y un mínimo porcentaje es dirigido al comercio. En la zona urbana del municipio la economía se centra en pequeños negocios comerciales de índole familiar, lo cual conlleva a pocas oportunidades laborales afectando a toda la población con un alto nivel de desempleo, provocando un estancamiento en el progreso y la economía del municipio. Es por esto que surge la necesidad de crear un proyecto de emprendimiento social, **“Centro de capacitación y asesoría para el emprendimiento de nuevos proyectos.”** es un proyecto social dirigido a los habitantes del municipio de Gachetá Cundinamarca que pretende solucionar la problemática del desempleo, asociando un grupo de personas voluntarias que gestionen recursos físicos y humanos para la capacitación y asesoría de dichos habitantes que deseen emprender proyectos que puedan ponerse en marcha generando así oportunidades laborales los cual generaría una disminución considerable del desempleo en el municipio.

ASPECTO FINANCIERO	ASPECTO ADMINISTRATIVO	ASPECTO TÉCNICO
<p>El proyecto se financiará con aportes voluntarios de los gestores del proyecto</p> <p>Gestor No.1 \$ 2.000.000</p> <p>Gestor No.2 \$ 2.000.000</p> <p>Gestor No.3 \$ 2.000.000</p> <p>Gestor No.4 \$ 2.000.000</p> <p>Gestor No.5 \$ 2.000.000</p> <p>Y con el subsidio que da el municipio para proyectos sociales que equivale a \$ 20.000.000 aproximadamente</p>	<p>El proyecto tendrá una organización administrativa así.</p> <p>1 Coordinador del proyecto</p> <p>1 Secretaria</p> <p>4 Capacitadores y asesores</p>	<p>Para la realización del proyecto se tomará en arriendo un local donde se pueda adecuar la parte administrativa y los lugares de capacitación y asesoramiento, y donde se ubicará los elementos necesarios para la ejecución del proyecto.</p>

Descripción de la población beneficiada con la idea de proyecto

Principalmente esta idea de negocio va dirigida a todos los habitantes del municipio de Gachetá Cundinamarca, pretendiendo solucionar la problemática del desempleo, asociando un grupo de personas voluntarias que gestionen recursos físicos y humanos para la capacitación y asesoría de dichos habitantes que deseen emprender proyectos que puedan ponerse en marcha generando así oportunidades laborales las cuales generarían una disminución considerable del desempleo en el municipio. En el centro de capacitación y asesoría para el emprendimiento de nuevos proyectos todos los empleados, tanto los dirigentes como los presidentes y técnicos que trabajan en las organizaciones juveniles del municipio de Gachetá Cundinamarca, deben conocer que el cliente es ‘el que manda’, es el que define las características del producto o servicio que quiere consumir (Vicariato Apostólico, 2007: 68). Si se parte de este principio, se justifica la necesidad de modificar periódicamente las características de los productos o servicios de acuerdo con las variaciones del mercado y a las demandas de los clientes. Los estudios de mercado sirven para definir qué tipo de mejoras o transformaciones deben incorporarse al producto o servicio del microemprendimiento, para responder a las expectativas de los clientes. También es necesario establecer si se cuenta con los recursos, la tecnología y los conocimientos para producir o mejorar el producto o servicio que el público desea comprar o adquirir. Los resultados del estudio de mercado deben enseñar también que el producto o servicio que ofrecemos ES o NO del agrado o del interés del público, potencial consumidor, al que se quiere vender el producto o servicio.

Descripción de los tipos de innovación a aplicar al proyecto

Innovación es el cambio que introduce alguna novedad o varias en un ámbito, un contexto o un producto. Cuando una persona innova aplica nuevas ideas, productos, conceptos, servicios y prácticas a una determinada cuestión, actividad o negocio, con la intención de ser útil e incrementar la productividad. La innovación no es únicamente la generación de nuevos productos y servicios, sino que también afecta la forma de hacer las cosas.

- **Innovación del Servicio:** Lo que se quiere con la innovación del “Centro de capacitación y asesoría para el emprendimiento de nuevos proyectos.” es tener un sitio que cumpla con todas las características técnicas y tecnológicas que se necesitan para ofrecer el servicio necesario y brindar así una adecuada capacitación a los habitantes del municipio de Gacheta Cundinamarca que estén interesados en adquirir nuevos conocimientos basados en el emprendimiento social con el fin de disminuir el desempleo en el municipio.

- **Innovación De Proceso:** El “Centro de capacitación y asesoría para el emprendimiento de nuevos proyectos.” Es la introducción de un nuevo y mejorado proceso de capacitación, implicando cambios significativos en las técnicas, los materiales y los programas informáticos que tengan por objeto la disminución de los costes unitarios de producción o distribución y el mejoramiento de la calidad en las empresas. También busca incluir las nuevas y mejoradas técnicas, equipos y software utilizados en las empresas buscando mejorar la eficiencia y la calidad de una actividad de apoyo básico. Recolección de información sobre posibles oportunidades de empleo y requisitos para acceder a ellos. Priorizar necesidades de los habitantes Resaltar la necesidad de crear microempresa con sede en el municipio y capacitar para ello Enfatizar en temas de interés general Capacitar para que se haga la automatización de los procesos de las empresas ya existentes. Generar planes de capacitación acordes a las necesidades del medio con contenidos personalizados. Capacitar a los propietarios de negocios en el municipio para que realicen el registro, legalización y la formalización de su empresa.

- **Innovación En Marketing O Mercadotecnia:** Consiste en la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos en el diseño y envasado de un producto con respecto a su posicionamiento, su promoción o su tarificación.
- Los cambios de posicionamiento se refieren a la creación de nuevos canales de venta como el desarrollo de franquicias, la venta directa, las modificaciones en la forma de exhibir el producto o la venta de licencias de uso.
- Los cambios en promoción suponen la modificación en la comunicación utilizando nuevos soportes, sustitución de logo, sistemas de fidelización y la personalización de la relación con el cliente. Utilización de herramientas virtuales para promocionar sobre el producto o servicio que se ofrezca. Crear página web.
- **Innovación Organizacional:** Es la introducción a un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa. Pueden tener como objetivo mejorar los resultados de una empresa desde productividad o reduciendo los costos de transacción internos para los clientes y proveedores. La actualización en la gestión del conocimiento también entra en este tipo de innovación, al igual que la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción, de suministro y de gestión de la calidad. División del trabajo: concientizar a los dueños de las empresas para que en sus actividades productivas organicen las actividades de los procesos y disponga de personal para cada actividad y no que una sola persona realice varias actividades. De esta manera se da la oportunidad de emplear a personas de disminuir tiempos y costos de producción. Hacer Outsourcing: realizar estrategias de alianzas entre las diferentes empresas del municipio de Gachetá, creando una red de apoyo.

Mapa de empatía

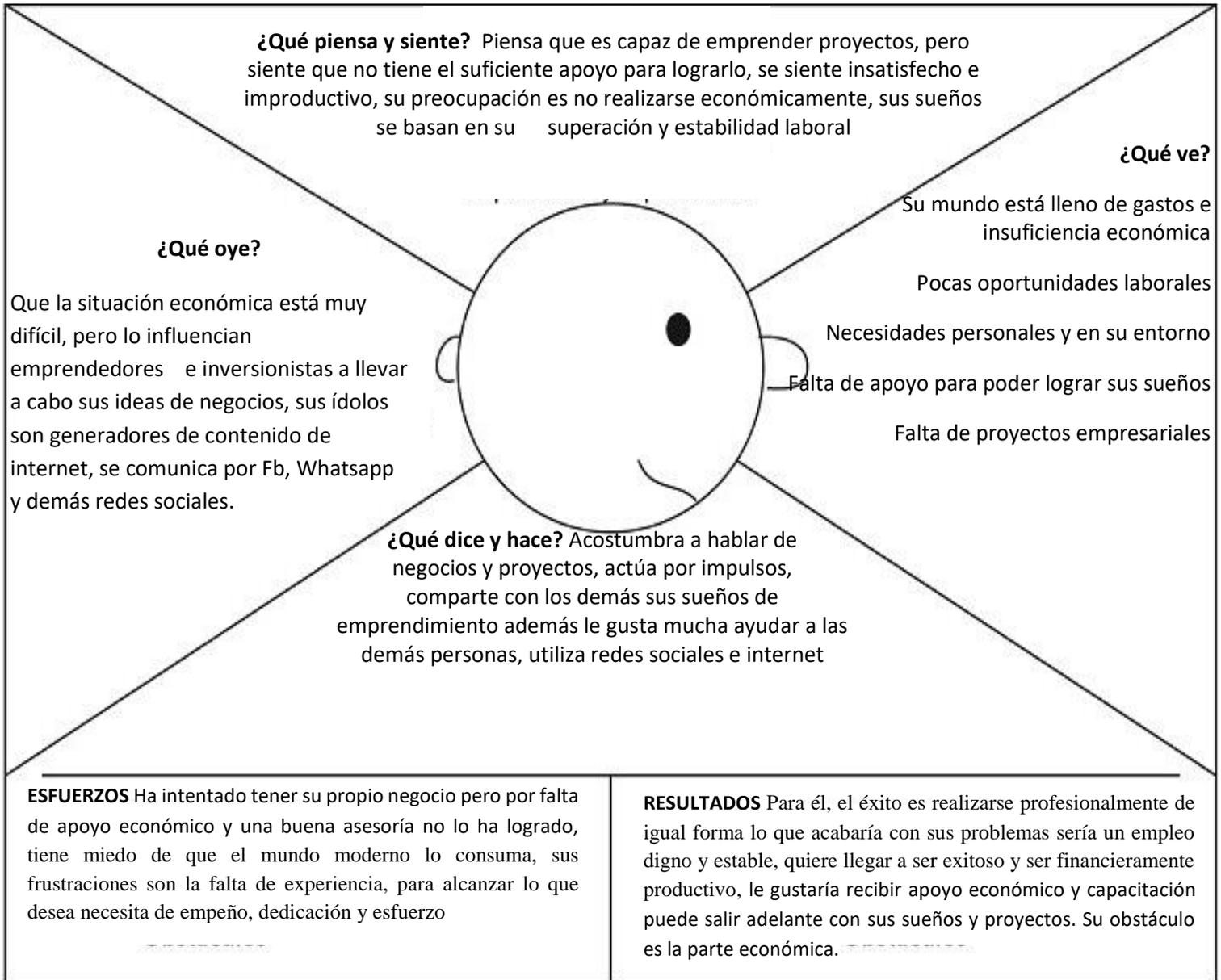
Proyecto de emprendimiento social:

Centro de capacitación y asesoría para el emprendimiento de nuevos proyectos

Segmento del cliente:

Hombres y mujeres del municipio de Gachetá Cundinamarca entre 16 a 60 años





Modelo de negocio CANVAS (enlace para la visualización en Drive)

<https://drive.google.com/file/d/1cM1HjlpX2FMPz7Mb0GWpa-Ctv5tCdFYE/view?usp=sharing>

Macroentorno análisis situacional externo del proyecto

Análisis PEST – el análisis que sirve para analizar los factores políticos, económicos, sociales, y tecnológicos que afectan a la empresa.

Factores:

- **Económico:** En el municipio de Gachetá Cundinamarca la economía está basada en la ganadería y la agricultura, además de pequeños negocios comerciales, y realmente el sector empresarial no tiene mucha fuerza en este municipio como base de su economía.
- **Social:** En el Municipio de Gachetá Cundinamarca hay mucha desigualdad social ya que las oportunidades son pocas para las personas que quieren mejorar su calidad de vida debido a la monopolización de los recursos, y el desempleo ocupa un nivel bastante alto en sus habitantes, pero a su vez encontramos en sus habitantes el interés de capacitarse y crear nuevos proyectos empresariales que les ayuden a salir adelante.
- **Internacionales:** A nivel internacional en emprendimiento reflejado en proyectos sociales se considera de vital importancia para el desarrollo mundial por lo cual se encuentran entidades internacionales interesadas en impulsar nuevos proyectos en nuestro país, es el caso de Social Atom Ventures que es una firma de capital semilla que además de inversión ofrece servicios de acompañamiento a emprendedores en el área de la tecnología. Social Atom brinda ayuda en el desarrollo de negocios, relaciones públicas, mercadeo, búsqueda de recursos e ingeniería de producto.
- **Políticos:** Actualmente el nuevo gobierno en cabeza del presidente Iván Duque Márquez promueve la creación de proyectos emprendedores que ayuden a solucionar las problemáticas de las diferentes comunidades, otorgando subsidios para emprendedores los cuales son estudiados y otorgados en las oficinas de desarrollo social del municipio de Gachetá.
- **Tecnológicos:** En el municipio de Gachetá la tecnología es limitada a las redes sociales, aunque las personas que han tenido la oportunidad de estudiar en las universidades a distancia como la UNAD y la UNIMINUTO manejan más las TIC gracias a los conocimientos adquiridos, presentando mayores conocimientos tecnológicos la población más joven del municipio.

Microentorno análisis situacional externo del proyecto

Evaluación ponderada del atractivo del sector en el cual actúa la empresa – la elaboración de una lista de criterios que permiten evaluar el atractivo de dicho sector.

- **Clientes:** El segmento de clientes para el proyecto de emprendimiento es bastante amplio ya que comprende a hombres y mujeres entre los 16 a los 60 años de edad quienes son afectados por la problemática de desempleo en el municipio de Gachetá y quienes tienen el interés de capacitarse como emprendedores de nuevos proyectos al igual que muchos de ellos ya tienen ideas de proyectos los cuales pueden ponerse en marcha. Como clientes tenemos también a la alcaldía de Gachetá ya que a ellos debemos rendir cuenta de los avances de nuestro centro para el apoyo económico y social de nuestro proyecto.
- **Bancos:** En el municipio de Gachetá encontramos el Banco de la Mujer el cual fue fundado para otorgar créditos a mujeres cabeza de hogar que quieran formar su propia empresa, pero que actualmente se ha extendido a la comunidad en general. También encontramos el Banco Agrario que otorga créditos para proyectos de emprendimiento ambientales y agrónomos. Finalmente tenemos en el municipio el Banco de Bogotá que ofrece créditos para la educación.
- **Comunidad:** La comunidad del municipio de Gachetá está formada principalmente por familias nativas del municipio las cuales se brindan apoyo y mantienen buenas relaciones con los miembros de otras familias haciendo de esta una comunidad organizada donde la cooperación puede ser una herramienta para el emprendimiento.
- **Gobierno:** El gobierno representado en la alcaldía de Gachetá que a su vez designa a la oficina de desarrollo social la cual promueve el emprendimiento en su comunidad, dando garantías a gestores de proyectos empresariales que incentiven el progreso del municipio.
- **Competidores:** La competencia está basada en entidades ya conformadas y con gran experiencia en el campo como son las universidades UNAD y UNIMINUTO quienes forman profesionales en el campo de emprendimiento social y proyectos empresariales.
- **Mercado:** El mercado es bastante amplio ya que aunque existe competencia fuerte en el ámbito de la capacitación, no existen centros que apoyen la creación de nuevos proyectos, además las personas que pueden acceder a una formación de carreras

profesionales son limitadas por sus ingresos, por lo cual esto nos abre un amplio mercado por el valor agregado de promover oportunidades laborales y créditos a través del fondo de emprendimiento que ofrece nuestro centro.

- **Proveedores:** Nuestro proveedores son básicamente la oficina de desarrollo social de Gachetá Cundinamarca, los socios gestores del proyecto, emprendedores con ideas definidas, el ingeniero quien nos diseñe la página web, la plataforma del centro y los programas que debemos manejar para el funcionamiento del centro, las páginas digitales donde documentemos los temas de las capacitaciones.

Análisis situacional del proyecto

Aspecto Organizacional:

Área administrativa: El centro contará con un director y una secretaria contable.

Área de producción: Contará con cuatro capacitadores y dos asesores capacitados para brindar los servicios que ofrecemos. También se contará con un personal de oficios varios.

Área de marketing: Contará con un director de marketing

Área de finanzas: Contará con un contador y la secretaria contable

Área de recursos humanos: Estará a cargo del director y la secretaria contable.

Capacidad directiva: El director será un profesional en el área de gestión del marketing para el emprendimiento social capaz de direccionar la organización, al igual todo el personal encargado de cada área tendrá la capacidad que se requiere para el correcto funcionamiento de la organización.

Para realizar el análisis situacional del proyecto utilizaremos la matriz DOFA (Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas) el estudio de las fortalezas y debilidades es el análisis interno de la empresa, mientras que las oportunidades y amenazas se refieren al análisis externo. La cual nos permitirá definir los clientes potenciales, el crecimiento proyectado, los competidores y la evaluación realista del negocio.

Matriz Dofa



OBJETIVOS DEL PROYECTO.

- Capacitar a los habitantes de Gachetá que desean emprender proyectos para que tengan y generen oportunidades laborales.
- Llevar un proceso de evaluación mensual de nuestros profesionales en capacitación y asesoría en proyectos de emprendimiento, para verificar el desempeño en cuanto a la implementación de excelentes metodologías de marketing que nos ayuden en la innovación de nuestros servicios, logrando así posicionarnos en el mercado de Gachetá como una empresa social sostenible que brinda solución a la problemática de desempleo que allí se presenta, y mantenernos con el fin de conquistar nuevos mercados a nivel nacional e internacional.

Propuestas de inbound marketing y branding

El inbound marketing es una metodología que combina técnicas de marketing y publicidad no intrusivas con la finalidad de contactar con un usuario al principio de su proceso de compra y acompañarle hasta la transacción final.

- Para el centro de capacitación y asesoría de nuevos proyectos, se propone la siguiente acción de inbound marketing:
 1. Contactar jóvenes que sean mayores de 16 años y se encuentren cursando el grado 11 y estén interesados en crear empresa.
 2. Apoyarlos a estudiar su carrera con las universidades que tengan convenio en el municipio.
 3. Al finalizar su carrera profesional, realizar el proceso de capacitación programada por el centro en el tiempo establecido.

4. Conseguir la facilidad de alguna entidad financiera para que los jóvenes puedan adquirir una financiación para montar su nueva empresa, con ayuda de la oficina de desarrollo social del municipio de Gachetá.
5. Realizar el seguimiento al momento de la creación de la empresa.
6. Realizar visitas periódicas, con el fin de evaluar el proceso realizado y acompañar al joven hasta el momento de lograr su propio sostenimiento.

Acción de inbound marketing

- (Vlog de la presentación del proyecto)
<https://centrodecapacitacion1.blogspot.com/2018/10/presentacion.html>
- Call-to-actions

**OPORTUNIDADES LABORALES, ESCOJE EL TRABAJO QUE
MEJOR SE ACOUPLE A TU EXPERIENCIA Y HABILIDAD,
CONOCE TODO EN:**

<https://centrodecapacitacion1.blogspot.com/2018/10/presentacion.h>

- Lead nurturing (Email de relacionamiento)

Hola, es grato para nosotros que accedas a la plataforma para emprender, el tamaño de tus sueños se mide por el tamaño de tus esfuerzos y las únicas limitaciones que tienes están en tu cabeza, entre tu y tus sueños solo hay un paso y ese se llama decisión, nuestras labor es ayudarte a encontrar la mejor forma de alcanzar tus sueños mediante oportunidades laborales, por esto queremos conocer en qué ambiente te desarrollas con mayor facilidad y/o en cual puedes sacar a flote tu potencial para guiarte y de esta manera ser un puente entre tu y tus aspiraciones

- -Finanzas
- -Negocios

- -Salud
- -Deporte
- -Administración de personal
- -Ciencias
- -Otro ¿Cuál?

Haznos conocer tus dudas e inquietudes, con gusto te ayudaremos a encontrar tu ocupación laboral correcta, feliz día

- . Análisis de los resultados.

Número de personas alcanzadas ___ Porcentaje ___%

Número de personas conectadas ___ Porcentaje ___%

Número de personas ayudadas ___ Porcentaje ___%

Número de personas en acción ___ Porcentaje ___%

Eficiencia del proyecto según las personas en acción (Porcentaje ___%)

Inbound marketing

Crear una página web donde se promocione nuestro servicios de una manera llamativa y para que nuestra página sea visitada propongo enviar a nuestros contactos la información de la página web por redes sociales como whatsapp, facebook, etc, donde les daremos información detallada de todo los beneficios que ofrece nuestro centro, atrayendo la atención de nuestros contactos y motivándolos a difundir la información a sus contactos logrando volverla viral, con el fin de convertir a los visitantes de nuestra página en clientes.

El Branding es un anglicismo empleado en mercadotecnia que hace referencia al proceso de hacer y construir una marca (en inglés, brand equity) mediante la administración estratégica del conjunto total de activos vinculados en forma directa o indirecta al nombre y/o símbolo (logotipo) que identifican a la marca.

- De acuerdo a lo mencionado se propone:

BUSINESS TRAINING

Acción de Branding

- **Naming:** Proyectos hacia la NUBE
- **Logotipo:**

- **Colores corporativos:** AZUL REY
- **Eslogan y Claim:** Súbete a la NUBE

Branding

Primero que todo crear nuestra marca con las siglas de nuestro centro, escritas en español ya que va dirigido a clientes de un municipio donde no se facilita tanto otro idioma
CECASEMNUPRO seguida una frase motivadora “Tu futuro se encuentra aquí”

La marca combinada con la acción de inbound marketing donde nuestra página muestre anuncios como:

Contáctenos YA, últimas inscripciones.

No te pierdas esta oportunidad de crear empresa

No cuentas con dinero suficiente para capacitarte como emprendedor, nosotros te ayudamos.

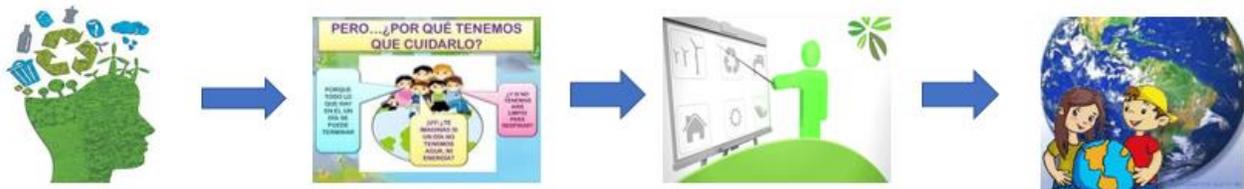
Propuesta Acción marketing verde:

Realizar ferias de emprendimiento donde se den a conocer productos que sean amigables con el medio ambiente.

Como acción se propone realizar una feria de emprendimiento en la que se cree un producto que contribuya a superar los problemas ambientales en Colombia y que cumpla con algunas condiciones, es decir que sea reutilizable y tenga pocos residuos con el fin de poder reciclar fácilmente al 100% dicho producto, que sea de fácil acceso al público, entre otras.

Propósito:

Incentivar a los emprendedores para crear productos que contribuyan al cuidado del medio ambiente , dando el ejemplo creando nuestro propio producto y permitiendo que los habitantes del municipio de Gachetá los conozcan a través de la realización de la feria de emprendimiento y además el centro de capacitación y asesoría para el emprendimiento de nuevos proyectos tiene como propósito crear conciencia y mostrar la importancia y el cuidado del medio ambiente desarrollando talleres, charlas, actividades y programas que permitan conocer la realidad del país y del municipio de Gachetá en especial.



Murales artísticos

Formulación del problema:

Durante los últimos años el municipio de Gacheta ha entrado en constante deterioro en cuanto a su presencia artística reflejada en la expresión libre de sus habitantes mediante la representación de murales, grafitis, y pinturas, además su olvido y el poco énfasis que el departamento cultural del municipio le da a este campo

Propuesta:

La acción de marketing cultural “Murales artísticos” se basa en la integración tanto del personal desarrollador del proyecto como de los habitantes beneficiados por el mismo basado en el mejoramiento visual de muros deteriorados dentro del casco urbano del municipio mediante la expresión libre reflejada en murales, grafitis y pinturas

Objetivos:

General:

Apoyar la libre expresión y el talento de los habitantes del municipio mediante la expresión graficas es murales mejorando asi la percepción visual de la parte estructural del municipio

Específicos:

- Mejorar las condiciones de muros deteriorados y así la visualización del casco urbano
- Ayudar al fomento de la cultura, mediante expresión grafica
- Construir relaciones favorables entre los habitantes, los beneficiarios del proyecto y la comunidad en general del municipio

Mercado objetivo:

Habitantes, hombres y mujeres tanto de la zona rural y urbana del municipio, que deseen acceder a los beneficios, ayudas, capacitaciones y demás servicios presentados por el proyecto, además de la totalidad del recurso humano que hace parte de dicho proyecto

Logo:



Arte viva

• Murales artísticos

Metodología:

- 1:** Se harán las respectivas capacitaciones y demás actividades del proyecto base, en su finalización se hará la respectiva convocatoria para la acción de marketing citando en una futura reunión para dar conocimiento de la estrategia
- 2:** Se citaran 3 jurados de diferentes partes del país con conocimiento en artes, diseño y cultura para una premiación con el fin de estimular la participación de los habitantes
- 3:** Se estructurara y grupo de logística conformado por 5 personas quienes serán las responsables de repartir volantes con información de la estrategia e invitando a su participación
- 4:** Las personas interesadas podrán presentar sus diseños, bocetos y demás creación con el fin de seleccionar las más adecuadas para su futura representación
- 5:** Calificación según parámetros:
 - Estética
 - Impacto

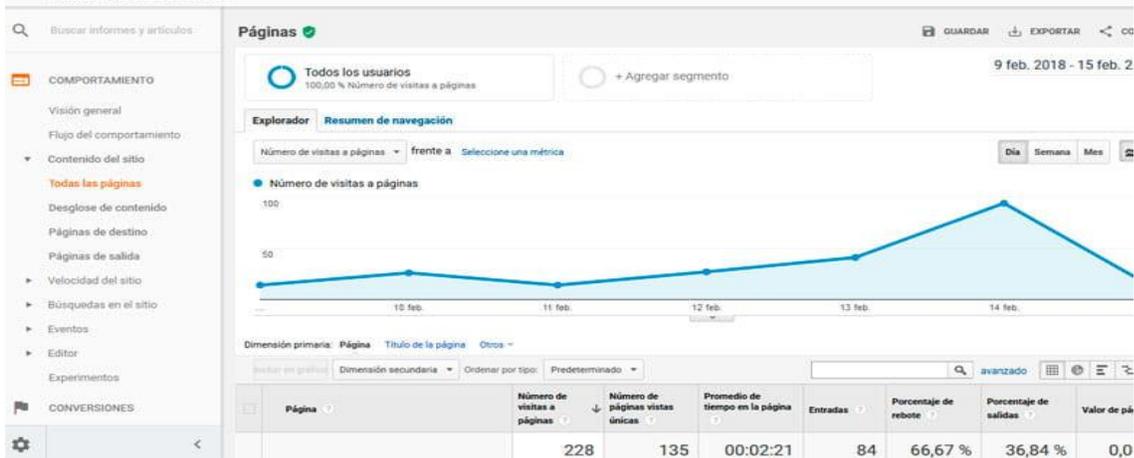
- Creatividad
- Técnica
- Temática Cultural
- Descripción del diseño

Lugares a mejorar con la estrategia:

- Fachada Ludoteca municipal
- Fachada antigua normal superior, sede IFIDU
- Repintura mural Plaza de mercado



Propuesta acción marketing digital: Creación de una página web donde realicemos control y seguimiento por medio de Google analytics, utilización de redes sociales y Youtube.



Propósito:

Realizar control y seguimiento para saber de dónde vienen nuestras visitas, que tan frecuente visitan nuestra página y si están comprando nuestros servicios. Haciendo nuevos contactos a través de las redes sociales y fidelizando nuestros clientes.

Mi propuesta de marketing digital consiste en la creación de una página web donde se describa los servicios que ofrecemos de una manera innovadora y donde a través de Google analytics realicemos control y seguimiento de donde vienen nuestras visitas, que tan frecuente visitan nuestra página y si están comprando nuestros servicios. A su vez utilizar las redes sociales para darnos a conocer, hacer contactos y por medio de Youtube publicar videos que muestren nuestra actividad comercial y nuestro compromiso con la cultura y el medio ambiente.

PROPUESTA DE VALOR

A las personas que reciban las capacitaciones el centro de capacitación y asesoría para nuevos proyectos se encargará de ubicarlos laboralmente en los proyectos que se hayan puesto en marcha, y los que tengan una idea para su propio proyecto se les financiará a través del fondo para el emprendimiento que se creará con las utilidades de la actividad económica y los aportes mensuales de aquellos que quieran afiliarse al fondo.

Voki:

El link del voki no es compatible con word, por ende al dar click en el enlace no se autodirije, para observar el voki correctamente hay que copiar en enlace y pegarlo directamente en el buscador

<http://tinyurl.com/ydbda552>

ACCIONES DE NEUROMARKETING

“Publicidad de Género”

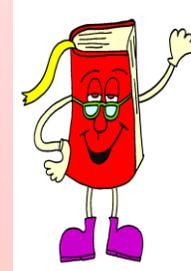
A través de los medios de comunicación como son la televisión (Tele Gachetá), la página web, las redes sociales, los afiches publicitarios; dar a conocer los servicios que ofrece nuestro centro teniendo en cuenta publicidad con las siguientes características:

- Diseñada sólo para mujeres donde se muestren sus intereses
- Diseñada sólo para hombres donde se muestren sus intereses
- Donde sus modelos tengan su mirada hacia lo que el centro ofrece
- Para las mujeres con diferente gama de colores
- Para hombres con colores más sobrios
- Innovadora
- Divertidos
- Formas adecuadas

Propósito:

Que tanto los hombres como las mujeres del municipio de Gachetá se sientan atraídos por medio de la publicidad, a vincularse al Centro de capacitación y asesoría para el emprendimiento de nuevos proyectos donde se les ofrece no solamente los programas de capacitación sino también asesoría para poner en marcha sus ideas de negocio y posibilidades laborales para aquellos que se estén capacitando. Teniendo en cuenta que la publicidad no debe ser unisex ya que según la neurociencia y los estudios de neuromarketing los hombres y las mujeres tienen intereses diferentes y sus motivaciones a la hora de comprar no son las mismas, por lo cual este tipo de publicidad puede lograr ser atractiva para ambos.

Centro de capacitación y asesoría para el emprendimiento de nuevos proyectos



Te ofrecemos en tu municipio de Gachetá una excelente oportunidad para que te capacites como la mujer emprendedora que eres

Y puedas...

Capacítate



Tener tu propio dinero para lo que necesites



Desarrollar tus ideas de negocio



No dejes pasar ésta oportunidad de cumplir tus sueños inscríbete Ya...

Más información en nuestra página

www.centrodecapacitaciónyasesoriaparanuevosproyectos.edu.com

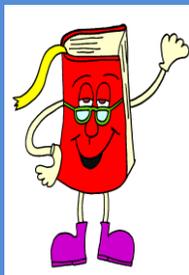
Pasar tiempo de calidad con tu familia



Dirigir tu propia empresa



Centro de capacitación y asesoría para el emprendimiento de nuevos proyectos



Te ofrecemos en tu municipio de Gachetá una excelente oportunidad para que te capacites como el hombre emprendedor que eres

Y puedas...

Capacitarte



Tener tu propio dinero para lo que necesites



Desarrollar tus ideas de negocio



No dejes pasar ésta oportunidad de cumplir tus sueños inscríbete Ya...

Más información en nuestra página

www.centrodecapacitaciónyasesoriaparanuevosproyectos.edu.com

Pasar tiempo de calidad con tu familia



Dirigir tu propia empresa



“Premio sorpresa”

Antecedentes

Dentro del municipio es común ver como los habitantes carecen de interés por la superación, se crea un ambiente conformista, y lo único que despierta dicho interés es la obtención de un beneficio extra, si bien es cierto es un comportamiento global, por ende, en pro de explotar dicho segmento se desencadena la siguiente estrategia de Neuromarketing, se evidencia que los habitantes son atraídos por ofertas, beneficios o acciones en las que resulten beneficiados sin un costo o esfuerzo extra

Formulación del problema:

Una vez puesto en marcha el proyecto social de ayuda basado en conferencias y charlas para impulsar el empleo los habitantes del municipio desprecian el servicio al crearse un entorno aburrido y sin vida, las especulaciones de estos los incita a crear pensamientos planos y no ver una verdadera oportunidad para la obtención de un trabajo digno y estable.

Propuesta:

La estrategia de Neoromarketing “Premio sorpresa” se basará en la puesta de esta frase en la publicidad correspondiente para despertar el interés de los posibles beneficiarios en potencia, bajo el modelo de la obtención de un beneficio extra al hacer presencia de las conferencias, la estrategia se basa en tener para el final de las conferencias un contrato de trabajo listo para firmar con cupo de 1 vacante, seleccionada mediante un concurso en el cual los asistentes presentarán razones por las cuales deberían ser seleccionados para dicho cargo, la más original o necesitada será la seleccionada, se trata de no dar detalles del “premio sorpresa” y captar la atención de los beneficiarios, esto con el fin de despertar su interés por la asistencia a las charlas, a forma de incentivo por su iniciativa de auto superación.

Objetivos:

General:

Despertar el interés de los habitantes del municipio a la asistencia de las charlas y conferencias en pro del trabajo y así hagan parte del proyecto

Específicos:

- Aumentar el número de personas beneficiadas por el proyecto
- Incentivar el interés de los presentes a las charlas mediante un bono
- Ayudar al mejoramiento de la condiciones y calidad de vida de los habitantes del municipio mediante la ayuda que brinda el proyecto

Mercado Objetivo

Habitantes, hombres y mujeres tanto de la zona rural y urbana del municipio, que deseen acceder a los beneficios, ayudas, capacitaciones y demás servicios presentados por el proyecto, además de la totalidad del recurso humano que hace parte de dicho proyecto

Estrategias propuestas:

1. Realizar convenios con la Secretaria y con la Alcaldía del municipio, para que nos brinden apoyo y respaldo al momento de realizar la publicidad del proyecto y su autorización para ubicar tanto en la zona urbana como rural panfletos, pancartas y pasacalles.
2. Crear alianzas estratégicas con empresas y entidades locales públicas y privadas del municipio y/o región, con el fin de obtener patrocinio económico para la realización de la campaña publicitaria.
3. Apoyar dicha campaña mediante el uso de tecnología publicitaria como lo son emisoras, blogs virtuales, páginas web y redes sociales como Facebook y twitter para:
 - Invitar a los habitantes del municipio a participar en las convocatorias que se realizarán para brindar capacitación y ayuda resaltando la frase “PREMIO SORPRESA”
 - Realizar convenios con dos emisoras locales tales como Junín estéreo y Gacheta estéreo, para el impulso del proyecto y el enfoque sobre la estrategia con el fin de llegar a más personas

Logo:

Premio Sorpresa



Por tu asistencia

Cronograma:

Cero papel, cero contaminación	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Actividad																
Planeación	■	■	■													
Presentación				■	■	■	■									
Obtención de recursos					■	■	■	■								
Campaña en acción									■	■	■	■				
Resultado													■	■	■	
Evaluación															■	■

Entidades, empresas u organizaciones que puedan apoyar la implementación del proyecto:

- UNAD
- Guavio Estéreo
- Junín Estereo
- Alcaldía municipal



“Diario Gachetá”

Entendiendo que en el municipio de Gachetá existen personas con recursos bajos el cuál no pueden contar con servicio de internet ni puedan tener acceso a redes sociales, se propone realizar un periódico para repartir en el municipio, dando a conocer los servicios que ofrece el centro de capacitación y asesoría para el emprendimiento de nuevos proyectos.

- En la primera página se encontrará la portada del centro de capacitación.
- En la segunda página se encontrará toda la información acerca del centro de capacitación, como es el objetivo, la ubicación, los requisitos, horarios y temas de interés correspondiente.
- En las siguientes páginas se encontrarán temas varios acerca del municipio.

Propósito

Que los residentes del municipio de Gachetá se interesen y tengan impacto al conocer y asistir a las instalaciones del centro de capacitación con el fin de aprender y tener un futuro mejor, creando su propia empresa y contribuyendo a superar el desempleo en el municipio.

dd.mm.aa
Nº ...

DIARIO GACHETÁ

*Las noticias
que te
importan*

Crea tu propio diario de noticias locales

**PARA UN FUTURO MEJOR VEN AL CENTRO DE
CAPACITACIÓN Y ASESORÍA PARA EL
EMPRENDIMIENTO DE NUEVOS PROYECTOS**



**“LA EDUCACIÓN NO CAMBIA EL MUNDO, CAMBIA A LAS PERSONAS QUE
VAN A CAMBIAR EL MUNDO”**

PAULO FREIRE

“El cerebro completa la imagen”

Conocer qué mira el usuario, es clave para cualquier marca, empresa o campaña publicitaria. En los anuncios que vemos en televisión todo está pensado para dirigir la vista hacia donde interesa.

La creación de pancartas y volantes toma un papel importante ya que por medio de esta podríamos identificar en que se enfocan más los habitantes del municipio de Gachetá.

Aplicar estrategias visuales es de gran ayuda, refleja nuestra imagen como centro de capacitación, genera credibilidad e interés por ser partícipes del proyecto.

- Hacer que jueguen a completar la imagen: Nuestro cerebro tiene tendencia a completar imágenes, ayudándose para ello de los esquemas mentales que ya tiene establecidos. Podemos usar esto de cara a nuestras campañas publicitarias.

Al ofrecer un anuncio con una imagen que no se encuentra totalmente diseñada, hará que nuestros consumidores se esfuercen en completar la forma. Este pequeño “esfuerzo cognitivo” hará que la información se quede grabada en mayor medida en el cerebro del usuario.



Socios claves:

- Oficina de desarrollo social de Gachetá Cundinamarca
- Socios gestores del proyecto
- Emprendedores con ideas definidas

PROPUESTA DE NEGOCIACIÓN**Negociación colaborativa (Yo gano, tu ganas)****Fases de la propuesta de negociación****Preparación:**

La oficina de desarrollo social de Gachetá Cundinamarca al ser un ente gubernamental está interesado en el crecimiento económico y social del municipio por lo cual al realizar una negociación colaborativa con el centro de capacitación y asesoría de nuevos proyectos es una excelente opción dados los intereses que el centro tiene, el cual no solamente busca a través de su actividad comercial ser sostenible sino que a su vez tiene una proyección social al dar solución a la problemática del desempleo en el municipio, por lo cual al iniciar una negociación con la oficina de desarrollo social para recibir el apoyo económico y logístico del centro ambas partes saldrían beneficiadas dando progreso al municipio de Gachetá Cundinamarca.

Objetivos:

- Presentar el proyecto bien fundamentado ante la Oficina de desarrollo social de Gachetá Cundinamarca para su comprensión en cuanto a los beneficios que el proyecto de dejaría al municipio.
- Lograr el apoyo financiero y logístico por parte de la Oficina de desarrollo social de Gachetá Cundinamarca el cual requiere el centro de capacitación y asesoría de nuevos proyectos.
- Recibir el subsidio que da el municipio para proyectos sociales.

Discusión:

La oficina de desarrollo social de Gachetá Cundinamarca al ser un ente gubernamental está interesada en el crecimiento económico y social del municipio.

El centro de capacitación y asesoría de nuevos proyectos no solamente busca a través de su actividad comercial ser sostenible, sino que a su vez tiene una proyección social al dar solución a la problemática del desempleo en el municipio.

Señales:

El centro de capacitación y asesoría de nuevos proyectos dejará claro que los beneficios que ofrece para el desarrollo del municipio son muchos por lo cual está dispuesto a recibir un monto aproximado del subsidio que se ofrece para la creación de proyectos sociales.

Propuestas:

- Crear un centro de capacitación y asesoría de nuevos proyectos el cual trabajará por la sociedad brindándoles capacitación, asesoría, créditos y oportunidades laborales.
- Trabajar con todo el compromiso y responsabilidad logrando ser sostenible generando el progreso del municipio.

Intercambio:

Rendir cuentas a la oficina de desarrollo social para dar a conocer el buen uso de los recursos obtenidos de esta negociación para que a su vez la oficina de desarrollo social pueda rendir informe de su gestión ante los entes competentes.

Cierre y acuerdo:

Cierre por concesión llegando al acuerdo de recibir el subsidio por parte de la oficina de desarrollo social y el compromiso de la rendición de cuentas por parte del centro.

Negociación del precio:

Subsidio de \$20.000.000.

Fases de la propuesta de negociación del Centro de capacitación y asesoría de nuevos proyectos con los socios gestores del proyecto:

Preparación:

En el caso de los socios gestores del proyecto la propuesta de negociación colaborativa también es la apropiada ya que los socios se beneficiarían de la actividad económica del centro y a su vez el centro obtendría el apoyo con los aportes económicos para su funcionamiento.

Objetivos:

- Presentar el proyecto bien fundamentado ante los socios gestores para su comprensión en cuanto a los beneficios que el proyecto de dejaría al municipio y los beneficios propios de cada socio.
- Lograr el apoyo financiero por parte de los gestores del proyecto el cual requiere el centro para su funcionamiento.
- Recibir los aportes acordados por parte de cada socio.

Discusión:

Los socios se beneficiarían de la actividad económica del centro.

El centro obtendría el apoyo con los aportes económicos para su funcionamiento.

Señales:

El centro de capacitación y asesoría de nuevos proyectos dejará claro que los beneficios que ofrece como entidad sostenible son muchos de los cuales se beneficiarán los socios, por lo cual está dispuesto a recibir los aportes acordados para la puesta en marcha del proyecto.

Propuestas:

- Crear un centro de capacitación y asesoría de nuevos proyectos el cual trabajará por la sociedad brindándoles capacitación, asesoría, créditos y oportunidades laborales, logrando recibir utilidades por su actividad económica.
- Trabajar con todo el compromiso y responsabilidad logrando ser sostenible generando la sostenibilidad del proyecto.

Intercambio:

Rendición de cuentas a los socios gestores del proyecto para dar a conocer el buen uso de los recursos obtenidos de los aportes en esta negociación para que a su vez los socios puedan tener claro los beneficios que han obtenido.

Cierre y acuerdo:

Cierre por concesión llegando al acuerdo de recibir los aportes por parte de cada socio y el compromiso de la rendición de cuentas por parte del centro entregando a cada uno los beneficios obtenidos.

Negociación del precio:

Gestor No.1 \$ 2.000.000

Gestor No.2 \$ 2.000.000

Gestor No.3 \$ 2.000.000

Gestor No.4 \$ 2.000.000

Gestor No.5 \$ 2.000.000

Fases de la propuesta de negociación del Centro de capacitación y asesoría de nuevos proyectos con los emprendedores con ideas definidas:

Preparación:

Los emprendedores con ideas definidas al momento de realizar una negociación colaborativa saldrían beneficiados al igual que el centro de capacitación y asesoría para nuevos proyectos, ya que los emprendedores recibirían la asesoría y el apoyo para poner en marcha sus ideas logrando una actividad comercial, que no solamente los beneficiaría a ellos sino que también al centro ya que lo que se pretende es que el centro pueda ubicar laboralmente a las personas que se están capacitando y así obtengan ingresos para poder seguir pagando sus capacitaciones.

Objetivos:

- Presentar el proyecto bien fundamentado ante los emprendedores con ideas definidas para su comprensión en cuanto a los beneficios que el proyecto les daría no solamente a ellos sino a todo el municipio.
- Lograr la afiliación de los emprendedores con ideas definidas para que le centro pueda asesorarlos y ayudarlos a poner en marcha sus proyectos.
- Recibir los pagos de afiliación acordados por parte de cada emprendedor.

Discusión:

Los emprendedores recibirían la asesoría y el apoyo para poner en marcha sus ideas logrando una actividad comercial.

El centro ubicaría laboralmente a las personas que se están capacitando y así obtendrían ingresos para poder seguir pagando sus capacitaciones.

Señales:

El centro de capacitación y asesoría de nuevos proyectos dejará claro que los beneficios que ofrece como entidad sostenible son muchos para apoyarlos en la puesta en marcha de sus proyectos, por lo cual está dispuesto a recibir los pagos de afiliación acordados.

Propuestas:

- Crear un centro de capacitación y asesoría de nuevos proyectos el cual trabajará por la sociedad brindándoles capacitación, asesoría, créditos y oportunidades laborales, logrando recibir utilidades por su actividad económica apoyando los nuevos emprendedores.
- Trabajar con todo el compromiso y responsabilidad logrando ser sostenible generando la sostenibilidad del proyecto para que cada vez más emprendedores puedan cumplir sus sueños.

Intercambio:

El centro afiliará a los emprendedores por el precio acordado brindándoles asesoría y el apoyo para sus proyectos y el centro logrará brindar oportunidades laborales en los proyectos puestos en marcha.

Cierre y acuerdo:

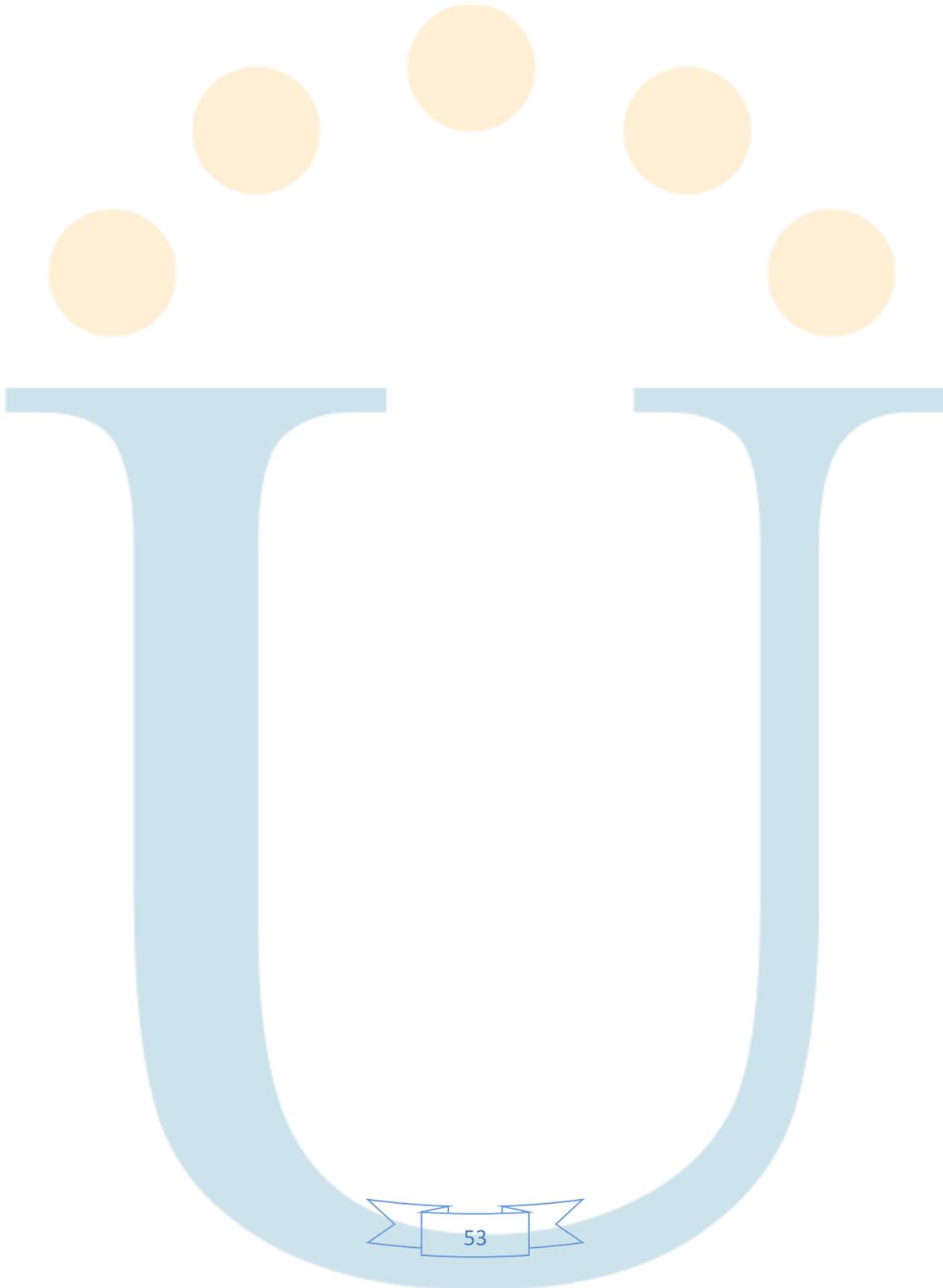
Cierre por concesión llegando al acuerdo de recibir los pagos por afiliación por parte de los emprendedores y el compromiso del apoyo por parte del centro para que puedan poner en marcha sus proyectos.

Negociación del precio:

Afiliación de cada emprendedor de \$500.000.

PRESENTACIÓN DIGITAL (VÍDEO)

https://youtu.be/P_SLqq-0L04



CONCLUSIONES

- La monopolización del mercado Gachetuno por parte de familias adineradas hace que el comercio se estanque en sus generaciones, negando la oportunidad a nuevos emprendedores con ideas de valor a surgir dentro del municipio
- Gracias al centro de capacitaciones se podrá orientar a los habitantes en temas referentes a lo laboral, tales como los pagos, aspectos legales, además de informar a los partícipes de vacantes presentes en empresas, compañías o negocios del municipio.
- El crecimiento del municipio se basa en la capacidad económica de las personas, con el centro de capacitación se impulsa el aspecto laboral del municipio, lo que aumenta la capacidad adquisitiva de los habitantes y por ende el movimiento de recursos para el crecimiento
- Mediante el desarrollo de actividades estructuradas sistemáticamente a lo largo del curso los estudiantes adquirieron información y conocimientos correctos y adecuados para el desenvolvimiento futuro en el ámbito laboral de una forma exitosa, además de adueñarse de una mentalidad colaborativa poniendo en práctica el trabajo en equipo para el desarrollo de conflictos y mejor cumplimiento de los objetivos

REFERENCIAS

- Crea Business Idea. (2011). Técnicas y herramientas para el desarrollo de la creatividad y la generación de ideas. En *Manual de la creatividad empresarial*(pp. 33-43) Recuperado de http://www.creabusinessidea.com/test_g30/modulo_noticia_2.01/panel/tmp/ficha_172_1.pdf
- Fernández, F. & Vidal, R. (2008). Las aventuras de ser un emprendedor. *En debates IESA* 13(2) p. 78-83. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=33391554&lang=es&site=ehost-live>
- Poncio, D. (2010). El mundo emprendedor. *En Animarse a emprender Argentina: EDUVIM* (p. 21-36). Recuperado de <http://galeon.com/analidia19/libro.pdf>
- Alcaldía de Medellín & COMFAMA. (2012). revisión conceptual sobre emprendimiento social. *En Empresas sociales* (pp. 3-29). https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi_n_conceptual_sobre_el_empresa
- Rodríguez, A., Ojeda E. (2013). El modelo de Negocio: La lógica para hacer dinero y crear valor: IESA. Recuperado de: <http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2014/07/jul-rodriguezojeda.pdf>
- Ambrosio, V., & Poveda, J. A. (2000). Plan de marketing paso a paso (pp. 1 -21). Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/136178329/Plan-de-Marketing-Paso-a-Paso-Vicente-Ambrosio-Virtual>
- Del Santo, O. & Álvarez, D. (2012). Marketing atracción 2.0. (pp. 9 – 15). Recuperado de <http://www.juancmejia.com/wp-content/uploads/2012/06/Marketing-de-Atraccion-20.pdf>
- 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/>

- Incenta (s.f). Que es y para qué sirve inbound marketing. Recuperado de http://ebooks.incenta.com/que_es_y_para_que_sirve_inbound_marketing_06092013.pdf
- Azti Tecnalía. (2010). MARKETING VERDE. Parque tecnológico de Bizkaia. (P. 5-14). Recuperado de http://issuu.com/aztitecnalia/docs/dossier_de_mercado_mkt_verde/1?e=1899668/3180198
- Europa Audiovisual | Documentales. (2010). Dirección empresarial y calidad ambiental. [04]. Marketing ecológico. (Video). Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=6Oq5Rm06cIM>
- Echeverry, L. (2013). Acciones y prácticas de mercadeo verde en empresas colombianas (casos de estudio) (pp. 21-31). Recuperado de <http://www.cesa.edu.co/Pdf/El-Cesa/22.ACCIONES-Y-PRaCTICAS.pdf>
- Alvarado L. (2013). Neuromarketing, ciencia al servicio del conocimiento. Recuperado de http://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana_20Alvarado.pdf
- Carrión, J. (2007). Técnicas de Negociación. Recuperado de <http://www.dbbe.fcen.uba.ar/contenido/objetos/Carrin2007.pdf>
- Juan Carlos Mejía Llano, consultor y speaker en marketing Digital y Social media, Estrategias de Marketing Digital, Juan Mejía (2016) Recuperado de: <https://www.juancmejia.com/estrategias-de-marketing-digital/ejemplos-e-importancia-del-neuromarketing-entre-el-80-y-el-95-de-la-decision-de-compra-se-toma-en-el-inconsciente/>