

**Propuesta de emprendimiento social: Ayudando al Medio Ambiente desde Casa**

**Presentado por**

**Martha Montoya Marín**

**Flor Ángela Pantoja**

**Andrea Carolina Rodríguez**

**Tutora**

**María Mercedes Narváez**

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia**

**Escuela de Ciencias Administrativas Contables, Económicas de Negocios**

**Diplomado para Tecnologías Gestión del Marketing para el Emprendimiento Social**

**Julio 2021**

## Tabla de Contenido

Introducción	6
Objetivos	7
Objetivo General	7
Objetivos Específicos	7
Identificación de la problemática social	8
Impacto social	11
Proyecto De Innovación Social	13
Nombre Del Proyecto	13
Factor innovador	13
Pertinencia	14
Factor Productivo	17
Mercado Objetivo	18
¿Qué es el Design Thinking y cómo aplicarlo al proyecto?	19
¿Quién lo usa?	19
¿Cómo funciona?	20
Etapas del modelo Design Thinking	21
Empatiza	21
Mapa de Actores.	21
Define	22
Idea	22
Partir de cero	23

	3
Ideación basada en la técnica de cuenta cuentos y súper héroes	26
Prototipa	28
Testea.	30
Diseño de estrategias de marketing	31
Atributos y beneficios del producto o Servicio a ofrecer al mercado.	31
Grupo objetivo del proyecto	32
Segmentación	32
Identificar la competencia	35
Aliados clave y acciones de cooperación	36
Estrategias de mercadeo tradicionales	38
Estrategia de comunicación	38
Estrategia de posicionamiento	39
Estrategia de diferenciación	39
Estrategias de mercadeo digital (Social media)	40
Presentación del enlace de página Wix	42
Proyección operativa y financiera	43
Precio de venta y proyecciones de venta para tres años	49
Conclusiones	54
Bibliografía	55

## Lista de figuras

Ilustración 1. Eco ladrillo, botella plástica con plásticos compactados.	12
Ilustración 2. Placas de Plástico - Novaciela	12
Ilustración 3. Las etapas del proceso de Design Thinking	20
Ilustración 4. Capitán Greenman	26
Ilustración 5. Roberto Nuestro Héroe de Reciclaje	27
Ilustración 6. Capitán Verdeman	27
Ilustración 7. Integrantes de la Liga de la Justicia del Reciclaje	28
Ilustración 8. Beneficios del Reciclaje	29
Ilustración 9 Imagen de la Marca y Slogan	42
Ilustración 10. Charlas sobre la Importancia del Reciclaje	48
Ilustración 11. Diseño del volante para la publicidad del proyecto	49

**Lista de tablas**

Tabla 1 Recursos básicos para el proyecto	44
Tabla 2 Gastos Básicos	47

## Introducción

El presente trabajo busca presentar al lector un proyecto de emprendimiento social basado en una de las problemáticas más relevantes para la humanidad en nuestros días: el cambio climático y la contaminación ambiental. Hemos identificado este como uno de los problemas que requieren de atención urgente, puesto que, de no tomar acción, los efectos serán devastadores para todos los seres humanos como especie.

Así pues, nuestro proyecto busca crear –de la mano con el sector público y en colaboración con emprendimientos similares incipientes– un sistema de reciclaje de los desechos que son generados en las casas de nuestros entornos más próximos. Esto debido a que, pese a la importancia que ha cobrado en los últimos tiempos el tema del cuidado medioambiental, observamos en la práctica que nos queda un largo camino por recorrer. Consideramos, además, que este problema se alimenta de la falta de concientización, sensibilización y educación en torno al tema. Por tanto, nuestro proyecto comienza apelando a la participación ciudadana (esto en un nivel muy local, en primera instancia), de la mano de nuestras alcaldías y grupos comunitarios locales que se encuentren interesados en apoyar el proyecto. De manera que, en una primera fase, lo que se busca es enseñar a nuestra comunidad a hacer una separación eficiente de los residuos generados en casa, a través de estrategias lúdicas y de aprendizaje, con el fin de que dichos residuos puedan ser gestionados adecuadamente y así contribuir con la preservación el medio ambiente.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Crear un sistema de separación de residuos y reciclaje, que comience en casa, apoyado en estrategias educativas para las comunidades locales, con el fin de hacer frente a la inminente crisis medioambiental de nuestros tiempos y contribuir con la preservación del medio ambiente que rodea a nuestras comunidades.

### **Objetivos Específicos**

Promover campañas de educación ambiental y conciencia ciudadana, a través de actividades lúdicas y creativas, que incentiven la participación de la comunidad, con el fin de sensibilizar y capacitar a la ciudadanía para una correcta separación y gestión de los residuos que se generan en casa.

Organizar, de manera concertada con los líderes de la comunidad, la forma en que se dispondrán los desechos una vez sea separados en casa; del mismo modo en que será necesario concertar la manera en que estos serán recolectados por las empresas de aseo, con el fin de que se garantice la correcta disposición de los residuos en todas las etapas del proceso.

Dar visibilidad a productos o empresas afines a nuestro proyecto, a través de nuestro material didáctico o nuestras redes de difusión, con el fin de que las personas de nuestra comunidad den prioridad al consumo de productos amigables con el medio ambiente o cuya fabricación haya implicado alguna forma de reciclaje.

## **Identificación de la problemática social**

En nuestro mundo contemporáneo nos enfrentamos a una seria problemática que atraviesa todas las esferas de la vida de los seres humanos: el cambio climático, como consecuencia de una serie de procesos que se han venido desarrollando a lo largo de nuestra historia reciente, tanto en el ámbito industrial, como el público y el doméstico. Así, el cuidado y la atención a las demandas medioambientales de nuestra época son necesidades que con los años han tomado cada vez más fuerza. El cambio climático, la contaminación, la degradación de los suelos, la alteración de los ecosistemas, la deforestación, el uso de combustibles fósiles altamente contaminantes son realidades que, a la larga, nos terminarán afectando a todos de alguna manera, con independencia de cuál sea nuestro estrato socioeconómico o el país en el que vivamos. Por ello, ya que este problema representa una necesidad, no solo en el nivel local de nuestras comunidades y ambientes más próximos, sino a nivel global, queremos hacer una propuesta en torno al tema de la apropiada gestión de los residuos, comenzando con su correcta separación en el ámbito doméstico.

Ahora, cabe resaltar que, si echamos un rápido vistazo al problema de la contaminación y separación de residuos desde el ámbito doméstico, nos toparemos con otro problema fundamental: la falta de consciencia ambiental y educación ciudadana en torno al cuidado y las acciones efectivas que nos permitan hacer frente o mitigar de alguna manera nuestro impacto sobre el medio ambiente. Por esta razón, uno de los objetivos de nuestro proyecto será hacer frente a este segundo problema, pues, creemos fervientemente que la educación es una de las vías más sólidas y certeras a la hora de tomar acción frente al cambio climático. Todo cambio colectivo contundente ha de empezar desde casa.



Por otro lado, también es importante tener en cuenta que en nuestro país e, incluso, en toda nuestra región, nos encontramos atrasados en cuanto a las medidas, políticas públicas y sistemas realmente organizados que nos permitan hacer frente a la problemática medioambiental tanto en un nivel local como a nivel global. Nuestros gobiernos han atiborrado sus agendas con otro tipo de prioridades y pocos han sido los esfuerzos que realmente involucren a las comunidades y a las instituciones en todas sus esferas para llevar a cabo acciones mancomunadas y de alta afectividad para atacar el problema. Por esta razón, consideramos importante intervenir en el planteamiento y gestión de políticas públicas, empezando por el nivel local, que nos permitan una organización ciudadana a gran escala con el fin de adelantar acciones que verdaderamente generen un cambio y un cuidado al medio ambiente del que todos podamos disfrutar. En este momento, nuestra participación activa como ciudadanos informados y conscientes es crucial.

Queremos mencionar aquí también el estado en que se encuentran los emprendimientos que, de alguna manera buscan hacer frente a la crisis climática. Muchos de estos emprendimientos no tienen el reconocimiento o la visibilidad suficiente en los mercados tradicionales o, incluso, en los nuevos mercados, aunque puede que alcancen cierta fuerza en algunos como el mercado digital. Sin embargo, bien sea por desconocimiento o deficiencia en las estrategias de difusión, muchas personas terminamos optando por productos y servicios que nos resultan cómodos o conocidos y que no necesariamente tienen un impacto positivo para nuestra problemática ambiental, tampoco nos parece consecuente que nos permitamos seguir consumiendo plásticos de un solo uso, como, por ejemplo, pitillos, cuchillas de afeitar, cepillos de dientes, entre otros, cuando ya hay en el mercado diferentes alternativas disponibles de estos mismos productos para hacer frente al cambio climático.

En este sentido, consideramos que el problema de la visibilidad que tienen estos emprendedores que buscan generar productos o servicios amigables con el medio ambiente se relaciona también con el nivel educativo y de conciencia ambiental presente en los mercados disponibles y en los consumidores. Por esta razón, buscaremos, a través de nuestro proyecto, generar estrategias que, además de educar y generar conciencia ambiental que dé visibilidad a este tipo de emprendimientos y que genere una motivación profunda a replantearnos ciertos hábitos de consumo cotidiano que pueden hacer una gran diferencia para nuestro planeta.

Por último, hemos observado también que existe otra problemática relevante y relacionada con nuestra problemática central y es la del trabajo de los recicladores. Estas personas, por lo general, viven en la pobreza; no son claras las garantías para ellos en cuanto a seguridad social, salario y demás prestaciones de las que, en teoría, tiene derecho a gozar todo trabajador en nuestro país. No obstante, estas personas trabajan fuertemente a lo largo del día recogiendo desechos y haciendo una separación de residuos que, aunque eventualmente pueda ser afortunada, no resulta organizada –a nivel sistémico, por así decirlo– ni bien remunerada. Por esta razón, insistimos en que, si queremos plantear un sistema de correcta separación y gestión de los residuos generados en casa, es crucial la participación de este gremio. Y consideramos que la mejor manera de hacerlo es incentivar el desarrollo de políticas públicas que nos permita formalizar el trabajo de los recicladores, pues ellos son piezas clave no solo a la hora de pensar en posibles formas de organizar la separación de los residuos, sino a la hora de ejecutarla. Si bien en este caso la separación de los residuos pasaría a ser competencia de la ciudadanía, los recicladores pueden convertirse en los mejores aliados a la hora de completar el trabajo iniciado por el ciudadano consciente. No obstante, queremos aclarar que este punto depende del éxito que

tenga nuestro proyecto en sus primeras fases y de que sea posible lograr un gran impacto en todos los niveles que nos parecen relevantes: la empresa, el hogar y el gobierno.

En resumen, podemos decir que son muy pocas las familias que tienen conciencia ambiental y saben cómo se debe reciclar es por eso que nuestra propuesta es capacitar virtualmente a los hogares, cómo se debe hacer este proceso tan sencillo pero muy enriquecedor para el medio ambiente, y con los recicladores para que su labor sea más fácil de efectuar.

### **Impacto social**

A través del reciclaje en los hogares pretendemos mitigar el daño ambiental y este proceso contribuirá a facilitar a los recicladores lo cual aceleraría dicha actividad, además proponer bolsas biodegradables con imágenes y palabras que describan que se debe reciclar en cada bolsa. Al realizar un proceso adecuado de reciclaje contribuimos a mejorar el medio ambiente y que a los recicladores se le dé un valor más acorde a su trabajo de acuerdo a lo que reciclan. Con un buen proceso de reciclado podemos contribuir a la fabricación de materiales de construcción plásticos como son los ladrillos, placas y otros.

**Ilustración 1. Eco ladrillo, botella plástica con plásticos compactados.**

Tomada de “Ecoladrillo” [Fotografía], Avatarenergía, 2021,

<https://avatarenergia.com/ecoladrillos/>

**Ilustración 2. Placas de Plástico - Novacicla**

Fuente: Tomada de “Placa de plástico” [Fotografía], Novacicla, 2021,

<https://novacicla.com/productos-de-plastico/placa/>

## Proyecto De Innovación Social

### Nombre Del Proyecto

Ayudando Al Medio Ambiente Desde Casa

### Factor innovador

Radica en la creación e implementación de un sistema de separación de residuos en el ámbito doméstico que facilite los procesos de reducción de residuos, reciclaje y reaprovechamiento. Esto, a través de una apuesta por la educación y una cultura ciudadana que favorezca el cuidado ambiental desde las acciones que cada individuo pueda ejecutar para hacer su contribución a la problemática del cambio climático y la contaminación. Esta propuesta es innovadora en América Latina, dado que nuestra región se encuentra bastante atrasada en cuanto a temas de políticas públicas para la conservación del medio ambiente y, más aún en temas de reciclaje y reducción de residuos. En Colombia, por ejemplo, no contamos con sistemas realmente organizados y eficientes, que favorezcan el empoderamiento y la participación activa de la ciudadanía, a fin de hacer frente a nuestras problemáticas medioambientales<sup>1</sup>.

También es posible pensar en estrategias innovadoras a la hora de ejecutar nuestro proyecto tales como la promoción y utilización de bolsas biodegradables, discriminadas por colores, que nos permitan una correcta separación de los residuos y, que, al tiempo,

---

<sup>1</sup> Si echamos una mirada hacia el estatus de los sistemas de reciclaje y reaprovechamiento de residuos en el mundo, el mejor ejemplo en este caso es el que nos da Suiza. Este país cuenta con un sistema sumamente organizado para una correcta gestión de residuos. Creo que es importante tener este tipo de sistemas como referente a la hora de plantear nuestro proyecto, puesto que nos pueden orientar a la hora de ejecutar algunas de nuestras iniciativas, ya que ellos cuentan con una experiencia más amplia en el tratamiento de esta problemática.

nos permitan reducir el uso de plásticos para llevar a cabo dicha separación. O, también, la promoción de capacitaciones virtuales sobre cómo reciclar en casa.

Por otro lado, también es posible pensar en una alianza público-privada a fin de que, a través de proyectos estatales o de una actualización de las políticas públicas en torno a la problemática ambiental vista de manera local, sea posible apoyar nuevos emprendimientos que se encarguen de gestionar los residuos que sean correctamente separados y, de esta manera, estos emprendedores puedan generar una nueva utilidad a partir de ellos. Un ejemplo de este último punto puede ser, por ejemplo, conseguir apoyo estatal para emprendedores que sean capaces de producir abonos naturales y aprovechables a partir de residuos orgánicos. Podemos difundir, dar visibilidad y conseguir apoyo estatal para emprendimientos que le den una segunda vida útil al plástico, tal como los proyectos que generan ladrillos a partir de botellas reutilizadas o emprendimientos como el de la creación de marcos para bicicletas a partir del reciclaje de botellas plásticas. En este sentido, lo que propongo en este punto es que nuestro proyecto se convierta en una suerte de “puente” entre los emprendedores que busquen defender causas ambientales, los gobiernos locales y la ciudadanía para generar un ambiente de correcta información, acciones certeras y un consumo responsable que nos permita mitigar nuestro impacto ambiental. El apoyo a estos emprendedores o la difusión de sus productos y servicios a través de nuestros canales de comunicación pueden hacer una gran diferencia e instar al público a tomar decisiones más conscientes en torno al cuidado de nuestro planeta.

### **Pertinencia**

La pertinencia de nuestro proyecto radica en que buscamos integrar diferentes sectores de nuestra comunidad con el fin de ayudar a resolver una problemática común –no solo en términos locales, sino en el sentido en que es este un asunto que nos compete a todos como humanidad–, a

saber, el cambio climático y la contaminación ambiental. Ya que nuestra problemática requiere de acciones inmediatas a nivel colectivo y es de común conocimiento que hemos de tomar acciones certeras en cuanto al cuidado del medio ambiente para antes del año 2030, nuestro proyecto busca erigirse como un puente entre las acciones que puede tomar la ciudadanía para dar su cuota de colaboración en torno a la problemática, fomentar la toma de acción responsable por parte de los gobiernos y dar apoyo y visibilidad a los proyectos del sector emprendedor que también puedan aportar a la resolución de esta problemática.

Ahora bien, si examinamos puntualmente la pertinencia de nuestro proyecto desde el punto de vista de todas las problemáticas que hemos considerado relevantes, podemos decir que tenemos 4 grandes puntos por mencionar:

1. Educación ambiental y cultura ciudadana para el cuidado del planeta: En nuestros tiempos es urgente este tipo de educación. Si queremos tener sistemas de reducción de residuos, reciclaje y recolección eficientes, es esencial tener un alto impacto en nuestra comunidad en cuanto a educación y consciencia ambiental se refiere. De nada o poco sirven los sistemas más sofisticados de reciclaje sin la participación activa de la comunidad y toma de responsabilidad ambiental por parte de la misma. Además, al momento de educar y capacitar a la población, estamos ofreciendo herramientas y sensibilización no solo para obtener la participación activa de los miembros de nuestra comunidad, sino que los estamos motivando a generar nuevas soluciones y propuestas que permitan enriquecer o mejorar la eficiencia del proyecto. A fin de cuentas, lo que queremos es mejorar la calidad de vida de nuestras comunidades al largo plazo y, al ser esta una responsabilidad compartida, toda buena idea o mejora es bienvenida.

2. Apoyo a través de medios de difusión –o publicidad– para emprendimientos con iniciativas ambientales: Pese a que este tipo de emprendimientos existen, no tenemos todavía en los mercados una visibilidad tan prominente como la que ciertamente merecerían este tipo de productos y servicios. En el momento en que apoyamos estas iniciativas a través de nuestros medios de difusión, estamos incentivando un consumo mucho más consciente y responsable, estamos apoyando a emprendedores que tienen también una causa social pero que aún no tienen suficiente visibilidad y estamos aportando indirectamente para la solución de nuestra problemática central.

3. Promoción e incentivo de iniciativas y políticas públicas para el cuidado del planeta: Dado que nuestro país no tiene consolidado un sistema de reciclaje y efectiva gestión de los desechos –en términos de sostenibilidad ambiental–, nuestro proyecto es una manera de contribuir a la creación de nuevas medidas y políticas públicas que favorezcan realmente el cuidado del medio ambiente.

4. Formalización y dignificación del trabajo del reciclaje: en la medida en que nuestro proyecto empiece a ejecutarse y contemos con un sólido apoyo institucional –y en consonancia con el punto anterior–, podemos proponer, en el ámbito de las políticas públicas, una manera de integrar a nuestro sistema de recolección y separación de residuos a las personas que se dedican al oficio del reciclaje, con el fin de que ellos puedan acceder a todas sus prestaciones de ley, tengan acceso a un salario digno y ofrezcan su experiencia y conocimientos en torno al tema del reciclaje en algunas de las fases de ejecución del proyecto, una vez empiece este a expandirse y a demandar mano de obra para sostenerse, por ejemplo, en una ciudad.



## **Factor Productivo**

Como nuestro tema es la clasificación de residuos domésticos para un reciclaje óptimo, esto nos permite un valor agregado para los productos reciclados y por ende a quienes realizan esta actividad generar un mejor ingreso, de hecho, esta actividad bien realizada nos permite reciclar hasta un 90% de los desechos generados en el hogar lo cual sería un aporte representativo para el medio ambiente y su conservación. Además, a nuestro modo de ver, las maneras de financiar nuestro proyecto pueden ser las siguientes:

1. **Capital humano:** En la medida en que logremos con éxito una educación ciudadana y una consciencia ambiental en nuestra comunidad, contaremos con el trabajo y la colaboración de los miembros de la comunidad, lo cual no me parece despreciable. Si dejásemos este trabajo en manos de trabajadores, los costes de tener un sinnúmero de personas separando desechos serian supremamente elevados. Por ello, en la medida en que la comunidad se involucre y participe activamente, podemos decir que contamos con un gran aporte de capital humano. También podemos contar con personas dispuestas a hacer voluntariado y que puedan poner sus conocimientos y habilidades al servicio del proyecto.
2. **Apoyo estatal:** Es posible aplicar a convocatorias, concursos o buscar directamente el apoyo que necesitamos para poner en marcha nuestro proyecto.
3. **Donaciones:** En la medida en que nuestro proyecto se dé a conocer y muestre efectividad, al menos en el ámbito de nuestras comunidades más próximas, podemos aprovechar las herramientas digitales para abrir canales que nos permitan recibir donaciones de personas interesadas en colaborar con la solución a la problemática medioambiental.

4. Fundaciones interesadas en generar soluciones a la problemática del medio ambiente.
5. Monetización a través de la creación de contenidos en redes sociales: en la medida en que expandamos y demos a conocer nuestra iniciativa, podemos lograr generar ingresos a través de redes sociales. Esto implica, por supuesto, generar contenidos (que en este caso pueden ser educativos) relacionados con nuestro proyecto y las problemáticas que queremos resolver.
6. Alianza con los emprendimientos y marcas que ofrecen productos y servicios amigables con el medio ambiente, además de otorgarles visibilidad a través de nuestras plataformas y medios de difusión, podemos operar bajo el modelo de las economías colaborativas, generando intercambios, bien sea en dinero o en productos o servicios que beneficien y enriquezcan nuestro proyecto.

## **Mercado Objetivo**

Nuestro proyecto busca beneficiar de manera directa a las comunidades que se sumen a la iniciativa, en la medida en que gestionen apropiadamente sus desechos y mejore su calidad de vida.

Ahora, también hemos de tener en cuenta que, de manera indirecta, beneficiaremos a aquellos empresarios o emprendimientos que tengan una causa ambiental al otorgarles visibilidad.

## **¿Qué es el Design Thinking y cómo aplicarlo al proyecto?**

El modelo Design Thinking nos permite una aproximación a las necesidades de una comunidad con el fin de generar posibles soluciones innovadoras y factibles, de la mano del desarrollo tecnológico y nuevas maneras de ser y hacer en los mercados. A través de sus cinco pasos fundamentales de desarrollo –empatiza, define, idea, prototipa y testea–, nos permite, en primer lugar, tener claro el panorama de problemas y necesidades que buscamos resolver; en segundo lugar, nos permite generar alternativas, ideas y posibles soluciones al problema o necesidad que buscamos solucionar y, por último, nos permite hacer pruebas y ensayos reales que nos permitan evaluar la viabilidad de las propuestas, ideas o posibles soluciones que han surgido a lo largo del proceso. Esta metodología nos permitirá expandir nuestro campo de posibilidades y añadir valor a nuestro proyecto a través de la creatividad, la consideración de nuevas alternativas y la evaluación de su viabilidad a través de las 5 etapas que nos propone el modelo.

### **¿Quién lo usa?**

Se considera una norma que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para lograr que empaten las necesidades de las personas con la tecnología factible que se requiere y con un proceso viable de negocios que puede cristalizar en un valor para el cliente y de esta forma presentarlo al mercado como una excelente oportunidad.

Por ser un creador de innovación se facilita aplicarlo a cualquier campo, empezando por el desarrollo de productos o servicios hasta mejorar procesos o definición de modelos de negocios el límite es la imaginación de cada uno.

## ¿Cómo funciona?

Este programa se desenvuelve cuando nosotros consideremos sus 5 rasgos diferenciales.

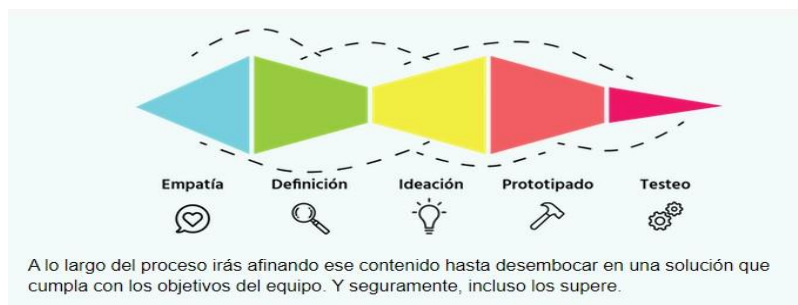
La generación de empatía: para dar un trámite se debe hallar los problemas, necesidades y deseos de los consumidores implicados hay que entender los problemas, necesidades y deseos de los interesados. Sea lo que sea que estemos creando nos va a dirigir a una interacción con personas que buscan satisfacer sus necesidades y este será el éxito.

El trabajo en equipo, trabajo que pone a prueba la imaginación de los individuos aportando ideas, es muy importante trabajar en equipo y entre más variado sea éste será mejor.

De esta forma tendremos una gran variedad de conocimientos, metodologías y puntos de vista y experiencia que aportar. Es indispensable que haya por lo menos una persona que conozca su metodología que pueda guiar el proceso.

En lo posible el grupo de personas que conformen el equipo debe ser estable, aunque dependiendo de la etapa que se esté realizando, se puede integrar otras personas.

### Ilustración 3. Las etapas del proceso de Design Thinking



Tomada de “Desing Thinking” [Fotografía], Desing Thinking, 2021,

<https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

## **Etapas del modelo Design Thinking**

### **Empatiza**

Para nuestro caso, nada más claro que nuestra propia experiencia, cuando organizamos nuestras casas, y aún más cuando vivimos en un conjunto cerrado u observamos el día de recolección de basuras y nos damos cuenta como nuestros vecinos sacan su basura sin ningún proceso de reciclaje en grandes cantidades y como son recicladas por personas que poco o ningún conocimiento tiene sobre cómo se debe realizar este proceso. Este proceso inicia con una profunda vivencia con las necesidades de los clientes comprometidos en la búsqueda de una solución firme y acorde con la realidad que estemos procesando como también en la de su entorno.

Si nosotros iniciamos desde nuestras casas organizando las basuras y reciclando de acuerdo a las normas, este proceso será más rápido y con un valor agregado para que a nuestros recicladores se les facilite más. Mediante una buena explicación y sobre todo dando ejemplo será una forma de contribuir a reciclar.

### **Mapa de Actores.**

Identificar los usuarios que participan en el uso de un producto o servicio. En este proceso, nuestros actores son personas a cargo del aseo en casa, empleadas de servicio domésticos, estudiantes, madres o padres que se encargan del arreglo del hogar, e integrantes de la familia cuando cumplen con sus responsabilidades, recicladores.

- ✓ Recolectar el cartón seco en un solo lugar evitando que se moje.
- ✓ Las botellas de salsas, gaseosas, y demás que usemos debemos lavarlas para poderlas reciclar.

- ✓ Recolectar recipientes de vidrio.
- ✓ En una botella plástica podemos introducir bolsas plásticas pequeñas de basura.
- ✓ Las pilas se la recolectan en un contenedor pequeño e independiente a todo.
- ✓ Se puede recolectar las sobras de comidas para alimento de algunos animales de granjas o fincas.
- ✓ Reutilizar bolsas, cajas o contenedores que podamos usar.

### **Define**

Se puede hacer una investigación mostrando que las personas que reciclan saben cómo reciclar una amplia gama de desechos, pero muchos están confundidos acerca de cómo manejar algunos materiales.

Cuando la confusión está relacionada con el material, las personas generalmente buscan los símbolos de reciclaje que a menudo se imprimen en el paquete. Pero incluso en estos casos, se sienten confundidos acerca del significado de los símbolos y las cosas se complican si el paquete incluye diferentes tipos de materiales.

### **Idea**

Esta es la fase del proceso en la que buscamos proponer nuevas alternativas e ideas que apoyen y puedan, de una forma u otra, brindar una solución para nuestra problemática central, que ya ha sido cuidadosamente estudiada en las etapas de empatiza y define. En esta etapa del proceso buscamos ampliar nuestros horizontes y considerar diversas opciones, así en un principio no parezcan las más adecuadas. Es indispensable que en esta fase dejemos de lado nuestros juicios y nos abramos a considerar un sinnúmero de opciones, puesto que, muchas

veces, las ideas que nos parecen más inverosímiles a primera vista, terminan siendo las más acertadas o visionarias.

### **Partir de cero**

La técnica de partir de cero nos motiva a romper nuestras limitaciones: crear nuestras ideas a partir de imaginar un escenario en el que nos planteamos nuestras soluciones desde cero, sin considerar como limitaciones las creencias de nuestra cultura, la financiación, las leyes y los modos en los que funciona nuestra sociedad actual. Esto nos permite dejar correr nuestra imaginación sin los límites que diariamente nos impone nuestro contexto y nuestra realidad.

Empezaré mi propuesta de “partir de cero” a través de la siguiente pregunta: si tú fueses la persona con más dinero en el mundo y quisieras resolver la crisis del cambio climático y la contaminación, ¿cómo lo harías?

Si yo fuese la persona con más dinero y recursos en el mundo y quisiera resolver la crisis climática y medioambiental, en primer lugar, me cercioraría de que mis propias empresas y fuentes de riqueza fuesen sostenibles y amigables con el medio ambiente. Así, por ejemplo, si soy la dueña de una gigante empresa tecnológica, reemplazaría en mis oficinas y en mis centros de actividad toda la energía proveniente de fuentes de carbón y combustibles fósiles por fuentes de energías limpias, como la energía eólica o la energía solar. Tendría un sistema de sensores en las canecas de mis oficinas que impedirían automáticamente botar los desechos donde no corresponde y les sumaría puntos a mis empleados que mejor separen los desechos y que menos desechos generen. Aclaro: cerca de mis canecas pondría sistemas de reconocimiento facial para llevar el registro de los que más reciclan. Estos puntos pueden traducirse en días de vacaciones adicionales u otros incentivos que los puedan motivar a reducir su basura y a separar adecuadamente la que generen de manera inevitable.

Ahora bien, ya saliendo del ámbito de mi propia empresa, me iría directamente al sector educativo de mi comunidad más próxima y comenzaría a darle la vuelta a todo eso que hasta ahora hemos creído que es “normal”. Desde hace mucho tiempo he pensado que nuestro sistema educativo tiene profundas falencias en la formación que brinda a sus usuarios.

No en vano se dice que el sistema de educación tradicional poco ha cambiado desde el surgimiento de las universidades en la edad media. Por ello, yo crearía un nuevo modelo educativo, el cual aplicaría en las escuelas que quieran sumarse a él o en las que yo misma fuese capaz de montar. Por supuesto, la educación ambiental sería una materia tan importante como las matemáticas o la química e implementaría formas creativas de enseñar y generar consciencia.

La experimentación sería parte fundamental del desarrollo en mis aulas y el conocimiento del valor de la Tierra y la naturaleza sería una de las banderas principales de este sistema. Además, si enseñamos cosas fundamentales para la vida, como finanzas personales y cómo emprender sin acabar con nuestros recursos o pisotear el bienestar de nuestras comunidades, creo que formaremos consciencias más sólidas y seres humanos capaces de hacer un aporte a nuestro planeta digno de las necesidades de nuestros tiempos. También reformaría los hábitos alimenticios y las maneras en cómo los niños se relacionan con la comida en la escuela.

Aunque parezca un hecho aislado, la industria alimentaria tiene también una gran responsabilidad, no solo en cuanto a contaminación ambiental se refiere, sino en la promoción de hábitos poco saludables que, a la larga, nos enferman y perpetúan la cultura del hiperconsumo y su consecuente generación de residuos. En fin, creo que buscaría implementar un modelo de educación “holístico”, por así llamarlo, donde prime en nuestras aulas la consciencia de que cada acción en cada ámbito de nuestra vida está conectada con los demás. De este modo, nuestros



hábitos alimenticios tienen un impacto en nuestra salud y en nuestro medio ambiente, así como nuestras decisiones a nivel financiero también impactan otras áreas de nuestras vidas y a nuestras comunidades, sea de manera negativa o positiva. La idea aquí es poder generar impactos positivos que nazcan desde un área determinada y pueda así mismo influir positivamente en otras.

Si tuviera que pensar, además, en crear y sofisticar el sistema de reciclaje en mi comunidad, me apoyaría en la tecnología para hacer una gestión eficiente de los residuos generados en las casas. En Suiza, por ejemplo, existen los denominados “policías de la basura”, quienes verifican que los desechos se gestionen adecuadamente. En lugar de ello, pondría sensores en los contenedores de basuras –al igual que en mi empresa– a fin de impedir, de manera automática, que no haya una eficiente gestión de los residuos. No pondría en circulación el tradicional “carro de la basura”, sino que haría acuerdos directamente con las empresas que requieran de tales residuos como materias primas para su emprendimiento para que sean ellos mismos quienes recojan los residuos de los contenedores y los gestionen directamente.

De esta manera, la idea es que recurrir a los “botaderos” sea nuestra última opción. También cambiaría el modelo de ventas de los supermercados locales de mi comunidad: en lugar de tener almacenes con estanterías llenas de botellas, bolsas, cajas y demás envases de un solo uso, se podría contar con un sistema eficiente de dispensadores en el que las personas deben llevar sus propios recipientes reutilizables para llevar a casa los productos que desean. Si bien, en mi supermercado pueden conseguirse recipientes nuevos, la idea es incentivar la cultura de la reutilización a fin de bajar la generación de desperdicios al máximo.

### **Ideación basada en la técnica de cuenta cuentos y súper héroes**

Esta técnica nos permite generar ideas a través de la figura del superhéroe, quien representa un referente de gran inspiración. Y la parte de cuenta cuentos consiste en explicar una idea o solución mediante la narración de una historia en la que los personajes, usuarios hipotéticos, la pongan en uso. Esto ayuda a la identificación de circunstancias a tener en cuenta en el desarrollo de la idea o solución, y a la participación del todo el equipo en su construcción.

#### **Ilustración 4. Capitán Greenman**



Tomada de “Comicistock” [Imagen], istock, 2015,

<https://www.freejpg.com.ar/istocksim/474250430?s=1>

¡Un nuevo superhéroe para un nuevo mundo! Una pequeña ciudad se está ahogando en los montones de basura, Por la pereza y el despilfarro de sus habitantes, Pero aquí está nuestro Capitán Greenman, para rescatar a la ciudad y demostrar que el reciclaje es un deber de todos para preservar el medio ambiente.

Tú también puedes ser el héroe de tu comunidad, gracias a nuestra iniciativa al lado de Greenman, vamos a ir a varias comunidades premiando a todas aquellas que cumplan con la separación de residuos y materiales como: plásticos, cartón, vidrio, aluminio y metal. Colocando cada envase en el contenedor que corresponde. “En este caso Don Roberto fue el que más cartón recogió y ayudo a separar los materiales en su comunidad, se ganó un viaje a Cancún todo pago, todo gracias a que siguió los pasos de Greenman y se convirtió en el héroe de su comunidad.

### Ilustración 5. Roberto Nuestro Héroe de Reciclaje



Tomada de “Ecolana” [Imagen], Ecolana, 2020,  
<https://ecolana.com.mx/ecomapa/heroes-junio.html>

### Ilustración 6. Capitán Verdeman



Tomada de “Editorial Juventud” [Imagen], Editorial Juventud, 2009  
<https://www.editorialjuventud.es/capitan-verdeman-9788426137395/>

Capitán Verdeman no se olvida de los niños y de la importancia de la educación ambiental desde pequeños así que está en búsqueda de nuevos secuaces para formar una liga de la justicia para combatir el cambio climático y la contaminación ambiental.

### **Ilustración 7. Integrantes de la Liga de la Justicia del Reciclaje**



Tomada de “Lego súper héroes” [Imagen], Pinterest, 2012,

<https://co.pinterest.com/pin/610730399455399474>

Aquí tenemos a Jorgito y Rogelito, dos nuevos integrantes de la liga de la justicia que se ganaron su puesto por su compromiso con el reciclaje, hicieron su uniforme de súper héroe reutilizando una caja cartón y dos tarros de plástico con pinturas y mucha creatividad.

### **Prototipa**

El proceso de reciclaje deja un sinnúmero de beneficios. Las ganancias son para todos desde el planeta hasta quien realiza la actividad. Se disminuyen la cantidad de basuras y eso ayuda al medio ambiente, por otro lado la reutilización de materiales que en su momento fueron considerados basura o desperdicio, permiten que baje el uso de energía pues no se invierte tiempo fabricando otro elemento similar, además de que para realizar el proceso de clasificación

de estos materiales se necesita un gran número de recursos humanos, por lo que se genera trabajo, desde quien recoge, clasifica y lleva el material para su posterior procesamiento.

Desde el hogar se le puede dar otro uso a diferentes elementos que ya cumplieron con su función principal, Por ejemplo, encontramos botellas plásticas que con ellas se pueden hacer una gran cantidad de artesanías al igual que con canecas que también pueden servir como poteras para sembrar matas. Aplicando las actividades ya mencionadas muchas familias toman esto como fuente de ingreso, ya que pondrían vender sus artesanías u otros artículos de esta misma índole.

Por otra parte, otros beneficios que se obtendrían reciclando desde casa sería, el ahorro para personas y municipios, la reducción de volumen de los desperdicios sólidos. otro aprovechamiento sería el alargamiento de vida útil de los vertederos, la conservación de los recursos naturales, el ahorro de materia prima y la reducción de costos de recolección de basura y disposición final, además, se ahorra energía y se reduce la emisión de gases a la atmosfera.

### Ilustración 8. Beneficios del Reciclaje



Tomada de “Linea Verde” [Imagen], Linea verde, 2012,

<http://www.lineaverdehuelva.com/lv/consejos-ambientales/reciclaje/Beneficios-del-reciclaje.asp>

**Testea**

Durante la fase de Testeo, probaremos nuestros modelos con los usuarios implicados en la solución que estamos desarrollando. Esta fase es decisiva, y nos ayudará a identificar mejoras significativas, fallos a resolver, posibles carencias. Durante esta fase evolucionaremos nuestra idea hasta convertirla en la solución que estábamos buscando. Interacción constructiva, cuyo objetivo es obtener información sobre la experiencia de uso del usuario.

## Diseño de estrategias de marketing

### **Atributos y beneficios del producto o Servicio a ofrecer al mercado.**

Al pensar en un sistema organizado de reciclaje que aún no ha sido propiamente desarrollado en nuestra región –en el que se incluye tanto a la comunidad como a entidades gubernamentales del sector público y parte del privado (emprendedores con productos y servicios afines), podemos decir que tenemos lo que, en palabras de Alejandro Schnarch sería una suerte de *competencia irrelevante* (Schnarch, 2010, p. 27). Esto nos da oportunidades de incursionar en el mercado redefiniendo las condiciones en las que el reciclaje se lleva a cabo, puesto que, en nuestra región es posible identificar maneras aisladas e informales de llevar a cabo esta práctica, mas no contamos con un sistema o un emprendimiento especializado y fortalecido que ya se encargue de ofrecer el servicio que nosotros nos hemos propuesto.

Nuestro servicio cuenta con una fuerte propuesta de valor, la cual apunta no solo a tomar acción en pro de conservar y restaurar el medio ambiente que nos rodea, sino que busca generar una conciencia robusta y precisa en las comunidades, a fin de que la ciudadanía misma pueda ser parte activa de las soluciones al problema, además de incentivar las buenas prácticas en torno al cuidado de nuestro planeta. De esta manera, nuestro interés principal, más allá del lucro, es el verdadero cuidado y acciones efectivas por un bien que es responsabilidad de todos cuidar. El enfoque humanista de nuestro proyecto puede abrirnos puertas y espacios no solo entre nuestros clientes potenciales, sino en el corazón mismo de las comunidades que nos rodean.

La implementación de bolsas biodegradables discriminadas por colores nos permitirá organizar los residuos para hacer una correcta gestión de ellos y, al mismo tiempo, evitaremos el uso de materiales contaminantes en nuestro servicio, manteniendo la coherencia con nuestra meta de conservar el planeta. Generaremos sostenibilidad con bajos costos de inversión.

En la medida en que demos visibilidad a otros emprendimientos cuyos productos o servicios tiendan a la conservación del medio ambiente, podremos generar fuertes alianzas estratégicas a la hora de acercarnos a nuestros clientes potenciales y a nuestra comunidad.

### **Grupo objetivo del proyecto**

Nuestro proyecto está dirigido a la organización pública del estado ya que esta cuenta con un gran capital y debe promover el bien común, para lo cual debe contribuir a crear condiciones de cultura de cambio social, con el fin de ayudar al mejoramiento del medio ambiente y tratar de reducir el daño causado por el hombre a través de la historia.

Además de las entidades gubernamentales, debemos tener en cuenta también a los emprendedores con proyectos afines a quienes impulsaremos y con quienes hemos de crear alianzas de promoción y mercadeo. Ellos también tienen capacidad de inversión y de colaboración con el proyecto.

### **Segmentación**

Teniendo en cuenta los cuatro principales criterios de segmentación, a saber, criterio demográfico, geográfico, pictográfico y basado en el comportamiento, nuestros segmentos de principal interés serían los siguientes:



**Criterio demográfico:** Ya que este criterio hace una distinción de segmentos teniendo en cuenta los diferentes datos demográficos que pueden observarse en una población -por ejemplo, edad, sexo, nivel educativo, entre otros-, considero pertinente tener en cuenta dos importantes grupos que pueden identificarse bajo este criterio: el grupo que denominaremos “jóvenes” y el grupo que denominaremos “amas de casa”.

Así pues, hemos elegido al grupo “jóvenes”, a saber, personas que se ubican en un rango de edad entre los 16 y los 28 años, puesto que en estas generaciones se concentra el mayor interés por tomar acciones certeras y contundentes para proteger el medio ambiente. Este es un grupo poblacional que, además de tener interés por las problemáticas medioambientales de nuestro tiempo, tiene el tiempo, la disposición y la capacidad de aprender rápidamente acerca de las prácticas y cambios necesarios para la implementación del proyecto.

También me parece importante tener en cuenta -en lo que a este criterio respecta- al grupo de las “mujeres amas de casa”, puesto que, en vista de nuestra disposición cultural, por lo general son ellas quienes manejan de manera directa los asuntos del hogar, incluyendo la disposición de las basuras. Y, aunque la idea es que toda la familia se involucre en la correcta separación y disposición de los residuos, estas mujeres son una pieza de apoyo fundamental a la hora de difundir y ejecutar nuestro proyecto.

**Criterio geográfico:** Este criterio nos muestra que podemos hacer una segmentación de nuestro mercado según la ubicación geográfica de una población y esta puede ser tan amplia como se requiera. Podemos ir desde una pequeña comunidad hasta un continente entero, dependiendo de nuestros requerimientos

Respecto de este criterio, considero que nuestro segmento por ubicación geográfica tiene que enfocarse en nuestra comunidad más inmediata, en un primer momento. Si bien la idea es proyectarnos para crecer y llegar al nivel de las políticas públicas e instaurar nuestro sistema de reciclaje en una población mucho más amplia (que puede ser el país o una gran ciudad), hemos de empezar por nuestras comunidades y el nivel local. De este modo, el segmento que aquí corresponde es el de los barrios o conjuntos de los cuales cada uno de los integrantes de nuestro equipo es parte. La idea es implementar el sistema de educación, reciclaje y gestión de residuos en nuestros barrios con éxito para que nos sea posible expandirnos hacia otros barrios y que esto haga posible también el acceso al apoyo de nuestras alcaldías locales y juntas de acción comunal.

**Criterio psicográfico:** Este criterio se basa en los gustos, preferencias y maneras de vivir que pueden encontrarse entre los individuos que conforman un mercado. Respecto de este criterio considero, una vez más, que nuestro segmento clave sigue siendo el de los jóvenes. Entre ellos tiende a haber un interés y una conciencia ambiental mucho más consolidada, además de una mayor disposición e interés para sumarse al cambio en términos de rutinas y hábitos de vida que fomenten prácticas de cuidado del medio ambiente.

**Criterio basado en el comportamiento:** En este criterio nos encontraremos con que es fundamental el comportamiento que un individuo tiene frente a un producto, qué espera de tales productos o cuáles son sus hábitos respecto del consumo de ciertos productos o servicios.

Respecto de este criterio, me reafirmo una vez más en que nuestra segmentación tiene que apuntar a la población joven, por un lado, y a la población de mujeres, amas de casa, por otro. Como mencioné en el punto anterior, los jóvenes cuentan con el grado mínimo de consciencia e interés por los temas ambientales que se requiere para estar dispuestos a ser partícipes de las acciones y cambios en los comportamientos que se requieren para cuidar a nuestro planeta. Y, por su parte, las amas de casa colombianas, quienes, por lo general, son la columna vertebral de los hogares, son quienes tienen la fuerza y la destreza para hacer que estas acciones en pro del cuidado del planeta no solo se ejecuten, sino que se mantengan en el tiempo.

### **Identificar la competencia**

Podemos observar que en nuestro entorno tenemos pequeños recicladores que cada día van creciendo y aumentando en número, pero estos a su vez les venden a otras empresas recicladoras, que son las que finalmente llegan a la industria que transforma el material reciclable en productos de uso. De manera que son estas empresas las que realmente manejan el sector, ya que compran a los pequeños recicladores y son las que cuentan con el capital para vender a grandes compañías.

Sin embargo, el trabajo del reciclaje aún opera bajo el modelo de la informalidad y los compradores del material reciclable hacen un uso de este enfocado a sus actividades específicas. Si miramos bien la situación, los compradores del material reciclable, en realidad, no serían nuestros competidores; por el contrario, son potenciales clientes, pues pueden estar interesados en la compra de nuestro material que se ha reciclado a mayor escala y, gracias a nuestra organización, con un estándar de calidad más alto, en colaboración con la ciudadanía. Ahora bien, ya que uno de nuestros objetivos es apuntar a una futura formalización del trabajo del

reciclaje, no buscamos competir contra los recicladores que llevan a cabo esta práctica de manera informal: por el contrario, buscamos acogerlos y hacerlos parte de nuestra organización, aprovechando sus conocimientos y experiencias en torno al tema y brindándoles, en la medida de nuestras posibilidades, estabilidad laboral y social.

Si observamos nuestro mercado, quienes suplen de manera directa la necesidad de “reciclar” en nuestro actual modelo de gestión de las basuras, son directamente los recicladores. Sin embargo, a la hora de pensar en nuestra competencia en un nivel sistémico y organizado, no nos es posible señalar con el dedo dónde hay, en nuestro entorno más próximo, un sistema organizado de reciclaje que incluya a la comunidad, al sector público y parte del privado. Por esta razón, como ya se ha mencionado anteriormente, nuestra competencia no es relevante en este caso, siguiendo la lectura de Schnarch (2010), puesto que nuestro proyecto busca romper paradigmas en cuanto a la manera en que actualmente se gestionan las basuras en pro de su correcta disposición y reciclaje.

### **Aliados clave y acciones de cooperación**

Entidades gubernamentales: Son aliados clave no solo en términos de la financiación que requiere nuestro proyecto, sino a la hora de promocionar y visibilizar nuestra iniciativa. Además, en la medida en que sea necesario proponer o modificar políticas públicas para la adecuada gestión de los residuos de las diferentes comunidades, esta alianza es fundamental.

Emprendimientos con causas afines: como ya se ha mencionado en diferentes puntos de este trabajo, consideramos que las alianzas con emprendedores cuyos emprendimientos apunten al cuidado del planeta constituyen un punto esencial. En la medida en que nosotros les ofrezcamos visibilidad y mayor proyección en un mercado que cada día se interesará más por el

cuidado del planeta (a través de nuestras acciones en el ámbito educativo), estos emprendimientos tendrán mayor interés de cooperar con nosotros. Además, ofreceremos opciones flexibles bajo los nuevos modelos emergentes de economías colaborativas, lo cual nos permitirá plantearnos maneras diferentes e innovadoras de cooperación.

El gremio de los recicladores: Esta alianza es fundamental, ya que ellos cuentan con el conocimiento y la experiencia en cuanto al tema del reciclaje propiamente dicho. Son las personas más idóneas a la hora de considerar las mejores acciones y pasos a dar en la constitución de nuestro gran sistema de reciclaje.

## Estrategias de mercadeo tradicionales

### Estrategia de comunicación

Apelando a las estrategias tradicionales de mercadeo, consideramos que las estrategias más viables de comunicación, teniendo en cuenta nuestros segmentos priorizados son las siguientes:

Creación y distribución de material didáctico, con la doble finalidad de darnos a conocer y difundir información útil acerca de los procesos de reducción, reciclaje y reutilización de residuos, podemos fomentar, de la mano de nuestras alcaldías y entes gubernamentales locales, la creación de cartillas, folletos, volantes y carteles donde el enfoque principal sea la enseñanza del funcionamiento de nuestro sistema de reciclaje, además de la sensibilización en torno a los asuntos que atañen al cuidado del medio ambiente.

Promoción de eventos, conferencias y sesiones educativas para la comunidad, con el fin de acercarnos a nuestro segmento prioritario -población joven y amas de casa- y comenzar con la fase educativa de nuestro proceso, este tipo de eventos y encuentros físicos con nuestra comunidad pueden resultar muy útiles. Además, los encuentros presenciales fomentan el *voz a voz* y la participación activa de los miembros de nuestra comunidad.

Pautas comerciales en la radio local, hemos pensado en este recurso puesto que es mucho más económico que otros medios de comunicación masivos y puede generar un alto nivel de recordación si apelamos a la creatividad a la hora de promocionar nuestro proyecto. Podemos dar a conocer nuestro sistema de reciclaje a través de canciones, historias cortas y curiosas o mostrando datos explicativos, interesantes y educativos sobre el cuidado del medio ambiente.

## **Estrategia de posicionamiento**

Nuestra estrategia de posicionamiento estará basada en dos elementos fundamentales, a saber, los beneficios de nuestra marca y los estilos de vida sostenibles que buscamos promover a partir de ella. Presentaremos nuestra marca en la comunidad como una manera de favorecer un estilo de vida sano, consciente, protector de los recursos más valiosos de los que disponemos los seres humanos, más allá del dinero, las posesiones materiales o la tecnología: la naturaleza, nuestro planeta, nuestro hogar colectivo.

Nuestra estrategia de posicionamiento es mostrar un profundo compromiso de nuestra marca con la sostenibilidad y la responsabilidad social que conlleva el cuidado de nuestro planeta. Y, por supuesto, hemos de enfocarnos también en mostrar los beneficios de las acciones que vamos a promover, a fin de lograr un bienestar a largo plazo para nuestras comunidades. La manera en cómo vamos a mostrar nuestra imagen es a través de nuestros canales de comunicación tanto tradicionales como digitales.

## **Estrategia de diferenciación**

Nuestra estrategia de diferenciación radica en enfocarnos en promocionar: 1. nuestra propuesta de valor y nuestro enfoque en la educación para el cuidado ambiental y 2. Nuestro proyecto como una iniciativa que, pese a ser necesaria en nuestra región, no ha sido, hasta la fecha, seriamente desarrollada y puesta en marcha.

## **Estrategias de mercadeo digital (Social media)**

Consideramos que la mejor manera de promocionar nuestra marca, generar interacción y visibilidad en el mercado es la creación de contenido de valor. Estos contenidos pueden ser creados para distintas redes sociales, en los formatos que cada una de ellas tenga disponibles, teniendo siempre presente a nuestros segmentos prioritarios como eje central de nuestra creación de contenido. Para llevar a cabo esta tarea, hemos de crear videos en diferentes formatos pues, por ejemplo, no es lo mismo crear un video para YouTube o para IGTV, en el que podemos extendernos y desarrollar ampliamente una idea o concepto, que explotar otros formatos de menor duración como los Reels de Instagram o los videos tradicionales del feed, cuya duración máxima es de un minuto. Sin embargo, cada uno de estos formatos trae consigo una ventaja puntual. Así, por ejemplo, los Reels ofrecen una duración de 30 segundos, pero generan un alcance y un crecimiento orgánico mucho mayor que otros formatos de video en Instagram, una de las redes sociales con mayor pertinencia en nuestros tiempos.

En Facebook podemos crear videos de duración intermedia, puesto que esta red social no se presta tanto para videos muy largos, aunque sí nos da la posibilidad de extendernos en la escritura de post en los que podemos desarrollar y profundizar en las ideas o la información más relevante de nuestro proyecto. En cuanto a Twitter, consideramos que pueden crearse trinos que nos remitan a otras publicaciones que ya hayamos desarrollado más ampliamente en las demás redes sociales.

Por otro lado, cabe aclarar que nos hemos enfocado en la escogencia del formato de video como recurso principal de nuestra estrategia digital, pues es el que más interacción genera y el que mayor visibilidad ofrece, en caso de que el contenido sea bien acogido por la comunidad



virtual. Además, el formato de video es excelente para convertir nuestras redes sociales en una verdadera fuente de apoyo en nuestra labor educativa, por lo que nuestro contenido en el formato de video largo puede enfocarse en enseñar a nuestra comunidad, no solo el funcionamiento del proyecto, sino sobre temas afines con el cuidado del medio ambiente en general. Además de esto, el uso del formato de video en redes sociales será esencial a la hora de promocionar y fomentar el consumo de las marcas de aquellos emprendedores con los que vamos a colaborar. Y esto sin mencionar que el crecimiento en redes sociales nos brinda opciones de monetización que serán útiles a la hora de hacer crecer nuestro proyecto.

Por último, la creación de infografías, un formato muy utilizado últimamente y que, aunque no hace uso del video como tal, es sumamente útil para la comunidad, pues, a través de imágenes e ideas muy concisas y brevemente desarrolladas, nos brindan información muy valiosa sobre un tema determinado. Consideramos apropiado utilizar el formato en nuestras redes sociales con el fin de generar interés por investigar, ampliar y aplicar los temas de cuidado ambiental que vamos a difundir a través de ellas.

### Ilustración 9 Imagen de la Marca y Slogan



### Presentación del enlace de página Wix

<https://marthamm1676.wixsite.com/emprendimientosocial>

## Proyección operativa y financiera

Recursos operativos que se necesitan: A la hora de pensar en las instalaciones, equipos, personal, costos y gastos de producción, es indispensable tener en cuenta que nuestro proyecto está estructurado con miras a un crecimiento que rebase el alcance local de nuestras comunidades, a fin de llegar a lo que hemos llamado “sistema de reciclaje”. Por esta razón, me parece importante mencionar que los requerimientos para las fases iniciales de nuestro proyecto no son necesariamente los mismos a lo largo del tiempo. Así, en un primer momento de nuestro proyecto, nuestro alcance es local: nos enfocaremos en nuestros propios barrios, conjuntos, torres de apartamentos y vecindarios aledaños, como primer paso; no obstante, la idea es expandirnos hasta llegar a la instancia de la ciudad o el país. Haciendo esta aclaración, y pensando en las fases iniciales de nuestro proyecto, los recursos operativos que necesitamos en un principio son:

**Instalaciones:** Es importante contar con un espacio de reunión, capacitación e interacción con los miembros de nuestra comunidad más próxima. Para ello hemos pensado en hacer uso de espacios abiertos al público como: salones comunales, parques y bibliotecas públicas. En esta primera fase, la idea es aprovechar los espacios abiertos a todo tipo de público para desarrollar nuestras actividades, lo cual reducirá considerablemente nuestros gastos de inversión inicial.

En fases posteriores del proyecto podemos pensar, por ejemplo, en la necesidad de instaurar oficinas y puntos físicos de reciclaje organizados. Pero, en principio, la prioridad es la concientización, sensibilización y capacitación de la comunidad para la correcta gestión de los residuos generados en casa.

Cabe mencionar también que hoy en día debido a la experiencia que se nos presentó por pandemia y al acelerado cambio que hubo que hacer laboralmente y fueron las redes sociales y

el uso de internet nuestra base de trabajo y se observó que esto puede seguir así muchas empresas continúan bajo ese método, para nuestro caso y desarrollo de nuestro proyecto lo continuaremos de esa manera realizando labores virtuales lo cual nos favorece por cuanto es una empresa sin ánimo de lucro y que además podemos conseguir en casos eventuales oficinas por horas (coworking) si fuere necesario y cuyos costos deberemos asumirlos o solicitar apoyo a las empresas antes mencionadas o en la alcaldía o en las empresas de aseo nos facilitan una oficina para reuniones en casos especiales como el de nuestro proyecto.

**Tabla 1 Recursos básicos para el proyecto**

Ítem	Recursos	Unidad	Valor
1	Oficinas virtuales	4	0
2	celulares y computadores son los de uso personal	4	0
3	Volantes propalcote 115 media carta, ful color  (donados por varias empresas Bancolombia, Inermed, Consultorio de Estética María Fernanda, Aseo Sabaneta S.A - Serviaseo Itagüí S.A Interaseo	1 millar	\$100.000
4	Los anuncios en redes (como Facebook e Instagram o YouTube) se desarrollará por el equipo de trabajo		
1	Coworking (oficinas en arriendo por horas)	1 h	\$ 25.000

Fuente: Elaboración propia.

Equipos: A fin de difundir y dar a conocer nuestro proyecto tanto en el escenario local como en el escenario mayor de la ciudad o el país, es necesario valernos de diversas herramientas tecnológicas que nos permitan conectar con nuestra comunidad. De este modo, es importante contar, en principio, con herramientas básicas como computadores, celulares y conexión a internet. Esto nos permitirá crear y difundir el contenido digital pertinente para nuestro proyecto. También podemos llegar a requerir de algunos accesorios complementarios para crear nuestro contenido, publicidad o charlas digitales, pero es posible que contemos con algunos de ellos en casa o que busquemos maneras ingeniosas de reemplazarlos.

Estos equipos serían, por ejemplo, un trípode, equipos de iluminación, sonido y demás requerimientos técnicos. Sin embargo, insisto en que estos elementos pueden ser reemplazados por alternativas creativas y económicas, por lo que no son absolutamente indispensables en un primer momento. No obstante, en la medida en que el proyecto avance, sí es necesario apuntar a la profesionalización del contenido que se vaya a crear en el ámbito digital y es indispensable contar con los recursos necesarios para ello.

Personal: En un primer momento del desarrollo de nuestro proyecto es de vital importancia contar con personal capacitado en las áreas en las cuales queremos educar, sensibilizar y generar conciencia ambiental por parte de nuestra comunidad. Nuestras charlas y sesiones educativas pueden ser desarrolladas con el apoyo de ingenieros ambientales, humanistas, técnicos con los conocimientos precisos a la hora de implementar nuestro sistema de separación y reciclado. En fin, en este primer momento de nuestro proyecto, el capital humano es uno de los recursos más importantes. Otros cargos esenciales en el ámbito administrativo son:

Junta de socios: es el organismo mayor en la empresa quienes definirán los procesos a ejecutarse y quienes toman la decisión final de las ideas a desarrollar y al cual pertenecemos los integrantes de proyecto.

Un gerente: para el cargo puede ser una persona que desee ayudar al medio ambiente con conocimientos en administración, un ingeniero ambiental un abogado, encargado de realizar la gestión para la consecución de recursos y publicidad para dar cumplimiento al proyecto como también encargarse de la organización de tareas de los integrantes del proyecto.

Una secretaria: su función es llevar un archivo de todo cuanto se realiza en el grupo, enviar y recibir mensajes o correspondencia virtual y organiza reuniones virtuales u otro medio

Un publicista: se encarga de desarrollar las ideas de la junta para ejecutarlas a través de los medios de comunicación como también el diseño de las mismas. En este punto hay muchos colaboradores a los cuales se les puede solicitar diseño de manera gratuita y con los medios que disponemos la idea es trabajar nuestros propios diseños ya la impresión es solicitar ayuda a empresas que colaboran con este tipo de actividades.

Costos y gastos de producción: Nuestro proyecto no ofrece directamente un producto, por tanto, no hemos de pensar en gastos de producción como tal. Sin embargo, podemos pensar en los gastos y costos de los insumos y el capital humano que requerimos para llevar a cabo nuestro proyecto.

**Tabla 2 Gastos Básicos**

<b>Material Publicitario y Recurso Humano</b>	<b>Presupuesto</b>
Alquiler de un coworking por hora	\$25.000
1 millar de volantes full color	\$100.000
Bolsas biodegradables	\$18.500 (50 unidades)
Pago a tallistas invitados y capacitadores	\$400.000 - \$1.000.000 (Este valor varía en función del tallerista y su formación)
Impresión de carteles informativos	\$150.000
Publicidad en medios digitales	\$200.000
Otros gastos	\$100.000

Fuente: Elaboración propia

Inicialmente nuestro recurso serán donaciones de varias empresas de las diferentes ciudades de los integrantes del proyecto.

Esta es una empresa sin ánimo de lucro y la financiación de los recursos como volantes y diseño de bolsas para basura se las va realizar con las donaciones que realizan empresas como Bancolombia, y las empresas de aseo de Sabaneta Aseo sabaneta S.A es P y Serviaseo Itagüí S.A Inter aseo, además del sector público. En Sabaneta obtendríamos donaciones de varias empresas por un valor de \$750.000 aproximadamente.

De aquí en adelante debemos hacer charlas en los diferentes conjuntos, juntas de acción comunal empresas, colegios, empresas varias... Donde cobraremos por algunas charlas de reciclaje, especialmente en el sector privado e industria, a fin de seguir cubriendo algunos gastos que se pueden presentar. Como también hemos pensado en diseñar bolsas de basura con dibujos y color según se vayan a destinar lo cual también nos dará ingresos para continuar con el proyecto el cual esperamos no solamente esté en el municipio de Sabaneta sino hacerlo a nivel nacional y sea un ejemplo a nivel mundial obviamente ira teniendo algunos ajustes de acuerdo a las necesidades que vamos presentando.

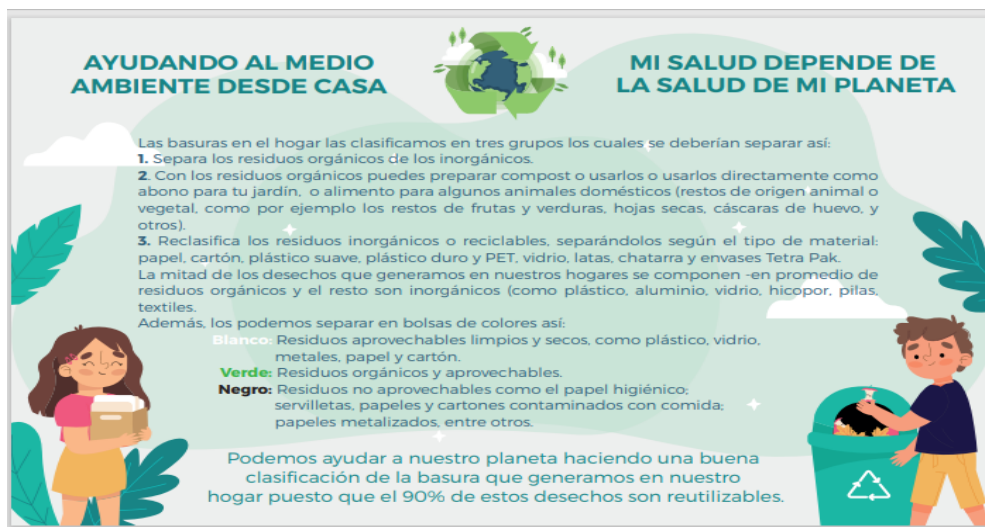
### **Ilustración 10. Charlas sobre la Importancia del Reciclaje**



Tomada de “Importancia del Reciclaje” [Fotografía], Carlos San José Alonso, 2019,  
<http://ceipsanfernandoelx.blogspot.com/2019/04/charlas-sobre-el-reciclaje.html>



### Ilustración 11. Diseño del volante para la publicidad del proyecto



Fuente: Elaboración propia.

### Precio de venta y proyecciones de venta para tres años

Nuevamente, dado que nuestro proyecto no va a generar un producto como tal al que se le pueda poner precio y cuyo desempeño pueda medirse a través de las ventas, hablaremos aquí de nuestras proyecciones en cuanto al alcance del impacto que deseamos lograr en el tiempo.

Así pues, como se ha dicho al inicio de esta sección, nuestro proyecto está estructurado de tal manera que buscamos un crecimiento que vaya de nuestro entorno más inmediato hasta el ámbito de un municipio, una ciudad o un país enteros. De esta manera, nuestra proyección a tres años es la siguiente:

Año 1: Nuestro alcance es por completo local. Iniciamos generando un impacto, una sensibilización y una labor educativa en nuestro entorno más cercano, es decir, en nuestro conjunto, urbanización o edificio. Nos relacionamos de manera directa con los miembros de

nuestra comunidad al hacer uso de diferentes estrategias de difusión tanto tradicional como digital.

Así, por un lado, podemos apelar a la voz a voz, las charlas y capacitaciones, la puesta de afiches, el establecimiento organizado de los puntos de reciclaje en el espacio del que disponemos para la gestión de nuestros residuos. Definiremos de manera local, y dependiendo de las necesidades puntuales de nuestro contexto, cómo organizaremos los residuos que sean depositados en el shut de basuras de nuestros edificios, teniendo en cuenta el uso de las bolsas biodegradables y el tipo de residuo que le corresponde según sea su color. O, en el caso de un conjunto de casas, definiremos los puntos donde se pondrán las basuras también seleccionadas en las bolsas biodegradables de diferentes colores.

En cuanto al ámbito digital, la idea es comenzar con la estructuración de nuestra página web y nuestras redes sociales, a través de las cuales nos vamos a acercar a nuestra comunidad. En un primer año nuestra audiencia será pequeña, y se limitará al número de personas de nuestros barrios y entornos cercanos que se interesen en nuestro proyecto. Sin embargo, trabajaremos en la producción de contenido de calidad que nos permita crecer, alrededor de un 20% en términos de audiencia en el ámbito digital (redes sociales y visitas a nuestra página web).

Año 2: Para el segundo año estimamos un crecimiento todavía local, pero que se ha expandido a los barrios y sectores aledaños a nuestro lugar de residencia. De esta forma, por ejemplo, las capacitaciones y charlas que, en el primer año tienen lugar en los salones comunales de nuestros conjuntos o edificios, pasan a realizarse en los salones comunales de nuestra localidad. Para este segundo año estimamos que ya hemos consolidado un reconocimiento y una fuerte confiabilidad en nuestra comunidad más próxima, ya operamos de manera organizada en

nuestro lugar de residencia y estamos implementando nuestra manera de operar en nuevos conjuntos residenciales, barrios o edificios.

Para este segundo año ya contamos con el reconocimiento y el apoyo económico de nuestros representantes locales, personeros, e incluso, alcaldías, a fin de tener la capacidad de invertir más recursos en la difusión y consolidación de nuestro servicio educativo y organizacional en torno a la correcta gestión de los residuos. Estas acciones nos permitirán un crecimiento más acelerado en redes sociales, que puede extenderse, incluso, hasta un 40% sobre el valor inicial, hablando en términos de seguidores y personas dispuestas a compartir y visualizar el contenido a través del cual no solo educamos, sino que informamos a la comunidad sobre nuestros próximos pasos a seguir.

Año 3: Para el tercer año estimamos nuestro mayor nivel de crecimiento, en el sentido en que ya debemos estar posicionados, al menos, a nivel de nuestros municipios o ciudades de residencia como la organización encargada de la correcta gestión de residuos para todos los habitantes de dicha población, ofreciendo una labor educativa constante, a través de campañas masivas tanto presenciales como digitales para mantener el correcto comportamiento de los ciudadanos, quienes son los encargados de separar los residuos.

A este punto, ya debemos tener un rendimiento óptimo en redes sociales, que rebase el 60% del crecimiento sobre el valor inicial de seguidores a nuestra iniciativa. Esto representa un amplio nivel de visualización y confiabilidad a la hora de trabajar con nuestras marcas aliadas, cuyos productos son amigables con el medio ambiente y pueden proyectar un crecimiento en sus ventas a través de nuestros canales de comunicación.

Capital de trabajo: En cuanto al capital de trabajo, consideramos que cada uno de los socios puede hacer una inversión inicial de 2'000.000, donde se incluyen los gastos de asesorías y talleres educativos iniciales, la compra de las bolsas biodegradables discriminadas por colores (al por mayor se puede obtener un mejor precio), la impresión de carteles informativos y la publicidad en medios digitales. No pensamos que deban considerarse gastos en equipos electrónicos como computadores y celulares en un primer momento, ya que los socios pueden empezar a trabajar inicialmente con las herramientas de las cuales disponen en sus casas para estos fines. Sin embargo, conforme nos vayamos expandiendo y adquiriendo un público más amplio, será necesario aumentar la calidad y la producción de nuestros contenidos digitales, por lo que es posible apelar al apoyo estatal para hacer la compra de estos equipos.

Inversión: Además de la inversión inicial, consideramos que, en la medida en que nuestro proyecto avance, será necesaria una inversión mayor, la cual buscaremos en el sector público principalmente. Será necesario pensar entonces en una mayor inversión en capacitadores y personas con la formación necesaria para dirigir nuestras campañas didácticas de reciclaje. Las exigencias en este tipo de personal serán cada vez mayores, por lo que es importante destinar, como mínimo un salario mínimo legal vigente por tallerista. Aunque esto puede variar dependiendo de su nivel de formación y condiciones de trabajo.

Conforme avance el proyecto también será necesario pensar en el establecimiento de unos puntos físicos donde podamos tener contacto con los talleristas, los miembros de la comunidad y podamos organizar todos los temas referentes a nuestra operación, por lo tanto, podemos pensar en pagar un alquiler de oficina que ronde alrededor de 1'000.000.

La inversión en creación de contenido digital, contenido educativo para redes sociales y publicidad también debe incrementarse, por lo cual, entre equipos (luces, cámaras, celulares

corporativos y computadores) y promociones digitales, la inversión debe pasar de cero o de un valor muy bajo, a 3'000.000 de pesos anuales.

En cuanto a los puntos físicos donde estaremos operando, consideramos importante hacer una inversión en un sistema de tanques de basura donde sea fácil clasificar y discriminar los residuos de acuerdo con los contenidos que se trabajen en las campañas educativas y que faciliten la disposición de estos, a fin de que no solo se utilicen las bolsas (como en un primer momento) sino que, una vez sacadas estas de las casas, tengan su lugar específico y separado en tanques de metal clasificados para evitar que estas entren en contacto con otras clases de basuras.

## Conclusiones

La experiencia de plantear este emprendimiento social ha resultado bastante edificante, ya que nos ha puesto el reto de trabajar en equipo por un bienestar de toda una comunidad; nuestro proyecto ha tenido que configurarse en torno a bases que incluyen, el campo del reciclaje y un enfoque humanista, además del rigor propio de la disciplina en la que nos desenvolvemos.

Esto ha requerido de nosotros diferentes habilidades como: creatividad, investigación, capacidad de adaptación (debido a que nos hemos encontrado con ideas y criterios bastante diferentes) o intertextualidad (puesto que el planteamiento de nuestro emprendimiento nos ha llevado, incluso, a reconsiderar ideas de lecturas que rebasan los límites de este diplomado, pero que, consideramos, siguen siendo útiles para aportar a nuestra propuesta).

Por otro lado, podemos decir que Colombia está en etapa de reducir su impacto ambiental, reciclar, y reutilizar varios tipos de materiales. Este proceso necesita de educación ciudadana, tecnología, máximo apoyo estatal y empresarial, el evento de la pandemia nos ha mostrado lo urgente que la naturaleza requiere de nuestro apoyo.

En los meses de encierro nuestro planeta pudo respirar y pide a gritos nuestra ayuda, debemos con urgencia aprender a reciclar y hacer menos uso de materiales que podemos remplazarlos por otros que no causen daño, que se puedan reusar o simplemente que seamos conscientes de reciclar al máximo.

## Bibliografía

Colombia Joven [Colombia Joven]. (2014). *¿Qué es Innovación Social?* [Archivo de video].

Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=MKFltzF6ToA>

Curto Grau, Marta (2012) Los emprendedores sociales. *Innovación al servicio del cambio*.

Recuperado de <http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/>

Domanski, D. (Ed.), Monge, N. (Ed.) y Quitiaquez, G. (Ed.). (2016). Innovación social en

Latinoamérica (capítulo 1 y 5). Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/126053>

Junta de Castilla y León. (2012). Marketing Digital para Pymes (P. 97- 107). Recuperado

de [http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=10060082](http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082)

Kerestegian S. (2017). *Días Nórdicos 2017: Design Thinking*. (Video) Recuperado

de [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=55&v=a9-5IVg83w](https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-5IVg83w)

Meza Orozco, J. de J. (2010). Evaluación financiera de proyectos (pp.113-145). Vol. 2. ed. Ecoe

ediciones. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=478467&lang=es&site=eds-live&scope=site>

- Pérez, S. G. (2016). Diseño de proyectos sociales: Aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación (pp.31-100). Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.5102422&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Schnarch Kirberg, A. (2010). Marketing para emprendedores. Ecoe Ediciones. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/69144?page=5>