

**PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA SOCIAL DE RECICLAJE DE
RESIDUOS SÓLIDOS APROVECHABLES (RSA)
PET-CICLAR**

CONSOLIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Grupo: 110011_3

Estudiantes:

Luz Piedad Gómez González. Código: 52.442.233

Fanny Andrea Contreras. Código: 52.664.609

Claudia Cuervo Acevedo. Código: 52.185.051

Ángela Sofía Carrillo. Código: 52.900.352

Carolina Murillo. Código: 55.305.068

Tutor:

Andrés Mauricio Mejía Martínez

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

“UNAD”

Diciembre de 2018

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA SOCIAL DE RECICLAJE DE RESIDUOS SÓLIDOS APROVECHABLES (RSA)

PET-CICLAR

Empresa PYME de reciclaje con Madres Cabezas de Familia PET-CICLAR

Link Acceso Presentación y Sustentación del Proyecto: <https://youtu.be/GI9vwFKdYVA>

Problemática social:

“Falta de crear concientización y orientación para la disposición, tratamiento y beneficios del reciclaje en la población de la localidad de Kennedy”

Una de las problemáticas que crean una necesidad en la localidad de Kennedy es el mal e inadecuado tratamiento de las basuras y/o residuos reciclables y reutilizables, el manejo inadecuado de estos genera, no solo aumento en el daño ambiental, sino que perjudica a la comunidad ocasionando problemas de salud por el desaseo y la invasión del espacio público, además de que estos sitios están albergando indigencia y ocasionando inseguridad; allí se dan la pérdida de materiales para productos nuevos y/o uso indebido, generación de basuras, rellenos sanitarios colapsados, desaprovechamiento de materiales que aún pueden ser útiles. Todos estos residuos son dejados en la vía pública permitiendo que la indigencia aumente, además de ser un foco de inseguridad para los habitantes de la localidad, estas basuras al no ser seleccionadas para el tratamiento y disposición adecuados permiten la proliferación de agentes que perjudican la salud de la población incrementado la asistencia a los servicios de salud, lo que afecta directamente al sistema económico de la ciudad.

La falta de conocimiento y compromiso social de la comunidad empeora la problemática, la separación de las basuras en casa, el trabajo y demás lugares de convivencia es la mejor opción para el aprovechamiento de los residuos, estos residuos al ser separados optimizan su

aprovechamiento, dado que no se deterioran al máximo y se puede mantener y alargar su vida útil.

Actualmente el reciclaje es un tema de mucha relevancia a nivel mundial. En la ciudad de Bogotá, se viene implementando por medio de las últimas alcaldías programas en pro del reciclaje, con éstos se pretende, de algún modo, encontrarle solución a los problemas de acumulación de basuras que presenta la ciudad, y de esta manera asegurarles a las futuras generaciones un ambiente más limpio, también ofrecer oportunidades de trabajo a las personas menos favorecidas y seguir así la cadena para fortalecer los procesos productivos de las industrias en la ciudad.

Algunos datos estadísticos de la ciudad en cuanto a esta temática nos presentan lo siguiente:

- Bogotá cuenta con cerca de 20.000 recicladoras y recicladores, que sostienen sus hogares.
- El Distrito les ofrece un apoyo integral, a través de sus secretarías y entidades de gobierno, salud, educación, emprendimiento y apoyo económico y financiero, entre otros.
- Por primera vez en su historia, Bogotá cuenta con cifras y estadísticas sobre reciclaje en la ciudad.
- Bogotá genera diariamente 6.400 toneladas de desechos, que equivalen a 3'000.000 al año.

Población Local de la localidad de Kennedy

Por número de habitantes, Kennedy es la localidad más poblada de la Ciudad; según el Censo de 2005 ocupa la primera posición, con 937.831 personas, un 13,83% del total de Bogotá. Por sexo, el 52,9% constituida por mujeres y el 47,1% por hombres. Por rango de edad, el 61,7% de su población está entre los 15 y los 55 años

Nuestro Objetivo Principal

- *Contribuir con la reducción del impacto ambiental disminuyendo el volumen de residuos sólidos mal dispuestos ayudando a generar fuentes de ingreso a madres cabezas de hogar y a su vez formar líderes con responsabilidad ambiental.*

Objetivos Específicos

Creando un objeto social, cuyo propósito principal es el bienestar social y de la comunidad a través de diferentes acciones sociales con personas únicas e independientes como lo son las madres cabeza de hogar, haciendo de esto su nuevo proyecto de vida acompañado de la creación de bienestar para la comunidad.

El objeto de implementar un proceso de recuperación de los desechos aprovechables; es demostrar a la comunidad que esta propuesta de educación ambiental nos beneficia a todos en aspectos relevantes como lo son ambiental, económico y social.

El proyecto piloto se enfocará en la separación en la fuente, aprovechamiento y caracterización de los residuos recuperables de la localidad. De esto se espera el acercamiento a la comunidad en primera instancia Madres Cabezas de Familia, mediante un incentivo o pago digno.

También se puede buscar la identificación de la problemática social y/o ambiental asociada al manejo inadecuado de los residuos sólidos, mediante el desarrollo de talleres de pre-sensibilización, ya que estos son aspectos fundamentales para reflexionar en este proceso; ejecutar asambleas con nuestro pequeño grupo colaborativo en el que se involucren valores

sociales, patrones de comportamiento, ejemplos, cualidades, hábitos y normas de conducta, que promuevan la construcción de la cultura de la no-basura y la gestión integral de los residuos sólidos en la localidad.

El proyecto pretende generar empleo a personas que pertenezcan a la población de la localidad priorizando a las madres cabeza de hogar, además de facilitar la creación de consciencia y cultura del reciclaje para la sostenibilidad de los recursos naturales.

Nosotros como proveedores de materiales reciclables y reutilizables debemos de recolectar, seleccionar, acopiar y disponer dichos materiales adecuadamente para generar ante los clientes la satisfacción necesaria y crear la solución a sus necesidades para que tanto ellos como nosotros obtengamos beneficios.

Justificación

Es muy importante generar consciencia ciudadana y culturizar a la población de la localidad en torno al manejo de los residuos aprovechables, para que de esa manera se creen líderes ambientales y que ellos mismos culturicen de a poco a sus familias y allegados, comprometiéndonos con la sostenibilidad de la comunidad y del medio ambiente mejorando la calidad de vida de la población; y como lo dice la Ley 9 de 1979 “preservar, restaurar y mejorar las condiciones sanitarias en lo que se relaciona a la salud humana”.

Este proyecto se basa en crear una organización que tiene una actividad económica sostenible a corto plazo, ya que los proveedores son directamente los consumidores de la inmensa cantidad de productos de la canasta familiar, y a bajo costo, la recolección de los residuos y el adecuado tratamiento y disposición de estos disminuye el daño ambiental y genera beneficios ecológicos y sociales para la comunidad.

Todas las actividades comerciales, industriales y del hogar que se forjan en la localidad de Kennedy generan una gran cantidad de producción de residuos sólidos; solamente en Corabastos se generan aproximadamente 500 toneladas de residuos sólidos por día y contando con el crecimiento característico de la población de Kennedy (la cual es vista como una ciudad dentro de Bogotá), se ve literalmente el aumento de la contaminación ambiental, la disminución de la sostenibilidad de las fuentes de agua y la invasión de estos con los residuos.

Los beneficiados con el proyecto además de la población cotidiana de la localidad serán los habitantes de todas las edades con prioridad en mujeres madres cabeza de hogar, adultos mayores, jóvenes 18 a 24 años, adultos de 25 a 59 años, adultos mayores 60 años y más personas en estado alto de vulnerabilidad como los habitantes de calle, recicladores informales y personas en condición de discapacidad.

Este proyecto **“PYME con Madres Cabezas de Familia”** pretende entablar una conexión directa con la comunidad para crear consciencia social e inclusión de las madres cabeza de familia como recurso humano principal, para crear una empresa PYME de reciclaje, y de esa manera contribuir a la solución de la problemática, al mejoramiento y fortalecimiento de la población.

En la localidad de Kennedy existen varios canales de agua en los cuales van a parar los residuos de basuras, las llantas, plásticos, residuos de construcción entre otros generando más contaminación, indigencia, inseguridad y problemas de salud en la población cercana incluyendo las instituciones educativas. Por lo contrario, a esta dolorosa realidad, debemos acoger a los colegios y proponer estrategias para la colaboración de la disposición adecuada de estos residuos creando conciencia desde las aulas, el hogar y entornos de trabajo.

Las causas

Antes de hablar de las causas debemos reconocer las consecuencias de no reciclar y de reutilizar;

Se aumenta el volumen de los residuos contaminando aún más los recursos naturales; Se aumenta el consumo de energía y generación de CO₂ provocando el efecto invernadero.

Se mal gastan rápidamente los bosques descontrolando la deforestación y agotando los recursos naturales además de desaparecer ecosistemas y hábitat naturales.

Si reciclamos:

Se reduce el volumen de residuos y por lo tanto la contaminación del aire, del agua, y los recursos naturales.

Reutilizando se aumenta la vida útil de materiales que consumen materia prima, energía y tiempo al ser renovados.

Reciclando se recuperan los materiales y sus componentes para reutilizarlos en nuevos productos

El material que no se recicla es quemado generando gases tóxicos que contaminan el aire y generan problemas respiratorios a la población.

En el lugar en donde se arrojan las bolsas con residuos, se afecta la convivencia de la población, se generan malos olores, aparecen moscas, ratas, cucarachas y por su puesto enfermedades que afectan el servicio de salud sin contar con la inseguridad que genera el dejar las basuras en lugares que no son destinados para esto.

Posibles causas

La falta de cultura del reciclaje es una de las causas más importantes, la participación ciudadana ayudaría en un 100% el buen desarrollo de los programas.

La falta de consciencia de cada persona del problema que estamos generando.

El aumento de la población es un tema que genera diversos problemas, entre ellos la producción de residuos sólidos y por ende los problemas ambientales y sociales.

La falta de implementación de programas de reciclaje e incentivos para que los ciudadanos ayuden en la separación de sus basuras.

No se cuenta con un esquema de separación de residuos clara y eficiente.

Falta de rutas formales de reciclaje y vehículos especiales de recolección de reciclaje.

Falta de normas que exijan la separación en sitio e incrementar las exigencias que deben cumplir los ciudadanos

Falta de contenedores para separar los residuos.

Concientizar a las personas, empresas, escuelas y universidades.

Falta de capacitaciones, ya que no sabemos diferenciar y separar lo que es basura y lo que no, y por eso tenemos un mal manejo de los desechos.

Falta de separar desde la casa la basura y los desechos

Falta de lugares de acopio especiales para el tratamiento y disposición de estos residuos

En la localidad de Kennedy se producen toneladas de basura por día. Muchos de los desechos se amontonan en basurales a cielo abierto, donde se proliferan insectos y roedores o son enterrados en rellenos sanitarios. En este sentido la consolidación de una Gestión Integral para abordar el manejo de los residuos sólidos plantea en el inmediato y mediano plazo a la motivación y ejecución de acciones conducentes a posibilitar una nueva cultura en la que los argumentos de participación y de conciencia, signifiquen verdaderas herramientas camino a minimizar tan reconocida problemática.

Por ende, queremos desarrollar un proyecto de educación ambiental local y/o un proyecto piloto PYME de Reciclaje que en primera instancia se enfocará en la adecuada recolección y disposición de Residuos Sólidos, para la generación de ingresos de Madres Cabezas de Familia.

Soluciones preliminares.

Apoyar PYMES del sector de pequeños emprendedores.

Ya que de esto se generan avances importantes puesto que son un importante motor de desarrollo del país.

Las PYMES tienen gran movilidad, así se pueden permitir; ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.

Del trabajo en equipo y de un buen dinamismo se generan la posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.

Soluciona en gran parte la problemática social que se deriva de esta como, lo es el desempleo, ya que absorben una porción importante de la población y se genera una activación económica, debido a su gran capacidad de inserción y por así reiterar, de generación de empleos.

Así mismo las PYMES tienen la facilidad de asimilar y adaptar nuevas tecnologías, se pueden establecer fácilmente y con ello contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.

El reciclaje tendría mejor acogida si se volviera una Ley, quizás.

Para ello nuestra constitución nos da ciertas opciones, de las cuales podríamos acoger:

LEY 134 DE 1994

ARTÍCULO 2º. INICIATIVA POPULAR LEGISLATIVA Y NORMATIVA ANTE LAS CORPORACIONES PÚBLICAS. La iniciativa popular legislativa y normativa ante las corporaciones públicas es el derecho político de un grupo de ciudadanos de presentar Proyecto de Acto Legislativo y de ley ante el Congreso de la República, de Ordenanza ante las Asambleas Departamentales, de Acuerdo ante los Concejos Municipales o Distritales y de Resolución ante las Juntas Administradoras Locales, y demás resoluciones de las corporaciones de las entidades

territoriales, de acuerdo con las leyes que las reglamentan, según el caso, para que sean debatidos y posteriormente aprobados, modificados o negados por la corporación pública correspondiente.

ARTÍCULO 8o. CONSULTA POPULAR. La consulta popular es la institución mediante la cual, una pregunta de carácter general sobre un asunto de trascendencia nacional, departamental, municipal, distrital o local es sometida por el Presidente de la República, el gobernador o el alcalde, según el caso, a consideración del pueblo para que éste se pronuncie formalmente al respecto.

En todos los casos, la decisión del pueblo es obligatoria.

Cuando la consulta se refiera a la conveniencia de convocar una asamblea constituyente las preguntas serán sometidas a consideración popular mediante ley aprobada por el Congreso de la República.

ARTÍCULO 9o. CABILDO ABIERTO. El cabildo abierto es la reunión pública de los concejos distritales, municipales o de las juntas administradoras locales, en la cual los habitantes pueden participar directamente con el fin de discutir asuntos de interés para la comunidad.

Este proyecto pretende generar empleo a personas que pertenezcan a la población de la localidad además de facilitar la creación de consciencia y cultura del reciclaje para la sostenibilidad de los recursos naturales.

Por otro lado, se deben realizar programas de concientización en los barrios, conjuntos cerrados y demás para que los residuos sean separados en el lugar de origen y así poder aprovechar al máximo los materiales recuperables y reutilizables.

Todos estos materiales serán vendidos a empresas que compren materiales reciclables para desarrollar proyectos Eco-sostenibles, transformándolos en otros utilizables como, por ejemplo: placas y materiales para construcción, aglomerados de madera, bases para nuevos productos, entre otros eco productos como ladrillo, tejas, gravilla, vidrio, papelería y demás.

Metodología

El proceso metodológico utilizado en este proyecto fue el estudio individual de zonas vulnerables a problemas sociales por parte de cada una de las compañeras, en el que se reconocieron diferentes problemáticas sociales reconociendo las causas y posibles soluciones para contrarrestar por medio de la construcción de un proyecto de emprendimiento.

Por medio de este estudio se definió el sector y la problemática social a abordar en el desarrollo del curso en el que se identificaron las necesidades y se definieron posibles soluciones basadas en la investigación a fondo de la problemática.

Se realizó el análisis situacional externo de la empresa por medio del análisis del macro y microentorno para detectar la (DOFA) debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas en la creación de nuestra empresa para así poder elaborar un plan estratégico de marketing, negociación y de gestión de residuos aprovechables con el que la empresa pueda llegar a ser prospera.

Descripción del modelo de negocio

Análisis Situacional Empresa de Reciclaje PET-CICLAR

El proyecto de la empresa recicladora expone la importancia de obtener el máximo provecho de materiales a ser reutilizados, inicialmente en la localidad de Kennedy, con la finalidad de minimizar el alto volumen de basuras presentadas además de ir creando consciencia en la comunidad y formación de líderes ambientales que a su vez a partir de esta idea sean los creadores de su propia fuente de ingresos.

La empresa recicladora hace uso de todos los materiales que las distintas familias desechan y con éstos los líderes empiezan su labor diaria que consiste en clasificarlos y posteriormente comercializarlos con otras empresas que los transformarán en otros productos útiles a ofrecer nuevamente en el mercado.

El proyecto empresarial tiene como objetivo principal ayudar a minimizar el impacto ambiental tan degenerativo que estamos presentado, ayudar a generar fuentes de ingreso a madres cabezas de hogar y a su vez formar líderes con responsabilidad ambiental.

Este análisis situacional se realiza con el objetivo de diseñar un plan de marketing para la empresa PET-CICLAR y de esta manera poder diagnosticar y prever posibles problemas y/o falencias que se deben abordar a tiempo, para obtener bases fuertes en el área de la concientización del reciclaje, recuperación, proceso y comercialización de materiales reciclables como materia prima secundaria, además de ofrecer empleo a madres cabeza de familia consolidando una mejor calidad de vida.

La empresa recicladora del proyecto Ciclar es una micro empresa basada en el aprovechamiento al máximo de materiales aptos para ser reutilizados y bajar así la cantidad de basuras, la idea nace en la localidad de Kennedy al no ser recogidos los materiales reciclables y el incremento cobrado por la empresa de aseo y generar trabajo para los madres cabeza de familia habitantes del sector.

Entorno Interno

Descripción de la Pyme -CYCLAR es una idea que nace en el año 2018 con el fin de atacar una problemática social y beneficiar a población vulnerable de la comunidad como lo son las madres cabeza de familia.

El objeto de PET- CYCLAR es ser un sitio abierto para analizar fortalezas y debilidades con el fin de unificar criterios en torno a las actividades que se derivan del tratamiento de residuos sólidos, materiales su reciclaje y demás. A través de la especialización y de establecer continuamente metas.

Dicho objetivo se llevará a cabo a través del cumplimiento de las funciones que realiza PET-CYCLAR en el sector del Reciclaje, de los cuales mencionamos:

Creación, fomento, desarrollo de las actividades de las emprendedoras.

Funciones de representación común, de esta forma las emprendedoras pueden estar representadas bajo el nombre de PET- CYCLAR.

Promoción de los servicios y productos. Por cada colaborador

Búsqueda de mercados. Por cada colaborador

Asesoría en cuanto a normas, leyes, lineamientos y especificaciones técnicas.

Coordinación con actividades gubernamentales, asociaciones y demás organizaciones.

Coordinación de actividades a realizar por las emprendedoras para generar eventos de interés general y personal para todos los colaboradores en misión.

Beneficios de la Pyme PET-CYCLAR

Creación de mutualidad de auto seguro de crianza, un pequeño auxilio para primeros infantes.

Participación activa en la formación, fomento y aplicación de normas fitosanitarias, de calidad, embalaje, separación y manufacturación; fomentando su aplicación.

Manejo y estadísticas de precios de compraventa regional y nacional.

Análisis Microentorno:

Dentro de este análisis identificaremos a los actores así:

- **Madres cabeza de hogar – localidad de Kennedy:** Son las personas que como anteriormente citamos, serán las encargadas de recolectar los diversos residuos desechados por los habitantes de la localidad para posteriormente clasificarlos.
- **Suministrador:** Es cada uno de los habitantes de la localidad y de quien recibiremos el producto a comercializar y a transformar.

- **Consumidor y o Cliente:** Cada una de las personas que, una vez transformado el producto, se interese por adquirirlo y de esta forma colaborar con la causa de preservación ambiental toda vez que al incurrir en esto, está ayudando a su propia economía.
- **Proveedores:** Los proveedores de los residuos sólidos y material reciclable son todos y cada uno de los habitantes de la localidad de Kennedy, en los hogares se genera una buena cantidad de residuos sólidos aprovechables sin dejar de lado el gran comercio que se ejecuta en la localidad, la industria y fábricas que ocupan un gran lugar dentro de la población visitante generan la mayor parte de residuos aprovechables. Todos estos focos de generación de residuos se suman a la innumerable cantidad de proveedores a nuestro proyecto empresarial social convirtiéndose en una oportunidad.
- **Clientes:** Las empresas que requieren materia prima recuperada son parte esencial para la estabilidad del proyecto, en la actualidad existen diferentes tipos de empresas que utilizan materiales recuperados como materia prima de sus procesos y productos;
- Empresas que transforman la madera reciclada en paneles de fibras de madera para construcción, otras convierten el papel en fibra de celulosa de papel reciclado como aislantes térmicos para construcción
- Empresas que transforman el Polipropileno, poli butileno y polietileno en tuberías, también se utilizan para la impermeabilización de cubiertas y como aislante eléctrico.
- Empresas que reutilizan el vidrio reciclado que después de haber sido reutilizado y reciclado varias veces, el vidrio lo procesan para ser usado como recubrimiento de muebles y paredes.
- Empresas que reciclan los envases PET y fabrican paneles y azulejos a partir de estas botellas de plástico.

- Empresas que procesan cartón y papel para crear nuevos empaques.
- Empresas que procesan el plástico para crear nuevos empaques
- Todas estas empresas apoyan los proyectos sociales, siendo una oportunidad de venta, y por ende se destacan en el cuidado y conservación del medio ambiente, todos ellos son clientes potenciales que, aunque ya cuenten con la disposición de dichos materiales no rechazarían una nueva empresa que les provea de mayor cantidad de materia prima para sus productos a bajo costo.

Competencia:

- En este momento existen varias empresas que desarrollan la actividad de reciclaje, pero no se enfocan directamente en la localidad de Kennedy y no representan una amenaza muy consistente, el centro de reciclaje La Alquería es el único centro de reciclaje y pertenece a la alcaldía mayor de Bogotá, por lo que esto es una gran oportunidad de articular la organización en conjunto con la alcaldía local y poder desarrollar estrategias directamente con el plan de desarrollo.
- Crecimiento económico con este se busca obtener una estabilidad.
- Imagen de Marca
- Normas o reglamentos para etiquetado.
- Las normas son obligatorias y se llevan a cabo por cada uno de los colaboradores en misión.
- Una vez que los clientes identifiquen la marca en el mercado lo siguiente sería conservar una imagen de calidad, para perseguir fines de comercialización.
- Puntos de Acopio

- Pueden existir varios puntos de acopio una de ellas puede ser en abastos y mercados locales, debido al gran tamaño de residuos generados por día.

El plan de marketing de la empresa son las metas financieras y ganancias proyectadas en el proceso anual detallado, donde se analiza si los objetivos trazados se están cumpliendo o en donde se puede estar fallando.

- ❖ **Objetivos:** que deben cumplir las siglas META Medible, Específico, Tiempo y Asequible

La empresa recicladora tiene como objetivo principal crear conciencia del daño del planeta por la contaminación, por lo cual es algo que podemos remediar en parte, por medio de bajar la producción de basuras, usando materiales reciclables en empresas que los requieren como materia prima para la elaboración de sus productos, en Bogotá, se generan unas 7.500 toneladas al día y solo se recicla menos del 14% , por lo cual nuestra empresa se traza como objetivo concientizar a 600 conjuntos residenciales para que separen las basuras en canecas y material reciclado aparte, logrando reducir en un 50% la recolección de los carros de basura

- ❖ **Presupuesto:** acorde con el objetivo marcado.

En Octubre de 2019 se tiene como misión recolectar mensualmente 1 tonelada de material reciclado para ser vendido a las empresas que lo requieren y con ese dinero fruto de las ganancias libres de mano de obra y demás, arreglar los parques y adquirir más camiones recicladores, ampliar el centro de acopio y extender el trabajo a otras localidades de la ciudad.

- ❖ **Métricas:** se debe medir para que alcancen los recursos

Se cuenta con el trabajo de alrededor de 20 madres de la localidad, que trabajan inicialmente por 1 SMLV, con posibilidad de aumentar dependiendo de la cantidad de material que se recolecte y sea vendido a las grandes empresas.

Venta: La venta de los materiales reciclables recolectados se realizará contactando a las empresas anteriormente mencionadas, entre otras, ofreciéndoles nuestro servicio de distribución dándoles un precio favorable por kilo, para que ellos realicen sus pedidos por medio de una orden determinada y así se podrán pactar las cantidades necesarias por recolectar en el centro de acopio.

Continuamente se realizará un estudio y correspondiente contacto a empresas posibles clientes ofreciéndoles nuestros servicios.

Posventa: Se estará en contacto constantemente con los clientes retroalimentando sus necesidades y verificando el cumplimiento de nuestros servicios. Posteriormente se realizará una evaluación de desempeño de nuestro recurso humano para suplir esas necesidades.

Análisis Macroentorno:

Factor Económico: En este punto evaluamos el precio final del producto y a qué segmentos deberá de dirigirse.

Factor Político: Debe tenerse la claridad al momento de publicitar, no se puede brindar información errada en la que el cliente pudiera sentirse engañado.

Factor Sociocultural: Se observa la importancia de la mujer en el entorno laboral, y se evalúa que son demasiadas las madres cabezas de hogar en la comunidad que no disponen de una fuente de trabajo digna y estable para el sustento de su familia.

PET-CYCLAR será una unidad legalmente constituida con personería jurídica, cuya administración, desarrollo y participación en el mercado nacional dependerán del entorno del cual forma parte. Siguiendo con el proceso de Planificación Estratégica se define la situación presente

de la empresa, para lo cual se seleccionan las variables del entorno macro (externo) que tienen incidencia e impacto sobre la gestión de la Pyme PET- CYCLAR. Para facilitar el análisis se consideran un conjunto de escenarios, los cuales a su vez contemplan un conjunto de factores que deben requerir el conocimiento exacto de las condiciones externas e internas, decisivas a la hora de determinar las posibilidades de desarrollo de la empresa. Con tal de identificar dichas condiciones, se debe llevar a cabo un diagnóstico estratégico llamado análisis estratégico en la literatura especializada. Dicho análisis consiste en (Johnson y Scholes, 2001):

“comprender la posición estratégica de la organización en función de su entorno externo, sus recursos y competencias internas, y las expectativas e influencias de los “stakeholders”.

Según Dess y Lumpkin (2003) el análisis estratégico consiste en el trabajo previo que debe ser realizado con el fin de formular e implantar eficazmente las estrategias. Esto significa que el análisis estratégico siempre debe ir antes de tomar cualquier decisión estratégica y antes de cualquier acción que emprenda la empresa y debe incluir el análisis del entorno (macro y microentorno) y del potencial de esta.

Medio Ambiente

El medio ambiente y sus recursos naturales son los que nos proporcionan un medio adecuado para sobrevivir y por ende una buena calidad de vida, si estos recursos se deterioran nuestra calidad de vida también; la correlación que tengamos con este y la reciprocidad para con los recursos naturales llevará a nuestra empresa de reciclaje a ser un aliado más en la lucha contra la contaminación ambiental, a nivel mundial se está trabajando en la ejecución de proyectos con alto impacto social lo que es beneficioso física y económicamente para nuestra empresa, ya que si logramos cultivar la cultura del reciclaje aumentando el ciclo de vida de los materiales reciclables y reutilizables en la localidad de Kennedy cumpliremos con nuestro compromiso social de convertir a la localidad en una comunidad eco sostenible y seremos una empresa exitosa.

Sociocultural y económico

La población de la localidad es muy grande por lo que en la zona de influencia de nuestro proyecto encontramos diferentes tipos de culturas (campesinas, urbanas, educadas, sin estudio, artesanos, comerciantes, entre otros), esto, por un lado es beneficioso para nuestro proyecto porque podremos instruir a la población que no tiene conocimiento en la cultura del reciclaje, y por otro lado, es un poco difícil acceder a las personas que creen tener una educación adecuada en el tema pero no permiten intervenir en sus conocimientos para corregir sus errores e involucrarlos en la cultura del reciclaje.

La cadena de valor que tiene la cultura del reciclaje es inmensamente beneficiosa para la economía no solo de la localidad sino del país, ya que se reducirían los costos de compra de materiales para correspondientes materias primas, recuperando y utilizando materiales aprovechables y se reduciría el uso de los recursos naturales para producir nuevas materias primas, además de reducir la energía necesaria para fabricar estos nuevos materiales.

La situación económica del país ha incrementado la población de escasos recursos, las actividades informales a las que la población se ve obligada a realizar son una herramienta de empleo para nuestro proyecto ya que se emplearan personas y madres cabeza de hogar con bajos ingresos y siempre contaremos con personas interesadas en ser parte de nuestra empresa para ser empleados dependientes y formalizar su canasta familiar y disminuyendo la tasa de desempleo del país. Todo esto nos presenta una oportunidad única para potencializar nuestra propuesta de valor proyectada a un mejor futuro económico, social y medio ambiental.

La inflación de los precios en los productos y servicios puede convertirse en una amenaza, pero, por lo contrario, el tratamiento y disposición adecuada de los materiales reciclables se convierte en una oportunidad para nuestra empresa, debido a que estaremos reutilizando y completando el ciclo de vida de diferentes materiales, lo que conlleva a precios bajos de servicio y productos a

ofrecer que nos beneficiará económicamente y posicionamiento estratégico visual ante las demás empresas.

Político

Las nuevas políticas gubernamentales mundiales apoyan directamente las políticas medio ambientales, por ende, Colombia es un país en el que se han asumido términos legales para que todo proyecto ya sea social, empresarial, industrial, etc., cumplan con todas las normas y medidas medio ambientales de prevención, monitoreo, mitigación y buena gestión de los recursos naturales. De esta manera contaremos siempre con el apoyo del estado para continuar ejecutando nuestro proyecto de empresa social, lo que manifiesta una gran oportunidad de desempeño y desarrollo para el proyecto.

Demografía

Kennedy es la localidad número 8 de la ciudad, es una de las más pobladas del distrito, está ubicada en el sur occidente de la sabana de Bogotá y se localiza entre las localidades de Fontibón al norte, Bosa al sur, Puente Aranda al oriente y un pequeño sector colinda con las localidades de Tunjuelito y Ciudad Bolívar, por los lados de la Autopista Sur con Avenida Boyacá, hasta el río Tunjuelito.

La localidad tiene cerca de 438 barrios. Las UPZ Castilla y Timiza tienen el mayor número de barrios: 49 cada una.

El total de la localidad es de 3855.45 hectáreas de las cuales el 98.1% es área urbana y 1.8% es área rural. En relación con la extensión del Distrito Capital, la localidad de Kennedy representa el 11,12%, el tercer puesto en extensión. <http://www.bogota.gov.co/localidades/kennedy>

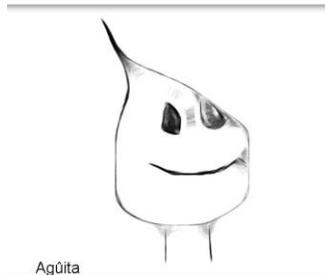
Acciones de Branding

Imagen y frase representativa de la empresa: *“Reciclar mejora tu vida”*

Identidad visual. PET-CICLAR

PET-CICLAR

Identidad sonora o audio branding.



<https://www.youtube.com/watch?v=6unQ4ZPIPMQ&feature=youtu.be>

Branding: Consiste en crear lealtad, única, sostenible, consistente en el tiempo. para que el cliente compre siempre, para lo cual tenemos que posesionar la marca de la empresa recicladora y de fácil recordación con un logo diciente pero corto para ser guardado como imagen de recordación por los clientes, tener así mismo una página que atraiga la atención de todos los clientes, amigos y demás personas, con colores fuertes como el verde que es utilizado como significado de naturaleza o medio ambiente.

Se harán campañas de reciclar en espacios públicos y abiertos a todo el mundo, como medio para llegar a los jóvenes, se colocarán maquinas recicladoras las cuales les dan puntos y ganancia en tiendas, transporte entre otras.

1. Creación de contenido relevante: ofrecer un producto impecable con el fin de crear conexión permanente con el cliente.

2. Atender, escuchar al cliente: Es la permanente necesidad de responder de manera eficaz a nuestros clientes con acciones que realmente le hagan sentir satisfecho y comprendido en su necesidad.

Consecuente a lo anterior se practicarán campañas en donde se le enseñe a las personas a reciclar, a clasificar adecuadamente los materiales, haciendo énfasis en que este tipo de labor, además de ser constructiva, nos beneficia altamente a todos y nuestro medio ambiente.

Se repartirán folletos de promoción de la empresa con información educativa.



PET-CICLAR

Reciclar mejora tu vida

Nuestro Objetivo

Contribuir con la reducción del impacto ambiental disminuyendo el volumen de residuos sólidos mal dispuestos ayudando a generar fuentes de ingreso a madres cabezas de hogar y a su vez formar líderes con responsabilidad ambiental.

¿Quiénes Somos?

La empresa recicladora Pet-Ciclar es una micro empresa basada en el aprovechamiento al máximo de materiales aptos para ser reutilizados y bajar así la cantidad de residuos, la idea nace en la localidad de Kennedy al no ser recogidos los materiales reciclables y generar trabajo para las madres cabeza de familia habitantes del sector.

BENEFICIOS DEL RECICLAJE

Se reduce el mal uso de los recursos naturales



Se reduce el daño ambiental



Se reduce la contaminación del aire, del agua y los recursos naturales



Se reduce el volumen de residuos



Reutilizando se aumenta la vida útil de los materiales



Se reduce la emisión de gases efecto invernadero



Se genera empleo con inclusión social

COMO RECICLAR

**Usa – Reutiliza - Recicla
Dispone y Aprovecha**

- Usa tus productos hasta el final
- Reutiliza los envases plásticos, de cartón, de vidrio.
- Recicla los materiales aprovechables (papel, cartón, vidrio, plástico, bolsas, metales, residuos de construcción, telas)
- Dispone adecuadamente estos residuos en canecas dispuestas para ello, pronto las recogeremos.
- Aprovecha todos beneficios y bajos costos de estos productos que han sido fabricados con los materiales que reciclaste para que los recursos naturales te den mejor calidad de vida a ti y a tu familia.



Acción de Inbound Marketing

Se utilizarán herramientas de promoción e información de la empresa tales como:

- Redes sociales (Instagram, Twitter) con el objetivo de informar e instruir mediante tips, la importancia de reciclar.
- Blogs en donde se comentan las experiencias por parte de las trabajadoras – madres cabeza de hogar- en donde el lector se sensibilice y a su vez se sienta motivado a aportar a la causa comunal.
- Creación de videos tipo tutorial donde se le muestre y enseñe al cliente el proceso inicial de reciclaje hasta donde el producto se transforma.

Por medio del Inbound marketing buscaremos los clientes enfocándonos en la prestación de un buen servicio de recolección siendo responsables con el medio ambiente.

La manera más rápida y directa es comenzar por las redes sociales de cada uno de los representantes de la empresa ya que algunos de nosotros tenemos contactos de personas que pertenecen a la rama de la construcción civil, dos de nosotras tenemos contactos que pertenecen a la población de la localidad, y otros tienen contactos del entorno hospitalario, entre otros, y así atraer nuestros clientes iniciales.

Facebook leads Ads

Campañas de interacción para usuarios de nuestra base de datos: lo que hace Facebook Ads en este caso es buscar coincidencias del listado que tengas en tu email con los usuarios registrados en Facebook, de manera que podamos crear campañas dirigidas especialmente a esos usuarios que ya nos conocen. Es una campaña muy útil para buscar conversiones por parte de esos clientes potenciales que hace un tiempo que no interactúan con la marca.

Por medio de esta herramienta podemos planear estrategias paso a paso para los clientes desde la promoción, captación y promoción (Awareness, Consideration, Decision) lanzando campañas de reciclaje.

Tono de comunicación: La comunicación será persona a persona de manera cordial y amable, generando confianza en los clientes y con este vínculo de confianza se pretende lograr adquirir la aceptación social para luego dar por establecido la veracidad y efectividad del proyecto. Se incentivará por medio de la comunicación con el cliente un sentido de pertenencia por el medio ambiente y que así él sienta que realiza un aporte a la recuperación del mismo.

Define tu empresa. Por medio de la página web se le dará una imagen que sea bien recibida por los interesados para que así podamos llegar a consolidarla.

Conoce a tu público objetivo. Nuestro público objetivo son todos los habitantes no solo de la localidad de Kennedy sino todos los habitantes del país.

Propuesta de valor única:

“Ofrecemos bienestar social y calidad laboral contribuyendo al cuidado y sostenibilidad del medio ambiente. En donde, a través de acciones humanas individuales y de calidad, se brinda a la sociedad un ejemplo innovador y de cambio radical, mejoramiento del medio ambiente mediante el reciclaje y ejemplo de superación personal a través de las madres comunitarias. Este proyecto social busca satisfacer varias problemáticas presentes en la localidad y satisfacer algunas necesidades con los valores agregados”.

Tips

Conocimiento del Cliente; Creación de la Página Web de la PYME, Redes Sociales e Internet Como Relacionarte con el Cliente y Preguntas a Realizarle; todo esto lo podemos incluir en la página Web Oficial de la PYME.

Se responderán directamente las preguntas y necesidades de los interesados aprovechando la tecnología para concientizar a la población sobre la cultura del reciclaje.

Antes de cualquier Contratación y/o Cotización:

Establecer expectativas con el cliente.

Definir el OBJETIVO del trabajo a realizar (esto hace que se puedan generar más seguidores, aumentar la participación en la página, etc.)

Cuántas horas son y cómo se van a medir los resultados de nuestro trabajo.

Sacarse todas las dudas con el cliente.

Dar a conocer bien el producto y servicio.

PREGUNTAR TODO a seguidores y clientes sobre el servicio y sobre cómo ven situada la PYME para ver cómo se relaciona con Social Media.

Ver lo que se estaba haciendo, que funciona o no para ese público. Después de la contratación

Se puede trabajar por un tiempo específico para realizar un crecimiento exponencial de la presencia de nuestra PYME y del servicio en las redes, o por una promoción puntual.

Lo ideal, es que la persona que lo realice sea alguna de las emprendedoras, ya que conocerá muy bien el público y qué es lo que le gusta y que no.

Fijarse en que se puede mejorar, si pueden complementarse con otras actividades de la PYME o las personas que estamos trabajando en ella.

Diseño de oferta de cliente

Se ofrece a las empresas llevar el material debidamente organizado, compactado y en excelentes condiciones de limpieza.

Plan de captación: datos para conseguir más información

Por medio de bases de datos se tienen los clientes frecuentes, clientes regulares y cliente lejanos, que son con quienes nos debemos enfocar y ofrecer los beneficios que aporta el material a sus empresas y al medio ambiente.

Plan de acciones de nuvaring: conseguir la confianza del cliente para que nos elijan, al ser reconocidos en el mercado y en las redes sociales con la página de la empresa, muchos más clientes llegaran a pedir nuestros servicios.

Plan de fidelización: lograr que el cliente perdure fiel a la empresa.

Al tratar a los clientes con amabilidad, responsabilidad y cumplimiento, se logrará fidelizarlos a nuestra marca o empresa y adicionalmente nos atraerán más clientes, por la calidad de servicio y productos que ofrecemos.

Se publicarán propagandas en televisión y nos postularemos como titanes sociales en los programas respectivos para adquirir reconocimiento y patrocinadores para nuestro proyecto.

Haremos campañas escolares en las escuelas y colegios de la localidad para introducir a los niños y adolescentes en la cultura del reciclaje.

Todo esto nos diferenciara de la competencia originando más atracción de visitas y viralizando las redes con nuestra información.

Acción de inbound marketing

‘Marketing de Attraction 2.0 Inbound Marketing

Se utilizan las redes sociales, páginas web, Blog, etc., para atraer al cliente, se creara una página web o sitio on-line, donde los clientes puedan hacer sus pedidos con antelación, ser reconocidos a nivel local y nacional inicialmente, se tienen una serie de claves que son:

1. CREACION: textos informativos en formatos novedosos como ‘e-books’ fácilmente descargables, videos, presentaciones en PowerPoint y un largo entre otros.

La página web tendrá en la portada el logo, el emblema, quienes somos, objetivos, nuestra Propuesta de Valor, contáctenos, historia, experiencias, empresas clientes y formularios para guardar en la base de datos.

Nuestras estrategias de responsabilidad social y ambiental.

Nuestro ciclo de manejo y aprovechamiento de residuos sólidos

Contenidos de sensibilización respecto a la gestión integral de residuos sólidos

Nuestras estrategias de aprovechamiento de residuos sólidos entre otros.

Link Página web: <http://yeya094.wixsite.com/pet-recicla>

2. OPTIMIZACION: Posicionamiento Online. Es esencial que nuestros clientes potenciales encuentren fácilmente nuestra oferta en Google y los demás buscadores y en las redes sociales

Los clientes de la empresa recicladora contarán con una página fácil de encontrar en el buscador, fácil de entender y digitar y redes sociales a los cuales estamos escritos.

3. PROMOCION: hay que invertir tiempo y esfuerzo en promocionar inteligentemente en redes sociales construyendo una comunidad de clientes, admiradores y fans.

La empresa recicladora en pro de conseguir más clientes y aumentar los proveedores de material reciclado, lanza al mercado máquinas de reciclaje, ubicadas en universidades, centros comerciales y demás sitios públicos allí hay bastante público interesado en ayudar al medio ambiente y de paso obtener un beneficio económico.

4. CONVERSIÓN: interés generado en ventas u otros objetivos tangibles.

Con las máquinas recicladoras ubicadas en sitios estratégicos buscamos dar puntos a quienes se inscriban y reciclen, obtendrán beneficios económicos en Transmilenio, tiendas y demás locales adscritos a la promoción.

Marketing verde o ecológico desde la perspectiva social para PET-CICLAR:

Nuestro objetivo es contribuir con la reducción del impacto ambiental disminuyendo el volumen de residuos sólidos mal dispuestos, ayudando a generar fuentes de ingreso a madres cabezas de hogar y a su vez formar líderes con responsabilidad ambiental.

Creando un objeto social, cuyo propósito principal es el bienestar social y de la comunidad a través de diferentes acciones sociales con personas únicas e independientes como lo son las madres cabeza de hogar, haciendo de esto su nuevo proyecto de vida acompañado de la creación de bienestar para la comunidad y posicionamiento de nuestra marca.

Acciones por realizar: Eventos de capacitación y concientización en juntas de acción comunales de la localidad de Kennedy, escuelas públicas y privadas, empresas comerciales e industrias de la localidad.

Propósito: Se realizarán eventos de capacitación y concientización en juntas de acción comunales de la localidad de Kennedy, escuelas públicas y privadas, empresas comerciales e industrias de la localidad con el fin de promover la cultura del reciclaje de materiales y/o residuos sólidos que afectan al medio ambiente, utilizando evidencias de la degradación ambiental actual como por ejemplo: la deforestación causada por el uso excesivo e inapropiado de los recursos forestales, el agujero en la capa de ozono causada por la emanación de gases efecto invernadero (dióxido de carbono), generando preocupación ambiental a los asistentes para que se conviertan en líderes sociales y convertirlos en una influencia positiva para que a través de ellos podamos implantar la cultura del reciclaje e incentivar a la población para que participen en la reutilización, separación y recolección en sitio de los RA (residuos aprovechables), reduciendo así los residuos y aumentando la reutilización de los envases, obteniendo beneficios para su calidad de vida, ya que los RA, al ser dispuestos adecuadamente, serán convertidos en materia prima secundaria para nuevos productos, reduciendo la cantidad de energía utilizada para la

producción de nueva materia prima y por supuesto disminuyendo el uso innecesario de los recursos naturales.

De esta manera llamaremos la atención de los habitantes de la localidad y a su vez a las madres cabeza de hogar para que se vinculen a nuestro proyecto generando bienestar económico para sus hogares.

Entonces lo que buscamos para la Pyme con este tipo de Marketing sería; orientarlo, es decir; conciliar los objetivos económicos junto con los ecológicos.

La Pyme debe y se preocupa de todas aquellas estrategias que se implementaran al lanzar el producto o servicio al mercado.

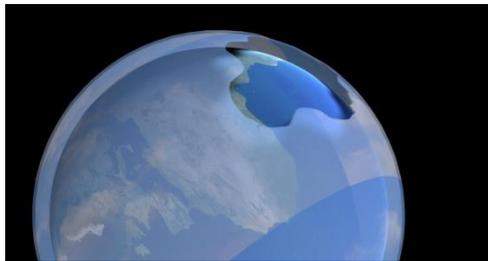
De Cumplir con los requisitos legales en materia medioambiental.

De Mejora de la imagen de marca en el mercado y el público en general.

De Mayor facilidad para llevar a cabo acciones medioambientales como concesiones o permisos.

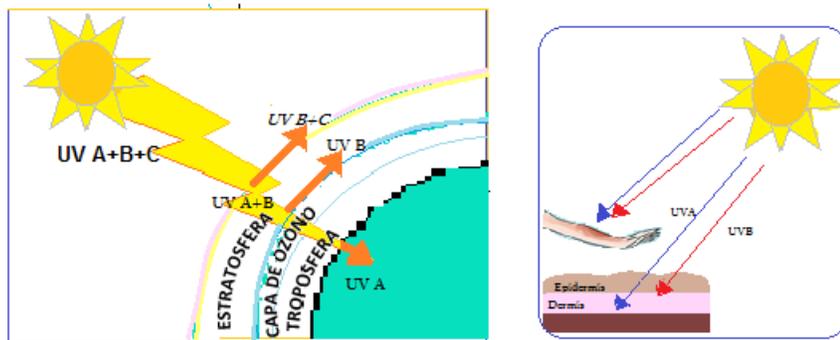
De Satisfacer la demanda en el reciclaje de desperdicios que crean los consumidores y así contribuir e ir culturizando acerca del respeto por el entorno ecológico

Información para utilizar en los eventos de concientización

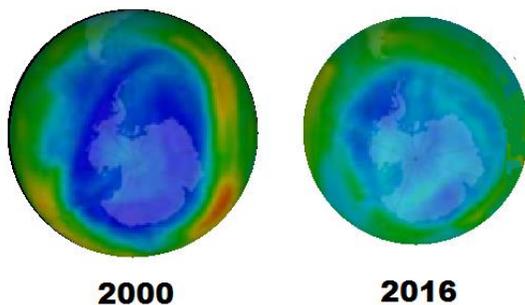


Consecuencias del agujero en la capa de ozono del planeta tierra.

El sol genera una forma de energía llamada rayos ultravioletas, entre más corta sea la longitud de onda, mayor es la energía. Esta radiación es perjudicial para la salud de los seres vivos incluyendo la vegetación, estos rayos UVA-UVB Y UVC son dilatados y/o interrumpidos por las capas que rodean la tierra (estratosfera y capa de ozono) disminuyendo la intensidad de la energía al llegar a la troposfera y hacia los seres vivos dándonos la energía necesaria para sobrevivir, por lo contrario si estos rayos ultravioleta nos llegaran con mayor intensidad, los seres humanos tendríamos riesgos de sufrir cáncer de piel, problemas de cataratas en los ojos, se debilita el sistema inmunológico y por ende el cuerpo se vuelve mucho más sensible de adquirir enfermedades infecciosas, por lo tanto las vacunas no tendrían la misma efectividad.



Si reciclamos los residuos sólidos adecuadamente, estamos ayudando a disminuir el daño que hemos causado a través de los años a la capa de ozono y a nuestros recursos naturales, aumentando la posibilidad de que nuestros hijos y sus descendientes puedan contar con los recursos necesarios para subsistir en este planeta con una calidad de vida adecuada.



Como podemos observar en el año 2000 el hoyo en la capa de ozono era mayor al que vemos en el año 2016, el color azul intenso muestra el debilitamiento de la capa de ozono, por lo que en el 2016 esto ha disminuido, demostrándonos que

tenemos posibilidades de resarcir nuestros actos y comenzar a ayudar a este reestructuramiento por medio de actos que conlleven a la sostenibilidad de nuestros recursos naturales, los cuales generan las herramientas (oxígeno, y demás) para recuperar nuestra salud y la del planeta.

¿Cómo lo podemos hacer?

Usa – Reutiliza – Recicla- Dispone y Aprovecha

Usa tus productos hasta el final: si los residuos líquidos que manejas son dañinos para los recursos naturales (pintura, tñer, ácidos) utilízalos hasta el final y no los derrames en las aceras, alcantarillas o césped porque por medio de la lluvia estos serán llevados a nuestros ríos y mares afectando la diversidad ecológica y posteriormente nuestra salud.

Reutiliza los envases plásticos, de cartón, de vidrio: Si reutilizas los empaques y envases estas cumpliendo con el ciclo de vida útil de estos hasta que ya no sean adecuados para su uso, ofreciéndole tiempo a los recursos necesarios para su producción, a que se regeneren.

Recicla los materiales aprovechables: (papel, cartón, vidrio, plástico, bolsas, metales, residuos de construcción, telas), todos estos materiales se pueden transformar nuevamente en productos útiles para nuestro uso y beneficio, además de ser productos económicos por utilizar materia prima secundaria no estamos degradando nuestros recursos por utilizar nuevamente materia prima primaria para su producción.

Dispone adecuadamente estos residuos en canecas dispuestas para ello: nuestra empresa PET-CICLAR recogerá estos residuos y los dispondrá, transportará y tratará adecuadamente para que sean aprovechados para la fabricación de nuevos productos.

Aprovecha todos beneficios y bajos costos de estos productos que han sido fabricados con los materiales que reciclaste para que los recursos naturales te den mejor calidad de vida a ti y a tu familia.

Propuesta de valor para nuestra Pyme;

“Reduce tus materias primas, minimiza los residuos que generas, recicla los materiales aprovechables y comunícalo a nuestra línea, nosotros te proporcionamos tu caneca para reciclar y realizamos la recolección en tu sitio de vivienda de manera gratuita con la ayuda de nuestro equipo de trabajo y colaboradoras madres cabeza de hogar”.

BENEFICIOS DEL RECICLAJE

- ✚ Se reduce el mal uso de los recursos naturales
- ✚ Se reduce el daño ambiental
- ✚ Se reduce la contaminación del aire, del agua y los recursos naturales
- ✚ Se reduce el volumen de residuos
- ✚ Reutilizando se aumenta la vida útil de los materiales
- ✚ Se reduce la emisión de gases efecto invernadero
- ✚ Se genera empleo con inclusión social.

Importancia de las 3R: Reducir, Reutilizar, Reciclar



MARKETING CULTURAL

Como una empresa que busca el mejorar el desarrollo integral de la mayoría de la población de la localidad, especialmente aquella sensible al tema ecológico y conservador del ecosistema; debe tener enfoques culturales obligatoriamente, por eso la estrategia no es patrocinar eventos culturales que permitan la presencia de la marca, sino por el contrario, la estrategia consiste en ser parte de la logística y desarrollo de procesos de estos. Esta estrategia tiene un propósito bastante particular y significativo, ya que la población que asiste a este tipo de eventos sociales, son los más interesados en el bienestar de su familia. Por lo tanto, la meta es ser uno de los proveedores de las organizaciones de los grandes eventos culturales, especialmente aquellos organizados por el distrito en la localidad, ya que se pueden enfocar en población vulnerable y con niños y niñas acordes con las edades que manejamos. Para eso propondremos ser la empresa encargada de administrar los residuos reciclables de dichos eventos a los que asisten miles de personas encargándonos de proporcionar los puntos ecológicos y zonas de concientización de reciclaje al ingreso de estos eventos los cuales le permitirán a la gente conocer nuestra empresa y no solo eso, que puedan reciclar junto a nosotros ya que en este tipo de eventos se utilizan muchos empaques reciclables.

Propósito

Ser uno de los proveedores de las organizaciones de los grandes eventos culturales en materia de manejo de residuos lo que permite un mejor aprovechamiento de estos, además de que miles de personas conocerán nuestra empresa y lo que hacemos por la comunidad y por el medio ambiente.



Marketing Digital:

Conocimiento del Cliente; Creación de la Página Web de la PYME, Redes Sociales e Internet

Como Relacionarte con el Cliente y Preguntas a Realizarle; todo esto lo podemos incluir en la página Web Oficial de la PYME.

Antes de cualquier Contratación y/o Cotización

- Establecer expectativas con el cliente.
- Definir el OBJETIVO del trabajo a realizar (esto hace que se puedan generar más seguidores, aumentar la participación en la página, etc.)
- Cuántas horas son y cómo se van a medir los resultados de nuestro trabajo.
- Sacarse todas las dudas con el cliente.
- Dar a conocer bien el producto y servicio.

- PREGUNTAR TODO a seguidores y clientes sobre el servicio y sobre cómo ven situada la PYME para ver cómo se relaciona con Social Media.
- Ver lo que se estaba haciendo, que funciona o no para ese público. Después de la contratación
- Se puede trabajar por un tiempo específico para realizar un crecimiento exponencial de la presencia de nuestra PYME y del servicio en las redes, o por una promoción puntual.
- Lo ideal, es que la persona que lo realice sea alguna de las emprendedoras, ya que conocerá muy bien el público y qué es lo que le gusta y que no.
- Fijarse en que se puede mejorar, si pueden complementarse con otras actividades de la PYME o las personas que estamos trabajando en ella.

Propuesta de Marketing Online:

1. Redes Sociales

1.1 Facebook.

Aumentar la comunidad de fans en Facebook, así como también aumentar el porcentaje de interacciones entre la PYME y sus seguidores.

Administraremos la Fan Page contestando el minuto a minuto de consultas y derivando los nuevos contactos a la base de datos y a quién encargado corresponda el servicio a realizar.

También crearemos publicaciones atractivas para que la conversación entre nuestro servicio/usuarios sea constante y fluida.

Estrategia de anuncios.

La lógica de Facebook nos obliga a planificar una estrategia de anuncios, Facebook ya no es “gratis” para las empresas, pero sigue siendo muy económico y efectivo en comparación con los demás medios de promoción tradicionales. A través de los anuncios pagos logramos

“alcance” es decir, pagamos para que nuestras publicaciones sean vistas por mayor cantidad de usuarios, entre ellos nuestros fans y nuevos fans.

Se creará una página de negocio para la empresa PET-CICLAR

Se le dará una imagen adecuada para la debida atracción de clientes y/o visitantes.

Se publicará información sobre las normas y leyes que rigen y apoyan la gestión de residuos sólidos para incentivar a las empresas y a la población a gestionar y disponer los residuos sólidos adecuadamente.

Se publicará información importante sobre los beneficios de reciclar.

Se publicarán los eventos a realizar próximamente para obtener mayor asistencia a estos.

Se agregará un botón que dirija a los visitantes de la página hacia nuestra página web para que conozcan más de nosotros.

¿Qué haremos?

- 2 publicaciones diarias, con imágenes, frases, enlaces a otros sitios, enviando a conocer la PYME y nuestros servicios, con información sobre los próximos eventos, con información sobre las capacitaciones, reciclaje y responsabilidad con el medio ambiente.
- Respuesta a los mensajes y comentarios en tiempo real. Contestando a todas las consultas que se hagan en la comunidad.
- Estrategia de anuncios, haremos anuncios para aumentar la cantidad de seguidores y el porcentaje de interacción con nuestra comunidad.

1.2 Twitter

Para aumentar nuestra visibilidad en Internet es importante tener presencia en Twitter.

Desde esta plataforma comunicaremos todos los atributos positivos de la PYME, sumado a las ofertas y promociones. El posicionamiento con el que ya cuenta nuestra PYME, en otras redes

(Facebook) enfocándonos en una labor social y responsable tanto para con la comunidad y el medio ambiente nos va a ayudar a crecer de forma pronunciada en esta red social, teniendo como objetivo principal mantener una cuenta actualizada, con interacciones constantes y con un número de seguidores que nos permita usar Twitter como la poderosa herramienta que sabemos que es.

¿Qué haremos?

- 4 publicaciones diarias, con información breve, enviando a conocer la PYME y sus servicios, con información sobre los próximos eventos, con información sobre las capacitaciones, reciclaje y responsabilidad con el medio ambiente
- Respuesta a los mensajes y comentarios en tiempo real. Contestando a todas las consultas que se hagan en la comunidad.
- Acciones para hacer crecer la cantidad de seguidores.

YouTube

Es el tercer sitio más visitado en el mundo y el segundo “buscador” del mundo. Es uno de los principales generadores de tráfico a las webs.

¿Qué haremos?

Crear videos sobre la PYME lo que buscamos fortalecer y atacar con esta labor social, sobre los beneficios de nuestra Pyme de Reciclaje con Madres Cabeza de Familia, sobre cómo reciclar, ventajas del reciclaje, responsabilidad social etc. Producción de contenido para compartir en las demás redes sociales.

2. Email Marketing

La generación de contactos segmentados y con intenciones sobre nuestros productos nos sirve para constituir una base de datos. A esas personas las vamos a contener con información

seleccionada según nuestros objetivos. El email marketing es una de las herramientas más eficaces para llevar tráfico a un sitio. A través de newsletters comunicaremos ofertas y promociones para mantener constantemente las interacciones.

¿Qué haremos?

Envío de Newsletter a la base de datos de personas interesadas en la PYME.

3. Google Adwords

En este caso captaremos a las personas que están activamente buscando en internet productos similares a los que ofrecemos, necesitamos estar presentes en internet para todos los usuarios que estén buscando “reciclaje”, “como reciclar”, etc.

¿Qué haremos?

Publicidad en Google, para las personas que buscan “reciclaje”, “ventajas de reciclar” “responsabilidad ambiental” etc.

Sitio Web. (Página Oficial)

- Dar la posibilidad de un contacto inmediato.
- Que esté integrado con las redes sociales para que no sea una comunicación bidireccional, sino que constantemente propongamos abrir el diálogo.
- Dar a conocer los cursos.
- Proporcionar información básica de la empresa y de contacto

¿Qué haremos?

Crear un sitio web institucional que exponga los productos y servicios de la PYME.

<http://yeya094.wixsite.com/pet-recicla>

4. Posicionamiento SEO

Por intermedio del SEO optimizamos el sitio para que los buscadores den a nuestro sitio como resultado de las búsquedas que a nosotros nos interesan. Esto es muy importante para el

Branding. Con una buena estrategia de posicionamiento web, “cuidamos” los resultados de búsqueda que aparecen para las palabras claves de la marca.

¿Qué haremos?

Crearemos contenido sobre las “palabras claves” por las cuales nos importa posicionarnos.

5. Medición:

Los parámetros que vamos a medir son:

Sitio Web:

- Cantidad de visitas mensuales Totales
- Cantidad de visitas mensuales orgánicas (las visitas que llegan a través de la búsqueda tradicional en Google u otros buscadores) Facebook.
- Alcance (usuarios que ven nuestras publicaciones)
- Engagement de la comunidad (usuarios que interactúan con nuestras publicaciones)

Twitter

- Cantidad de seguidores
- Cantidad de interacciones (Menciones, RT, Favoritos) Email Marketing
- Mails enviados
- Aperturas totales
- Clics totales

Propuesta de valor PET-CICLAR

Ofrecemos bienestar social y calidad laboral contribuyendo al cuidado y sostenibilidad del medio ambiente. En donde, a través de acciones humanas individuales y de calidad, se brinda a la sociedad un ejemplo innovador y de cambio radical, mejoramiento del medio ambiente mediante el reciclaje y ejemplo de superación personal a través de las madres comunitarias. Se busca

incentivar la separación en sitio para que todas las personas se incorporen en la cadena de valor del reciclaje y poder aprovechar al máximo los materiales aptos para ser reutilizados y bajar así la cantidad de basuras. Estos materiales se clasifican y proveen a otras empresas para ser comercializadas y finalmente convertir en otros productos que salen al mercado, así fortalecer los procesos productivos de las industrias en la ciudad y ayudar al medio ambiente, reduciendo la contaminación ambiental.

La propuesta de valor se fundamentará en ofrecer materias primas procedentes de la recolección de residuos sólidos aprovechables recuperados en los hogares, industrias y comercio de la localidad de Kennedy, más el servicio exclusivo de reciclaje a domicilio como un asesoramiento y ayuda a la disposición de los residuos en el hogar.

Este proyecto social busca satisfacer varias problemáticas presentes en la localidad y satisfacer algunas necesidades con los valores agregados. Contribuir con la reducción del impacto ambiental disminuyendo el volumen de residuos sólidos mal dispuestos ayudando a generar fuentes de ingreso a madres cabezas de hogar y a su vez formar líderes con responsabilidad ambiental. También se manejará de una forma emocional, conectando las sensaciones humanas y los sentimientos en nuestros servicios y productos; Nuestra marca se enfocará en la experiencia del cliente lo cual nos permitirá estrechar un vínculo de atracción, confianza y seguridad con él. Aquí el cliente define su actividad social a través de este proyecto, se sentirá complacido y extasiado socialmente."

SOCIOS CLAVE

- ❖ Proveedores (habitantes de la localidad de Kennedy)
- ❖ Proveedores comerciantes de la localidad de Kennedy)
- ❖ Empresas dedicadas a la transformación de materiales reciclables
- ❖ Empresas de fabricación de casetones, tableros, aglomerados

- ❖ Empresas de reciclaje de vidrio
- ❖ Fábricas de productos industriales
- ❖ Fábricas de materiales para obra civil
- ❖ Estado (empresas recolectoras de residuos/basura)
- ❖ Alcaldía de la localidad de Kennedy
- ❖ Madres cabeza de hogar
- ❖ Recicladores externos
- ❖ Secretaria de ambiente Distrital
- ❖ JAL de localidad Kennedy
- ❖ Colegios de la zona
- ❖ Corabastos
- ❖ Supermercados Éxito- Cafam
- ❖ Almacenes de ropa y zapatos (comercio en general)
- ❖ Conjuntos Residenciales
- ❖ Colegios
- ❖ Centros Comerciales de la Localidad
- ❖ Alcaldía mayor de Bogotá

En cada uno de los hogares de los habitantes de la localidad de Kennedy, conjuntos residenciales y colegios se genera una buena cantidad de residuos sólidos aprovechables sin dejar de lado el gran comercio que se ejecuta en la localidad, la industria y fábricas que ocupan un gran lugar dentro de la población visitante.

La idea principal radica en que Pet-Cyclar pueda realizar actividades en conjunto con sus socios tales como: recolección de basuras, difusión de publicidad de tipo educativa y cultural, creación de conciencia ciudadana por medio de la cual se eduque a la comunidad y respectivos colegios,

donde se analicen falencias y halla lugar a nuevas sugerencias, se trabajará de igual manera en la creación de actividades dinámicas donde todos puedan interactuar y ser aportantes de sus conocimientos para motivar sobre la importancia del reciclaje y la difusión de soluciones a la problemática ambiental.

La propuesta valor trata sobre qué problemas estamos dispuestos a resolver, en nuestra PYME buscamos como objetivo bajar la contaminación por basuras y desechos reciclables en la localidad de Kennedy, por ello se pueden hallar los socios claves que son los suministradores de material reutilizable para conseguir un beneficio mutuo, dándonos la oportunidad de crecer más rápido, son personas que quieren ayudar y que se complementan con lo que necesitan como beneficio, es el caso de:

- Administradores de conjuntos residenciales: son quienes enseñan y clasifican los materiales para bajar la cantidad de basuras que se tiran por parte de los habitantes de cada conjunto de apartamentos.
- Rectores y profesores de los colegios: distribuyen canecas de colores para que los estudiantes aprendan a reciclar y bajen la contaminación, logrando una disminución de dióxido de carbono
- Centros Comerciales: ubicar publicidad de la empresa PET-CICLAR, maquinas recicladoras y canecas para bajar la cantidad de basura y con ello bajar el valor por recolección de basuras.
- Empresas de Transformación de Material Reciclado: vende a bajo precio y permanente materiales utilizados en las empresas para la creación de nuevos productos como el papel para imprimir, servilletas, papel higiénico etc.

- Alcaldía mayor de Bogotá: por medio de los programas que tienen para mantener limpia la ciudad, pedir apoyo para enseñar a reciclar y generar empleo a los habitantes de la localidad.
- Secretaria de ambiente: por medio de la reutilización de los materiales reciclados en las empresas, bajar los índices de contaminación ambiente y aprovechar mejor uso de suelos con cultivos y no rellenos sanitarios.

NEGOCIACIÓN

Nos debemos preguntar. ¿Qué oferta les presentaré a mis clientes de manera que pueda resolverles alguna necesidad?

Lo primero que debemos hacer es crear una hoja de vida de proveedor o carta de presentación en la que definamos los servicios que se prestaran y los beneficios que se ofrecen por parte de nuestra empresa, demostrando a la empresa dedicada a la transformación de material reciclable, que somos parte de su cadena de valor.

Debemos establecer una relación de (proveedor-cliente) entre nuestra empresa y el socio clave, en la que nosotros seamos partícipes de su objetivo empresarial.

Debemos ofrecer el mejor trato posible para cada cliente satisfaciendo sus necesidades y ofreciéndole los beneficios específicos para cada cliente, demostrándole que si reduce el número de proveedores a los que les compra materia prima, aumentará sus ingresos, ya que podrá eliminar costos de procedimientos de evaluación de proveedores, y contará con proveedores a los que podrá exigirles capacidad de producto y servicios e innovación en sus tecnologías, aumentando cada vez más su confianza en la calidad del proveedor.

Debemos ofrecer nuevas tecnológicas y mejoras de procesos que diferencien a nuestra empresa de otros proveedores.

Ofrecer, la cantidad necesaria y plazo conveniente de materia prima para la fabricación de sus productos.

Debemos ofrecer materiales de calidad y precio adecuados para que la empresa (nuestro socio clave) desarrolle sus productos de la mejor manera. 21

Debemos ofrecer flexibilidad de adaptación a los cambios en la demanda, calidad exigida, cantidad y plazos de entrega, entre otros.

Debemos ofrecer una secuencia de entrega adecuada para cada uno de nuestros clientes.

Debemos ofrecer una capacidad de suministro adecuada para cada cliente demostrando confiabilidad y continuidad sin afectar la calidad de nuestro producto.

En cuanto a las condiciones financieras debemos ofrecer buenos precios y adecuadas formas de pago, ofreciendo descuentos por pronto pago, etc.

La negociación con los socios clave será de tipo colaborativa

Debemos proponernos una relación cliente-proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros. Según el modelo CANVAS ofreceremos el tipo de asociación “Empresas conjuntas que crean nuevos negocios. Relaciones Cliente-Proveedor.” dos empresas con diferentes negocios se unen para innovar como parte del modelo de negocio; aseguraremos el suministro de materias primas e insumos para el desarrollo de sus actividades.

En este caso, el encargado de conseguir los acuerdos se muestra asertivo, tratando de que ambas partes consigan las mejores condiciones y se beneficien con el pacto.

En la negociación colaborativa se busca un resultado de ganar/ganar y las concesiones se otorgan a partir de argumentos objetivos, en lugar de presiones o amenazas. En este caso nosotros y el cliente tenemos intereses comunes, lo que se puede traducir y/o convertir en una alianza estratégica.

La idea principal radica en que Pet-Cyclar pueda realizar actividades en conjunto con sus socios tales como: recolección de basuras, difusión de publicidad de tipo educativa y cultural, creación de consciencia ciudadana por medio de la cual se eduque a la comunidad y respectivos colegios, donde se analicen falencias y halla lugar a nuevas sugerencias, se trabajará de igual manera en la creación de actividades dinámicas donde todos puedan interactuar y ser aportantes de sus conocimientos para motivar sobre la importancia del reciclaje y la difusión de soluciones a la problemática ambiental.

Etapas Del Proceso De Negociación

Detección: Debemos obtener la mayor información posible de la empresa dedicada a la transformación de materiales reciclables y sobre nuestra competencia para poder establecer una relación de confianza y beneficio mutuo.

Con esta inspección podremos suministrar los servicios y productos necesarios para satisfacer sus necesidades y así esta empresa podrá desarrollar sus productos con la mejor calidad y verán que nosotros como proveedores, seremos socios clave de su negocio.

Se investigará externamente a la empresa tratando de conseguir la información sobre qué productos fábrica, que materia prima utiliza y cuál es la de mayor demanda; se investigará en lo posible internamente la forma de pago que utilizan y su capacidad de pago/crédito.

Se indagará la necesidad de materia prima, servicios y productos en cuestiones de: tiempo, plazos de entrega y todo aquello que tenga que ver con la capacidad de producto y/o servicio que podemos ofrecerle nosotros.

En nuestra página de Facebook y por medio de nuestra página web, anteriormente ya habremos recopilado información sobre sus intereses a las empresas que hayan ingresado interesados en nuestra información.

En esta fase debemos definir nuestros objetivos, la estrategia que vamos a utilizar y las tácticas que vamos a emplear.

Por último y no menos importante, debemos analizar nuestro margen de maniobra en cuanto a precio, cantidad de producto a entregar y los plazos que podemos manejar, para así poder ofrecer lo que podemos pero que pueda suplir sus necesidades, teniendo un margen de flexibilidad en la negociación que pueda ofrecer beneficios para nosotros y para nuestro cliente.

Objetivo de la negociación

La naturaleza de las situaciones en las que ha de realizarse la negociación es la que nos puede servir de guía para indicar el estilo más apropiado para desarrollarla, por ello es muy importante para nosotros tener claro nuestros objetivos y el de nuestra PYME.

Nuestro objetivo es crear un ambiente adecuado para la negociación en la que las dos partes estén cómodas y se puedan comunicar tranquilamente, así podremos exponer tranquilamente nuestros argumentos y escuchar los suyos para poder suplir las necesidades de su empresa de una manera novedosa y conseguir una alianza estratégica.

Pensar en ganar/ganar es un hábito para acoger en nuestra PYME y aprender a manejar una Comunicación empática y asertiva con los clientes ya que todo ello implica el ejercicio de las dotes humanas más singulares (la autoconciencia, la imaginación, la conciencia moral y la voluntad independiente) en nuestras relaciones con los demás. Supone aprendizaje recíproco, influencia mutua, beneficios compartidos. Para crear esos beneficios mutuos se necesita mucho coraje y también consideración, a la hora de ofrecer y defender nuestros servicios debe ser con total y firme argumentación, debe ser con total educación; en particular si interactuamos con personas profundamente programadas con el paradigma en que van a perder por contratar un servicio. Por ello este hábito incluye principios de liderazgo interpersonal. El liderazgo

interpersonal efectivo requiere la visión, la iniciativa proactiva y la seguridad, la guía, la sabiduría y el poder que proviene de un liderazgo personal centrado en principios.

Las personas encargadas en las etapas de una negociación en uno de nuestros servicios deben poseer una madurez suficiente; es decir: “La capacidad para expresar los propios sentimientos y convicciones combinada con el respeto por los pensamientos y sentimientos de los demás”. Alto coraje y alta consideración, poder escuchar, comprender empáticamente, pero también afrontar las cosas con coraje.

De esta forma quiero mostrar nuestro servicio como una “Victoria pública” ya que significa el éxito en la interacción efectiva que genera resultados beneficiosos para todos los implicados.

Victoria pública significa trabajo conjunto, comunicación conjunta, lograr juntos que sucedan las cosas imposibles de obtener mediante esfuerzos independientes y aislados. Y la victoria pública tiene sus raíces en el paradigma de la mentalidad de abundancia. De querer el bien para uno mismo y para los demás.

Preparación: En esta etapa debemos hacer un análisis de nuestros objetivos e intereses y de lo que queremos conseguir en la negociación. También debemos analizar cada uno de los intereses de la otra parte y de qué manera argumentará sus intereses para nosotros poder compensar sus necesidades.

Por ejemplo: Si nosotros le ofrecemos materia prima (material pet reciclado, embalado en paquetes de 10 kilos y nuestro cliente tiene un proveedor que le ofrece en paquetes de 20 kilos que le generan menos costos de transporte y disposición dentro de la empresa, nosotros debemos poder suplir esa necesidad ofreciéndole ese mismo tipo de embalaje y si es posible un poco más.

Nuestra propuesta se basará en lo siguiente:

La propuesta con los socios clave se basará en una estrategia sensorial visual mezclado con estrategias exactas de comunicación, tal cual como se describe a continuación:

Es esencial que la empresa salga del esquema de mercadeo que hoy gestiona y direccionarlos a la luz de la neurociencia, es decir, que las marcas que representará (alianzas claves), manejen patrones cada vez más sensoriales, estén identificados por un punto visual llamativo y característico, un sonido específico (slogan), y tengan características diferenciales claves al tacto en los productos que se manejen. Otro factor fundamental para este cambio en las estrategias de marketing es el enfoque en el aspecto social, eje importante en el rumbo de la toma de decisiones, donde se desarrollen estrategias que contribuyan a que los consumidores las sigan y las elijan, por ello se debe volcar a una estrategia de “Me Selling Proposition” (MSP), enfocado en el consumidor. Conocer a los consumidores puede llegar a ser usado de forma negativa por las empresas, para llevarlos “obligadamente” a comprar a través de estímulos sensoriales. Sin embargo, es importante que sean los mismos clientes los que conozcan el hecho de que la neurobiología se está usando con fines comerciales. “Los consumidores no están conscientes de por qué toman sus decisiones. Nadie ha escrito sobre eso porque es controversial, pero hay un límite que es la ética”, dice Lindstrom. Por eso, se indica que es importante que conozcan ese tipo de estrategias publicitarias. Para vender productos de calidad, adquirir reconocimiento y diferenciación en la mente del cliente, etc.”. Es entonces donde la empresa de reciclaje debe decidir qué tipo de estrategias que van a tomar y cuáles son o no apropiadas. Pero el consumidor es el que va con carácter evaluador, ellos son los que ponen finalmente el freno y escogen de acuerdo con lo encontrado.

Nuestro objetivo como empresa proveedora de materia prima secundaria es ofrecer al cliente el mejor producto, con el precio justo, de buena calidad y de la manera más adecuada para su empresa en cuestiones de empaque, tiempos y secuencia de entrega, plazos y financiamiento de pagos, entre otros.

Ofrecer buena atención y trato adecuado a nuestro cliente antes, durante y después de la negociación, ofreciéndole retroalimentación de su proceso para que pueda solicitar cambios o mejoras en el proceso

Nuestros intereses como empresa proveedora son:

- ✚ Lograr una negociación colaborativa y posterior cierre de contrato de compraventa.
- ✚ Concretar un precio que beneficie económicamente a nuestra empresa.
- ✚ Concretar un contrato en el que los plazos y tiempo de entrega sean adecuados a nuestra labor de recopilación, tratamiento y disposición del material reciclado.
- ✚ Lograr la forma de pago más benéfica para nuestra empresa.
- ✚ Concretar la venta de la mayor cantidad de producto ofrecido.
- ✚ Lograr una alianza estratégica a largo plazo, beneficiosa para las dos partes.
- ✚ Lograr costos competitivos y ajustarse a los períodos de entrega solicitados por el cliente.

Contacto inicial: Se realizará un contacto inicial por medio de nuestras redes de comunicación (página de Facebook, web, redes sociales) en el que se le tomarán datos de contacto e información principal para poder contactarlos por medio telefónico y por correo inicialmente, enviándole información sobre nuestros servicios y productos ofrecidos.

Posteriormente se organizará una reunión física con la persona encargada de la evaluación de proveedores para mostrarle nuestra carta de presentación en la que se ofrecerán nuestros servicios para que pueda haber una cita de negociación.

Desarrollo: En la etapa inicial de la negociación se pondrán en práctica las estrategias y tácticas negociadoras demostrando al cliente que tenemos el conocimiento y la materia prima de mejor calidad para el desarrollo de sus actividades, y que seremos parte de su cadena de valor para poder cumplir con sus objetivos empresariales. La estrategia será de “Yo Gano, Tu Ganas”,

establecemos nuestro servicio en términos de “colaboración”, no solo para que ganemos un ingreso o para generarle un ahorro a nuestro cliente, le contagiamos la idea de que todos ganamos y se lo hacemos ver notablemente, para que así mismo el cliente quede satisfecho con el acuerdo.

La idea es proponer a “Agüita” como el simbolismo que representa la transparencia del agua, junto con los audios agradables que proporcionen sensación de bienestar o recordación, y es solo eso, caricaturas de una gota de agua reciclando, o diciéndote, que ella llega a limpiar tu casa y tu vida.

Si no cuentas con tiempo para reciclar o disponer correctamente de tus residuos “Agüita lo hará por ti de forma sencilla, rápida, y responsable”. Así salvas al mundo y les aseguras un futuro a tus hijos.

Y así ofrecer nuestro servicio.

Es muy importante hacerle creer al cliente de la buena y exaltante labor que hace al contratar nuestro servicio y reciclar, y por ende convencerlo y retenerlo, para asegurar fidelidad y generar lealtad, por un servicio haciéndolo ver más como un gran valor.

El cliente decide desde lo emocional y justifica a través de la razón, la clave para acceder a las emociones, sensaciones e instintos se encuentra en la estimulación de aquellas áreas más fuertes y se evalúa bajo estándares perceptivos como tiempo, solución y contacto.

La comunicación de los socios claves hacia los clientes beneficiará a ambas partes, ya que los socios disfrutarán de una publicidad constante evidenciada en rentabilidad económica y nuestra empresa, ya que gracias al convenio con los socios aliados será un factor atractivo y de interés para muchos clientes potenciales.

Debemos convencer al cliente de que no hay trato, si no podemos encontrar una solución que beneficie a ambas partes. Creándole expectativas, podremos establecer el contrato. Buscar y

emprender juntos una tarea particular, porque es obvio que nuestros valores o nuestras metas van en direcciones conjuntas.

Es mucho mejor comprenderlo desde el principio, y hacérselo notar la cliente, no más adelante, cuando las expectativas creadas lleven a la desilusión de todas las partes.

Presentaremos nuestras propuestas ofreciéndoles una justificación a estas.

La contraparte nos argumentara sus necesidades y tratará de persuadirnos para que cumplamos sus intereses, pero es aquí en donde nosotros como empresa proveedora, le mostramos nuestros argumentos del por qué somos la mejor opción dentro de un grupo específico de proveedores, dándoles la información sobre nuestros productos, que suplen sus necesidades; en este momento estaremos intercambiando información, aprovechando la información recopilada en el análisis de sus actividades que nos permitió en la etapa de planeación, preparar estrategias para mediar opiniones con el cliente, para llegar a un acuerdo con las empresas que requieren de nuestros productos, indicándoles los beneficios que pueden obtener con el uso y consumo de material reciclado que ayuda al planeta y a familias de escasos recursos, quienes trabajan en PET CICLAR; discutiremos sus propuestas de manera tal que podamos influir sobre él para persuadirlo y convencerlo de llegar a un acuerdo en el que ambas partes lleguemos a nuestra P.M.F (Posición Más Favorable) de negociación así podremos llegar a cerrar un contrato.

Concreción: Estando en este punto ya tenemos la información necesaria para negociar, ahora debemos concretar las cantidades de materia prima demanda, acordar los precios, la forma de pago, financiación, secuencia de entregas, entre otros.

En este momento debemos mostrarnos seguros de que el negocio se cerrará para dar credibilidad al cliente y ofrecerle confianza en que está haciendo lo mejor para su empresa haciendo un acuerdo con nosotros, si nuestra propuesta es adecuada para el desarrollo de su actividad, seguramente hará un acuerdo con nosotros, si es necesario le diremos que se tome un descanso

para que analice las ventajas de contratar con nosotros, ya que estamos seguros de que este tiempo no nos perjudicará porque aplicamos las mejores estrategias.

Acuerdo: Este es el final del proceso de negociación; se cerrará el acuerdo firmado un contrato de compraventa bilateral en el que ambas partes se obligan a cumplir unas responsabilidades.

Nosotros como proveedores nos obligamos a suplir las necesidades en cuanto materia prima solicitada y acordada en el documento y todo lo demás acordado y la contraparte se obliga a cumplir con los pagos acordados por la prestación de nuestros servicios y materia prima demandada.

Plantilla CANVAS

Key Partners - Socios Clave	Key Activities - Actividades Clave	Value Propositions - Propuestas de Valor	Customer Relationships	Customer Segments - segmentación de
<p>Los aliados serán estratégicos, especialmente aquellos que estén comprometidos con actividades de bienestar social y cuidado del medio ambiente; también serán los encargados de brindar los beneficios a todos los futuros clientes externos. Tendremos también participación distrital y/o del gobierno quienes aportarán con ayudas económicas o beneficios de inclusión en programas relacionados con temas ecológicos en beneficio de la población de la localidad. Compañías que ofrezcan servicios de reciclaje y recuperación de medio ambiente y compañías que necesiten servicio de reciclaje como selección y separación de materiales. La finalidad es un trabajo integrado con los aliados para beneficio de los clientes buscando el bienestar social, una dependencia económica rentable y sustentable, y reducción del daño ambiental. Por ejemplo: Proveedores, comerciantes de la localidad de Kennedy. Aliados, empresas dedicadas a la transformación de materiales reciclables; empresas de fabricación de casetones, tableros, aglomerados; empresas de reciclaje de vidrio; Fábricas de productos industriales, fábricas de materiales para obra civil. Alcaldía de la localidad de Kennedy. Madres cabeza de hogar, recicladores informales. JAL de localidad, Colegios de la zona con participación voluntaria de sus estudiantes y familiares. Supermercados Éxito-Cafam; almacenes de ropa y zapatos (comercio en general). Conjuntos Residenciales. Centros Comerciales de la Localidad.</p>	<p>Atención al cliente tanto interno como externo; asesoría en el diseño de su chut de basuras y capacitación de su personal para la selección del material: plástico, madera, vidrio componentes orgánicos, y desechos peligrosos.</p> <p>Generar confianza ante la comunidad a través de acciones sociales y ecológicas; esto se logra con compromiso tanto social como el de nuestro personal entrenado quienes serán las estrellas del proyecto. Aprovechamiento de los diferentes espacios de la localidad. Soluciones integrales para el aprovechamiento de los residuos orgánicos e inorgánicos.</p> <p>Eventos de capacitación y concientización en juntas de acción comunal, Unidades de trabajo de la localidad de Kennedy y colegios públicos y privados.</p>	<p>Ofrecemos bienestar social y calidad laboral contribuyendo al cuidado y sostenibilidad del medio ambiente. En donde, a través de acciones humanas individuales y de calidad, se brinda a la sociedad un ejemplo innovador y de cambio radical.</p> <p>Mejoramiento del medio ambiente mediante el reciclaje. Y ejemplo de superación personal a través de las madres comunitarias. Este proyecto social busca satisfacer varias problemáticas presentes en la localidad y satisfacer algunas necesidades con los valores agregados como: Recolección selectiva de material útil para la transformación, transporte y disposición adecuados y trabajo articulado con los socios aliados. Transformación y reincorporación al ciclo productivo. Acceso a incentivos y/o beneficios económicos.</p> <p>Incentivar a ampliar los espacios de recolección. Promover y mantener técnicas de aprovechamiento. Asesoría en la implementación de canecas de colores para facilitar la recolección del material y luego ser llevado a los centros de acopio.</p> <p>Generación de empleo para madres cabeza de hogar. Ubicación de máquinas recolectoras en puntos estratégicos como centros comerciales, colegios, alcaldía y/o sitios de gran afluencia peatonal.</p> <p>Capacitación para la formación de líderes ambientales.</p>	<p>Generar vínculos de confianza para lograr adquirir aceptación social para luego dar por establecido la veracidad y efectividad del proyecto. Llevar al cliente un sentido de pertenencia por el medio ambiente y que sienta que realiza un aporte a la recuperación del mismo. Tener campañas de reciclaje en zonas específicas para realizar trabajo social con la comunidad. Hacer parte de los programas de responsabilidad social de las empresas procesadoras. Se realizarán acciones como: identificación de los clientes y redes de comunicación. Info por internet, televisión, folletos, voz a voz; fortalecimiento de los procesos de gestión de residuo sólidos. Autoservicio para recambio de material reciclable. Talleres de capacitación y concientización de la población; relación de confianza. Entregas y pagos oportunos por comercialización de productos elaborados.</p>	<p>Crear un objeto social, cuyo propósito principal es el bienestar social y de la comunidad a través de diferentes acciones sociales con personas únicas e independientes como lo son las madres cabeza de hogar, haciendo de éste su nuevo proyecto de vida acompañado de la creación de bienestar para la comunidad. Empresas que deseen hacer capacitaciones de reciclaje y selección de materiales. Clientes internos - aliados; ejemplo: círculo de unidades comerciales ubicadas geográficamente en zonas estratégicas de la localidad de Kennedy como lo son, algunos locales de centros comerciales; almacenes de cadena como Éxito, Colsubido y entidades prestadoras de servicios públicos como Cades, supercades y estaciones de gasolina, entre otros. Y clientes externos, todos los habitantes residentes y transeúntes de la localidad mayores de 10 años de edad. Se pueden segmentar también en grupos ya establecidos como: empresas, barrios de la localidad de Kennedy, parques, centros comerciales. Comerciantes, conjuntos residenciales. Empresas dedicadas a recibir material reciclado para transformarlo en un nuevo reutilizable. Empresas de plástico, de papel, vidrio, etc.</p>
Cost Structure			Revenue Streams	
<p>Los costos iniciales serán los administrativos y de talento humano, ya que son los gastos iniciales más significativos del proyecto. También contará con ingresos y aportes distritales. Adquisición del sitio de acopio, módulos dispensadores y receptores del material reciclado, material impreso publicitario, pago de servicios públicos, pago de impuestos y adquisición de algunos tipos de maquinaria para manejo y organización del material recopilado y destinado para la venta. Ejemplo de algunos costos fijos: Gastos mensuales: Gerente Sueldo \$1,200,000. Contador Sueldo \$784,400. Secretaria e informadoras, atención telefónica, sueldo \$784,400. Operadores y clasificadores Sueldo \$784,400 C/uno. Recolectores Sueldo \$784,400 a los que estén vinculados a la empresa y a los externos se les pagará por kilogramo que nos provean. Luz \$80,000. Mantenimiento preventivo maquinaria 2 veces al año, \$ 1.650.000. Pago de transporte a empresas contratadas \$578.000 cada camión, son dos; entre otros. Maquinaria: Bascula electrónica \$1,200,000. Compactadora embaladora \$14,000,000. Canecas recolectoras se propone que cada proveedor comercial las compre para su uso personal "Punto ecológico 3 canecas" \$150,000. Los módulos recolectores se fabricarán con material reciclable, para menor costo \$500,000, carros recolectores \$250,000 Muebles y enseres: escritorio \$235,000 X2, silla para escritorio \$69,000 X2, computador \$1,150,000X2, impresora \$250,000, papelería \$100,000.</p>			<p>Los ingresos dependerán directamente de las empresas recicladoras de cada material. De las pautas publicitarias que se le otorgue a los clientes aliados. Formas de pago a través de transacciones bancarias con sus respectivos soportes legales. Las ventas tendrán listas de precios en donde se manejan a corde con el volumen de material captado. Patrocinadores que deseen invertir en servicio social. Financiación con fondos de emprendimiento. Capital personal (efectivo o tarjeta de crédito). Compra y venta de material reciclable a empresas dedicadas a la transformación de materiales reciclables. Rentabilidad del negocio. Asesoramiento a través de seminarios y planes de recolección de residuos reciclables.</p>	

Conclusiones

El emprendimiento es un ejemplo de superación para cada una de las personas, animarse a emprender un proyecto social genera beneficios para todos, lo que nos lleva a impulsar nuestra sociedad como una comunidad sostenible en la que nos ayudemos unos a otros; durante el desarrollo nos apropiamos de las bases necesarias para ser emprendedores sociales con lo que hemos adquirido un compromiso social que nos beneficia a nosotros mismos como personas individuales que vivimos dentro de una comunidad en la que seremos líderes con vocación y motivación para ser emprendedores, además de poder acompañar a futuros emprendedores sociales. (Luz Gómez)

Puedo decir que la idea del proyecto de una PYME de Reciclaje con Madres Cabeza de Familia, es bastante llamativa, el trabajo que puede generar es incluyente y favorece a la comunidad y por ende a los pequeños grupos en alto estado de vulnerabilidad primordialmente, que es lo que se busca; atender y/o resolver la anhelada solución a la llamada problemática social, *“Falta de concientización para crear una buena cultura del reciclaje”*. Se cuenta con toda la actitud lo cual es muy importante; las capacitaciones se pueden brindar de forma sencilla y accesible, se da la oportunidad de estar innovando constantemente, se cuenta con el grupo y gente idónea para concretarlo. Solo falta el inicio nada más. (Andrea Contreras)

Con el desarrollo del anterior trabajo podemos concluir que el modelo Canvas permite organizar de manera lógica la operatividad en la que nuestra empresa crea valor. Nos ayudó a identificar ese sinnúmero de cosas que pueden faltar o sobrar en el proceso de creación de cualquier tipo de proyecto, o como en éste caso un emprendimiento social; Nos ayuda a identificar muchas cosas importantes como lo son, el tipo de personas que pueden participar, la cantidad de socios con los que se puede contar, el límite de acciones que se pueden realizar, y el mínimo de costos y dinero con lo que se debe contar. Todas estas fortalezas y debilidades son reflejadas en una muy sencilla y útil herramienta llamada lienzo canvas que convirtieron éste proyecto un reto de emprendimiento social. Todos los aspectos desarrollados en el lienzo, actuaron como red de apoyo en la sustentación del proyecto, pues estos influyeron en la toma de decisiones y de las actividades del proyecto; finalmente estamos trabajando con seres humanos, susceptibles y con derechos a la libre

expresión. Fue un proceso con muchos retos y diferentes formas de pensar, pero finalmente se logró cumplir con el propósito inicial y se pudo trabajar de una adecuada forma colaborativa. (Sofía Carrillo)

Además de luchar contra la contaminación ambiental, por medio de la creación de este proyecto PYME pretendemos ser una fuente generadora de empleo, lo cual nos convierte en un foco importante de atención y acción con el fin de integrarnos en el desarrollo nacional. Al fomentar que toda una comunidad desee integrarse estamos creando no solo conciencia ambiental sino oportunidades de empleo para personas de escasos recursos como también estamos aportando al desarrollo de prácticas sociales más estables, en donde cada habitante sienta que pertenece a la comunidad y que puede transmitir y recibir a su vez conocimiento y confianza a todo el que lo necesite. (Carolina Murillo.)

Bibliografía

Alfaro, M. & Segura, C. (2013). Motivarse a emprender (video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Q8L7K3koLyI>

Colombia Joven, (2014). *Innovación social* (video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=MKFltzF6ToA>

Crea Business Idea. (2011). Que es la creatividad. En *Manual de la creatividad empresarial* (pp. 7-10) Recuperado de http://www.creabusinessidea.com/test_g30/modulo_noticia_2.01/panel/tmp/ficha_172_1.pdf

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>

Auletta, N. & Puente, R. (2010). Que hace a un emprendedor innovador. *En debates EISA* 15 (2). p. 28-33. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=52818842&lang=es&site=ehost-live>

García, F. (2012). Innovación. *En Concepto sobre innovación* (P 2-24). Colombia: Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería. Recuperado de http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf

Hood vision. (2012). Que es innovación (video). Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=m2EuvrKtPe0>

Ruta N. (2016). Que es innovación (video). Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=DIQY4GuNqQQ>

TEDx Youth. (2014, Junio 17) El ADN de los innovadores: Julian Melo en TEDxYouth@CSC

(video). Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=a2v0xqZ_vf8

OVI Unidad uno Creatividad e innovación

Mejía, A. (2017). Creatividad e innovación. Colombia. Recuperado de:

<http://hdl.handle.net/10596/12449>

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/>

Edumarketing (2005). Guía para elaborar un plan de marketing. Recuperado

de <http://educamarketing.unex.es/Docs/guias/gu%C3%ADa%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20de%20marketing.pdf>

Fornelli A. & Sánchez J. (2013). Branding para pequeña y mediana empresa. Recuperado

de <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/183/177>

Rodríguez A. (2013). Fundamentos de mercadotecnia. Antología (pp. 97 – 129). Recuperado

de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1364/plan-mercadotecnia.html>

Increta (s.f). Que es y para qué sirve inbound marketing. Recuperado de

http://ebooks.increta.com/que_es_y_para_que_sirve_inbound_marketing_06092013.pdf

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

http://www.formacionventures.com.co/sites/default/files/herramientas/estrategia-de-inbound-marketing_0.pdf

Mejía, A. (2017). Gestión del Marketing. Colombia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10596/12451>

Aramayo O. (s.f.). Manual de Planificación Estratégica (pp. 58 -76). Recuperado de <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbXhZcm9jYXN0aWxs211bm96fGd4OjJhZmEzOTIyMjZmYjdlMDU>

Capriotti, P. (2009). Branding Corporativo: Fundamentos para la Gestión Estratégica de la Identidad Corporativa. Chile: Colección de Libros de la Empresa. Recuperado de <http://www.analisisdemedios.com/branding/BrandingCorporativo.pdf>

Halligan, B., & Shah, D. (2009). Inbound marketing: get found using Google, social media, and blogs. Recuperado de <http://cdn2.hubspot.net/hub/53/file-13201337-pdf/docs/hubspot-midnight-madness-webinar-dharmesh-june-2010.pdf>

Leal, A. (2013). Manual de Marketing y Comunicación Cultural (P. 13-32) Recuperado de http://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=bbcef014f1c7ea35031942a22bcf86bd&idioma=EU

Azti Tecnalia. (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) (P. 21-31). Recuperado de <http://www.cesa.edu.co/Pdf/El-Cesa/22.ACCIONES-Y-PRaCTICAS.pdf>

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

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

EOI Escuela de Organización Industrial. (2015). Cómo elaborar un plan de marketing digital. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=I7iSEW5uqeY>

Junta de Castilla y León. (2012). Marketing Digital para Pymes (P. 97-107). Recuperado de <http://www.cyldigital.es/sites/default/files/library/guiamarketingdigital.pdf>

Merodio, J. (2010) Marketing en Redes Sociales: Mensajes de empresa para gente selectiva (P. 59-66). Recuperado de http://www.apatgn.org/c/document_library/get_file?uuid=1fbd3475-a083-4e55-a28b-657cf2030576&groupId=10198

Moshini, S. (2012). Claves del marketing Digital (P. 9-15). Recuperado de: <http://www.intuic.com/intuic/Frontend/pdf/Claves-del-Marketing-Digital.pdf>