

ECOLOGIC BOX!



Cuida, Salva ¡Protege tu Futuro!

Presentado por:

Catherine Vanessa Daza Bermeo c.c 1.022.999.514

Yessica Beatriz Márquez Hernández c.c 1.033.760.729



INDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. MARCO LEGAL	5
3. PENTAGONO	6
3.1. Cliente	6
3.2. Condición Especial.	6
3.3. Grafica.	6
4. ANALISIS DEL SECTOR	8
4.1. Perfil del cliente	8
4.2. Matriz DOFA	8
5. ESTUDIO DE MERCADO	10
5.1. Segmentación del mercado potencial	10
5.2. Competencia Actual	10
5.3. Los Sustitutos	12
5.3.1. Puntos Ecológicos (tres canecas):	12
5.3.2. Papelera:	13
5.3.3. Contenedores de basura:	14
5.3.4. Bolsas de basura:	14
5.3.5. Recicladores:	15
5.4 Encuesta y Tabulación	16
5.5 Estrategias de precio	27
5.6 Presupuesto de Ventas, costos y gastos	28
5.7 Unidades a Vender	29
5.8 Margen de Rentabilidad:	29
5.9 Estrategias de promoción	29
5.9.1. Redes sociales	29
5.9.2 Concursos	30
5.9.3. Regalos y obsequios	30
5.10 Estrategias de Distribución	30
5.11 Proyección de las ventas	30
6. PLANEACION ESTRATEGICA	31
6.1. Definición Idea De Negocio	31
6.2. Objetivos	33



**ECOLOGIC
BOX!**

6.2.1. Objetivo General	33
6.2.2. Objetivos Específicos	34
6.3 .Misión	34
6.4. Visión	34
6.5. Valores Corporativos	35
6.6. Pestel	35
6.7. Porter	43
6.7.1. Capacidad De Negociación Con El Cliente	43
6.7.2. Capacidad De Negociación Con Proveedores	45
6.7.3. Poder De Negociación Con La Competencia	48
BIBLIOGRAFÍA	53



**ECOLOGIC
BOX!**

1. INTRODUCCIÓN

Ecologic Box es una empresa dedicada a la producción, venta y prestación de servicios ambientales, enfocada en innovar de forma adecuada a nuestros clientes e integrar todos los procesos ambientales de tal forma que se puedan entregar soluciones rápidas y completas, según la necesidad presentada, así de esta forma satisfaciendo todas las necesidades presentadas por parte de nuestro cliente.

Nuestro portafolio de servicios es amplio, cumpliendo con las expectativas de nuestros clientes dándonos paso para ser reconocidos por nuestros servicios ambientales contribuyendo con las empresas en el cumplimiento del marco legal y en la satisfacción como tal del cliente, tanto personal como social.

Nuestra innovación tiene como ente primario la mejora continua tecnológicamente, una estrategia eficaz en la logística implementada en cada organización y un desarrollo permanente en el proceso administrativo teniendo en cuenta como orientación el factor humano como la herramienta más importante para cumplir las metas propuestas.



ECOLOGIC
BOX!

2. MARCO LEGAL

Encontramos el proyecto de acuerdo No. 071 de 2010 la cual establece: "Por el cual se exige a los centros comerciales, almacenes de cadena, grandes superficies, establecimientos institucionales, culturales y recreativos ubicados en el Distrito Capital, instalar dentro de las áreas comunes en general, "puntos ecológicos", con el fin de incentivar, motivar, sensibilizar y actuar responsablemente para reciclar todos los residuos sólidos desde la fuente"

Este determina la clasificación de los residuos, que es el reciclaje y sus beneficios, cómo contribuyen los puntos ecológicos con las basuras, entre otros temas relacionados con la generación de residuos y su adecuado manejo.



ECOLOGIC
BOX!

3. PENTAGONO

3.1. Cliente

Ecologic Box, es destinada para las medianas y grandes empresas que residan en Bogotá, a nivel privado.

3.2. Condición Especial.

Es destinado inicialmente a empresas del sector Administrativo y Financiero.

3.3. Grafica.

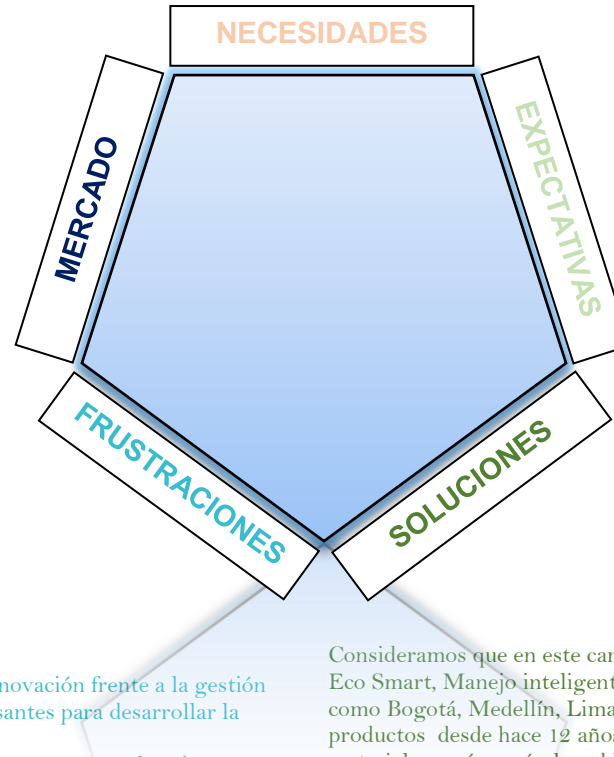
A continuación encontraremos la gráfica.

- Nosotros consideramos que nuestros clientes requieren de una asistencia ambiental la cual les dé un valor agregado para mejorar su competitividad en el mercado y suplir las necesidades y expectativas de las partes interesadas.
- Nosotros consideramos que nuestros clientes requieren herramientas empresariales de gestión ambiental con más potencial de aplicación para dar cumplimiento a los requisitos legales.
- Nosotros consideramos que nuestros clientes requieren de gestión ambiental para mejorar su desempeño ambiental, es decir, en la producción y procesos que este presenta en el desarrollo de su actividad empresarial, incorporando este tipo de ayudas que previniendo la contaminación y garantizando la sostenibilidad de la empresa.
- Nosotros consideramos que nuestros clientes requieren integración en la educación ambiental del consumo responsable como opción prioritaria, frente al reciclaje, para el desarrollo personal de los trabajadores en bienestar laboral y como eje de conciencia ecológica en los gastos de la producción realizada.

La ciudad de Bogotá que cuenta con 8´118,565 habitantes, en la localidad Santafé con 110.053 habitantes, en la UPZ las nieves con 13.773 habitantes, con un enfoque empresarial en las compañías administrativas y financieras del sector, así contribuyendo de modo eficaz y satisfaciendo las necesidades presentadas por las mismas.

En Santafé se localizan 11.252 empresas de Bogotá, equivalentes al 5%. La estructura empresarial de la localidad se concentra en el sector de los servicios (83%) y la industria (11%). En la localidad los sectores económicos en los que se encuentra el mayor número de empresas son comercio (45%), servicios inmobiliarios y de alquiler (13%), restaurantes y hoteles 11%.

La mayor parte de las empresas de Santafé se localiza geográficamente en la parte centro de la localidad, cerca de las avenidas principales, en la UPZ las nieves donde se destacan los servicios de actividades jurídicas y de contabilidad, teneduría de libros y auditoría, actividades empresariales de obtención y suministro de personal.



- Nuestros clientes requieren una caneca ambiental para distribuir como corresponde los residuos en sus canecas correspondientes, sin que ellos se equivoquen y sin tardar mucho tiempo en su clasificación.
- Nuestros clientes requieren una caneca ambiental para que los residuos no se mezclen dificultando el proceso de almacenamiento y reutilización, para crear hábitos en los ciudadanos, cuyo fin es fortalecer una cultura cívica frente a las basuras y sus efectos.
- Nuestros clientes requieren una caneca ambiental ya que distribuye correctamente los residuos que se pueden reciclar y reutilizar el cual generará a las empresa ganancias, ya que les genera remuneración económica con la venta de estos residuos reciclables y reutilizables a las empresas que se dedican al tratamiento de estos, y para ellos habrá reducción de costes asociados a la producción de nuevos bienes, ya que muchas veces el empleo de material reciclado supone un coste menor que el material virgen.
- Nuestros clientes requieren una caneca ambiental ya que promoverá y apoyará el cuidado y conservación del medio ambiente y reducirá la contaminación, puesto que este cuidado contribuirá para el futuro de las generaciones venideras.
- Nuestros clientes requieren que la caneca ambiental que contenga un mecanismo de voz, que indique el residuo ingresado a que caneca será dirigido con el fin de que estimule el adecuado ingreso de los residuos.

La principal frustración de mi cliente con Eco-Smart es la falta de innovación frente a la gestión ambiental en las empresas, ya que son muy tradicionales y no interesantes para desarrollar la idea de una gestión ambiental amable.

La principal frustración del mi cliente con CJS canecas es que no tiene cuenta con la cobertura solicitada ya que presenta instalaciones solo en Bogotá y este requiere como tal una cobertura amplia.

La principal frustración del mi cliente con los puntos ecológicos es que no son atractivos por lo tanto las partes implicadas no prestan su servicio con el medio ambiente de la forma como se debería realizar. (Uso inadecuado del producto)

Consideramos que en este campo estamos rodeados de 2 grandes competidores:

Eco Smart, Manejo inteligente de residuo, la cual se encuentra ubicada en el mercado en diferentes ciudades como Bogotá, Medellín, Lima, Buenos Aires, Panamá, costa rica, México y new york; han implementado sus productos desde hace 12 años y diseñan gran variedad de canecas según el espacio a efectuar. La calidad de sus materiales varía según la población a la que satisfacen la necesidad. Se caracteriza por su elegancia, Durabilidad, fácil uso y variedad de diseños. Se encuentra perfilado para ofrecer sus productos en grandes empresas como aeropuertos, por ello se determina que su valor en el mercado es elevado.

CJS canecas agrupa en su gremio gran variedad de compañías como Vanyplas, y rimax, se encuentra a disposición de la ciudadanía desde el año 1986, su cobertura es en Bogotá, la cual en el ámbito de Punto Ecológico, es fácil acceder a estos productos que su función permite el depósito del residuo a disposición del ser humanos, tan solo permite el ingreso del objeto por diferentes superficies, la calidad de los materiales son determinados buenos ya que en algunos productos con el pasar de los tiempos se manchan por la mismos residuos, algunas canecas se caracterizan por ser inoxidable. Y los precios se encuentran entre \$100.000 y \$1.000.000.

Nuestro producto Ecologic Box, se caracteriza por dos aspectos importantes:

Calidad de Materiales: Será elaborado en Aluminio Inoxidable.

Precio: Nuestro punto ecológico tiene un precio desde \$800.000 en adelante. Varía según el tamaño de este.

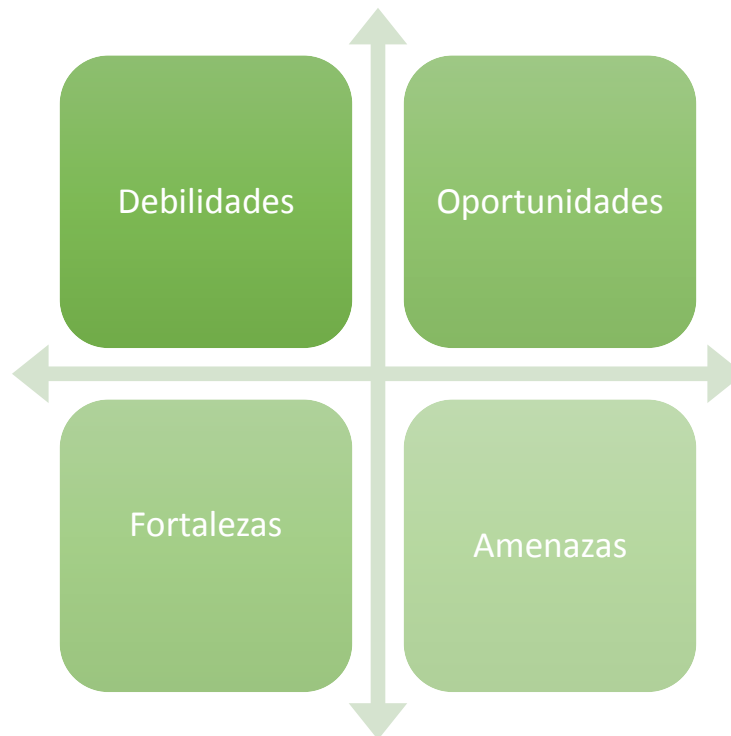


4. .ANALISIS DEL SECTOR

4.1. Perfil del cliente

Empresas dedicadas a la prestación de servicios administrativos y financieros, que se encuentran ubicadas en la localidad del Centro como se encuentra descrito en el pentágono. La cual se caracterizan por ser compañías que manejan gran variedad de residuos, que pueden ser reutilizables, como lo es el papel, plástico, y pilas ya que por su actividad económica se encuentran expuestas a tareas administrativas y no operativas, permitiendo que los empleados que pertenecen a estas organizaciones, son más adaptables a los cambios que se van generando a nivel ambiental y tecnológico, por su nivel de estudios, por ello se implementara en este mercado permitiendo una adaptación del punto ecológico para optimizar tiempos en la compañía y contribuir con el medio ambiente.

4.2. Matriz DOFA





D

Presupuesto del producto.
Baja capacidad de endeudamiento.
Bajo número de clientes
Falta de un portafolio de servicios.
Al ser una marca nueva, carece de posicionamiento en el mercado
No presenta recomendaciones en el mercado actual.
No se tiene presupuesto para publicidad masiva.
Altos costos de producción.

O

Adaptar nuevas tendencias de innovación.
Implementar un nuevo producto al mercado.
Conocimiento de los cambios que pueda generar el producto en el estudio de mercado.
Innovación de nuevos productos y mejorar los procedimientos de los actuales.
Sustituir otros productos por su versatilidad e innovación.
Clientes con una necesidad

F

Adaptación al mercado actual
Conocimiento previo del sector y sus competidores.
Se puede adquirir en todo Bogotá.
Es un producto único que ofrece características únicas.
Es un producto de evita el desgaste físico de las personas.
Ofrece capacitación que garantiza aprendizaje en cuanto al tema principal del producto

A

Implementación de un sistema mitad manual y mitad digital.
Competencia
El dólar
Incertidumbre frente al funcionamiento del producto.
Falta de inversión.
Productos sustitutos



5. ESTUDIO DE MERCADO

5.1. Segmentación del mercado potencial

La ciudad de Bogotá que cuenta con 8'118,565 habitantes, en la localidad Santafé con 110.053 habitantes, en la UPZ las nieves con 13.773 habitantes, con un enfoque empresarial en las compañías administrativas y financieras del sector, así contribuyendo de modo eficaz y satisfaciendo las necesidades presentadas por las mismas.

En Santafé se localizan 11.252 empresas de Bogotá, equivalentes al 5%. La estructura empresarial de la localidad se concentra en el sector de los servicios (83%) y la industria (11%). En la localidad los sectores económicos en los que se encuentra el mayor número de empresas son comercio (45%), servicios inmobiliarios y de alquiler (13%), restaurantes y hoteles 11%.

La mayor parte de las empresas de Santafé se localiza geográficamente en la parte centro de la localidad, cerca de las avenidas principales, en la UPZ las nieves donde se destacan los servicios de actividades jurídicas y de contabilidad, teneduría de libros y auditoría, actividades empresariales de obtención y suministro de personal.

5.2. Competencia Actual

Consideramos que en este campo estamos rodeados de 2 grandes competidores:

Eco Smart, Manejo inteligente de residuo, la cual se encuentra ubicada en el mercado en diferentes ciudades como Bogotá, Medellín, Lima, Buenos Aires, Panamá, costa rica, México y new york; han implementado sus productos desde hace 12 años y diseñan gran variedad de canecas según el espacio a efectuar. La calidad de sus materiales varía según la

población a la que satisfacen la necesidad. Se caracteriza por su elegancia, Durabilidad, fácil uso y variedad de diseños. Se encuentra perfilado para ofrecer sus productos en grandes empresas como aeropuertos, por ello se determina que su valor en el mercado es elevado.



Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">✓ Se encuentra posicionado en el mercado, ya que su trayectoria en él es amplia.✓ Sus diseños son innovadores y con una característica de elegancia.	<ul style="list-style-type: none">✓ Su público objetivo va dirigido a aeropuertos en Bogotá.✓ El precio de estos puntos ecológicos es un poco elevado.

CJS canecas agrupa en su gremio gran variedad de compañías como Vanyplas, y rimax, se encuentra a disposición de la ciudadanía desde el año 1986, su cobertura es en Bogotá, la cual en el ámbito de Punto Ecológico, es fácil acceder a estos productos que su función permite el depósito del residuo a disposición del ser humanos, tan solo permite el ingreso del objeto por diferentes superficies, la calidad de los materiales son determinados buenos ya que en algunos productos con el pasar de los tiempos se manchan por la mismos residuos, algunas canecas se caracterizan por ser inoxidable. Y los precios se encuentran entre \$100.000 y \$1.000.000.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">✓ Se encuentra posicionado en el mercado, ya que su trayectoria en él es amplia.✓ Maneja alianzas con otras organizaciones del mismo sector económico.✓ Su público objetivo es amplio en Bogotá y sus canales de distribución tiene gran peso en la ciudad.	<ul style="list-style-type: none">✓ Maneja los mismos moldes y productos con el pasar de los años, no generan ningún modelo innovador.



Nuestro producto Ecologic Box, se caracteriza por dos aspectos importantes:

Calidad de Materiales: Será elaborado en Aluminio Inoxidable.

Precio: Nuestro punto ecológico tiene un precio desde \$800.000 en adelante. Varía según el tamaño de este.

5.3. Los Sustitutos

5.3.1. Puntos Ecológicos (tres canecas):

Es destinado para la separación de los residuos sólidos, es una zona especial claramente demarcada y señalizada, compuesta por recipientes de diferentes colores que reemplazan las comúnmente llamadas canecas de basura. Tienen como objetivo incentivar, motivar y sensibilizar a las personas a actuar responsablemente en la separación en la fuente de todos los residuos sólidos que se producen.

Por Ejemplo:

- Recipiente verde: Ordinarios no reciclables. Todo tipo de envolturas de alimentos, papel sucio y engrasado, papel aluminio, servilletas y barrido,
- Recipiente gris: Papel cartón. Papel, cartón y periódicos.
- Recipiente amarillo: Aluminio y hierro. Envases de bebidas y alimentos enlatados.
- Recipiente azul: Plástico. Envases no retornables, desechables plásticos.
- Recipiente beige: Tretrapack, Son todas aquellas cajitas que se crearon por la combinación de tres compuestos cartón, aluminio y plástico,
- Bidón transparente: Baterías. Baterías D, AAA, AA y M (todo tipo de baterías).
- Orgánicos: Hueco en la tierra con tapa. Todo tipo de desecho biodegradable, cáscaras de fruta, restos de alimentos, entre otros



Este producto afecta a Ecologix Box, ya que es fácil acceder a este por su expansión y posicionamiento en el mercado, su función permite el depósito del residuo a disposición del ser humano, y su precio es asequible a los clientes.

5.3.2. Papelera:

Es un recipiente en el que se depositan papeles usados y otros desperdicios. Puede encontrarse tanto en lugares cerrados (oficinas, hogares, lugares de ocio) como en el exterior (parques, plazas, avenidas), para no generar suciedad.

Modelos de papeleras:

- Papelera de rejilla. Es un clásico entre las papeleras metálicas.
- Papeleras de pedal. Se trata de papeleras con tapa superior que se levanta al accionar un pedal con el pie. Por su higiene, son modelos característicos de los aseos.
- Papeleras con tapa abatible. Consta de una tapa frontal en posición horizontal, vertical o inclinada que es presionada por un muelle. La tapa recupera su posición inicial después del uso.

Este producto afecta a Ecologix Box, ya que es fácil acceder a este por su expansión y posicionamiento en el mercado, su función permite el depósito del residuo a disposición del ser humano, y su precio es asequible a los clientes. Adicional su tamaño permite que sea integrado a cualquier espacio que se desee.



5.3.3. Contenedores de basura:

Están dirigidos a los residuos domésticos y comerciales. Son contenedores de plástico que están pintados en diferentes colores para su sencilla identificación:

De este modo encontramos:

- Contenedor azul. Para residuos de papel y cartón
- Contenedor amarillo. Para residuos de envases de plástico y metal
- Contenedor verde. Para residuos de vidrio
- Contenedor marrón. Para residuos orgánicos
- Contenedor gris/verde oscuro. Para residuos mezclados.



Este producto afecta a Ecologix Box, ya que cuenta con un espacio amplio y se localiza en cualquier sitio, de forma que es uno de los más utilizados donde se agregan todas las basuras de las familias Colombianas para poder de ahí llevarlas al botadero correspondiente

5.3.4. Bolsas de basura:



Es una bolsa de plástico destinada a introducir en ella los residuos generados por la actividad humana cotidiana. Para mantenerla abierta y estable, la bolsa de basura se coloca en un recipiente rígido y descubierto ajustando los extremos a sus laterales.

La bolsa de basura ha sido tradicionalmente de colores preferentemente oscuros: negro, gris o azul marino. Sin embargo, la implantación de la recogida selectiva de basura ha impulsado la comercialización de diversos colores - amarillos, azules, blancas, etc.



Este producto afecta a Ecologix Box, ya que cuenta con un valor asequible y son primordiales a la hora de recoger residuos, botar basuras, recoger escombros etc. Siendo así como los mas utilizados para la gestión ambiental en las empresas y en general en el cotidiano diario de las personas.

5.3.5. Recicladores:

Son personas que realizan el oficio de recolectar, seleccionar, recuperar, transformar, comercializar y reutilizar los residuos sólidos, recorriendo calles en busca del material que la comunidad desecha.



Este producto afecta a Ecologix Box, debido a que es una de las más importantes labores realizadas ya que se encargan manualmente de separar los residuos y su valor es bajo frente a otros tipos de manejo de residuos.



5.4 Encuesta y Tabulación

A continuación se presentan las respuestas de la encuestas realizadas en el sector de las nieves el día 21 de abril, se les pregunto a los trabajadores de distintas empresas que se encuentran situadas en este punto, esta se realizo desde las 10:00 am hasta 1:00 pm donde la cantidad aplicada fue de 15 trabajadores.

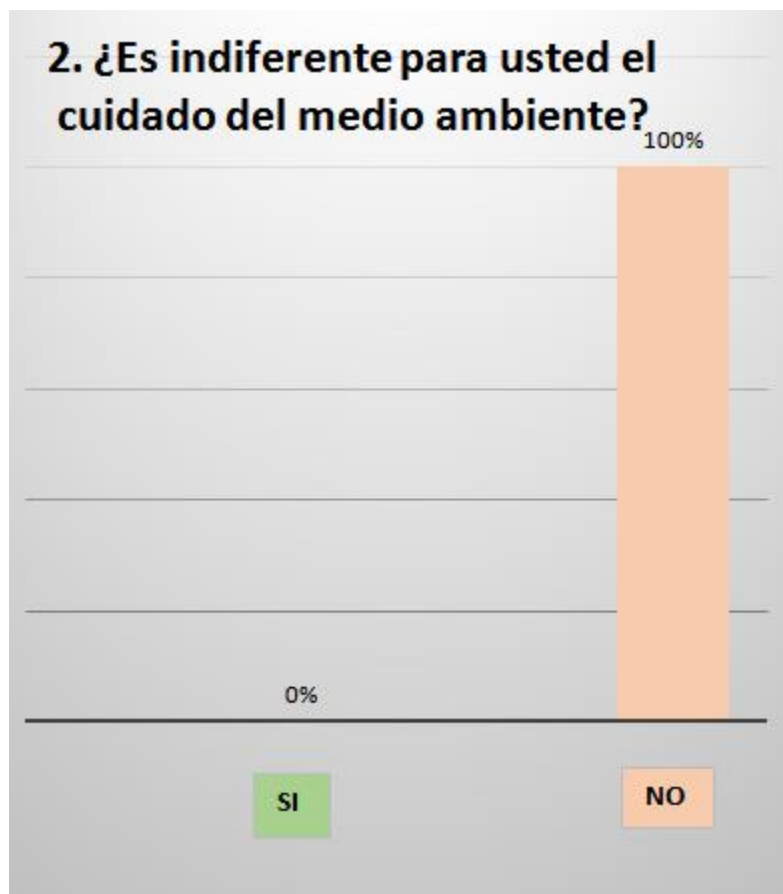
ECOLOGIC BOX!						
1. Usted como empresa adquiriria nuestro producto		RESPUESTA				POBLACION TOTAL
a. si _____	b. no _____	Si	93%	No	7%	15
Porque: las mayoría de respuestas hacen referencia a la innovacion que presenta el producto y como puede llegar a dar solucion a muchas problematicas ambientales que se presentan hoy en dia, de la misma forma traen a colación la sostenibilidad empresarial ambiental.						





A continuacion se presentan las respuestas de la encuestas realizadas en el sector de las nieves el dia 21 de abril, se les pregunto a los trabajadores de distintas empresas que se encuentran situadas en este punto, esta se realizo desde las 10:00 am hasta 1:00 pm donde la cantidad aplicada fue de 15 trabajadores.

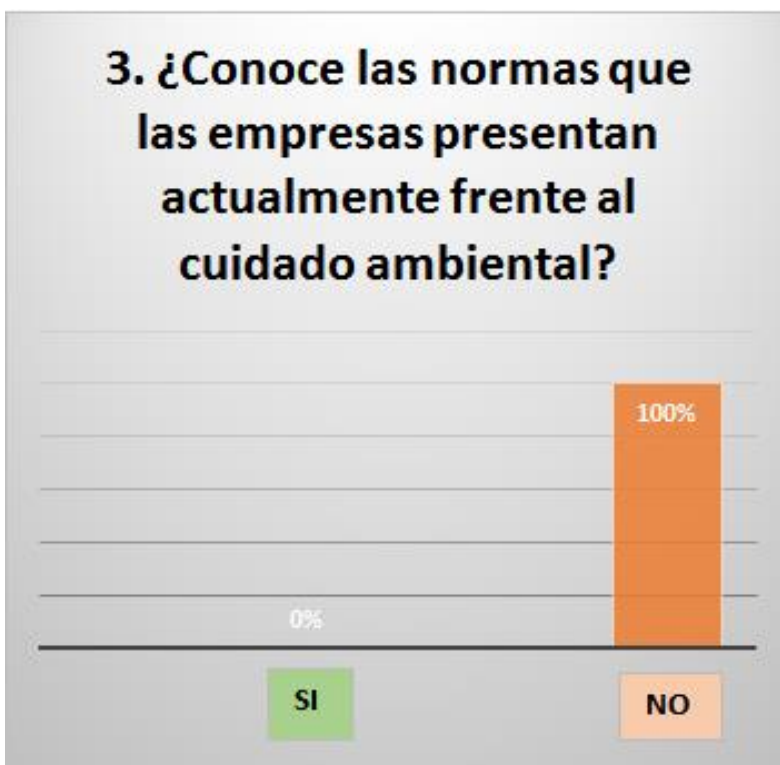
ECOLOGIC BOX!						
2. ¿Es indiferente para usted el cuidado del medio ambiente?		RESPUESTA				POBLACION TOTAL
a. si ____	b. no ____	Si	0%	No	100%	15





A continuación se presentan las respuestas de la encuestas realizadas en el sector de las nieves el día 21 de abril, se les pregunto a los trabajadores de distintas empresas que se encuentran situadas en este punto, esta se realizo desde las 10:00 am hasta 1:00 pm donde la cantidad aplicada fue de 15 trabajadores.

ECOLOGIC BOX!					
3. ¿Conoce las normas que las empresas presentan actualmente frente al cuidado ambiental?		RESPUESTA			POBLACION TOTAL
a. si ____	b. no ____	Si	0%	No	100%
Cuales: La mayoría de encuestados no respondieron esta pregunta					





A continuación se presentan las respuestas de la encuestas realizadas en el sector de las nieves el día 21 de abril, se les pregunto a los trabajadores de distintas empresas que se encuentran situadas en este punto, esta se realizo desde las 10:00 am hasta 1:00 pm donde la cantidad aplicada fue de 15 trabajadores.

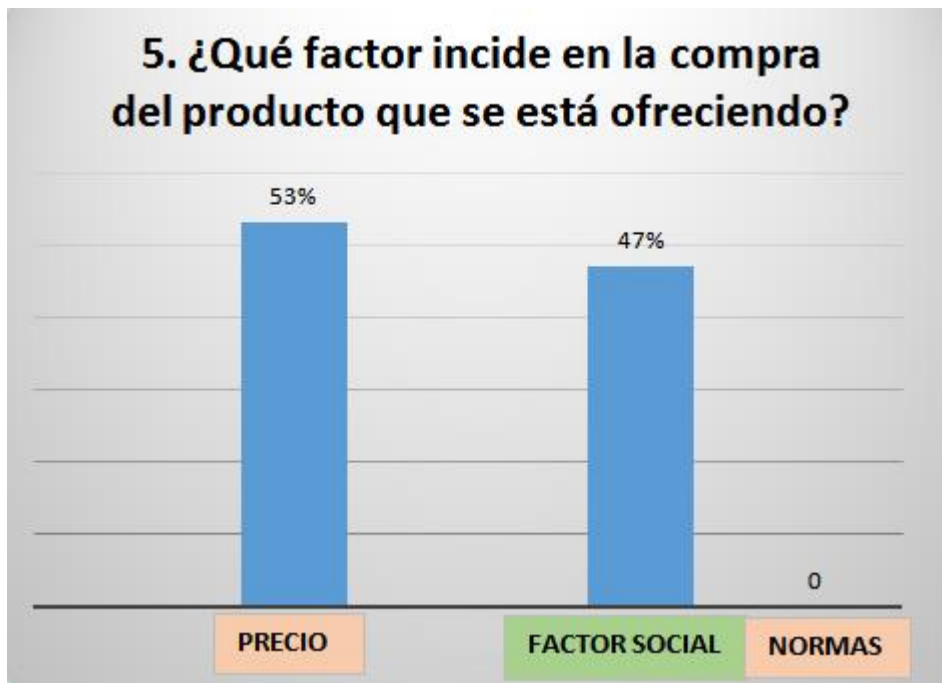
ECOLOGIC BOX!								
4. ¿Qué le llama más la atención frente a un producto innovador? Puede escoger más de una opción.				RESPUESTA				POBLACION TOTAL
a. Diversión	b. Experiencia	c. Calidad	d. Facilidad	2	5	7	11	15





A continuación se presentan las respuestas de la encuestas realizadas en el sector de las nieves el día 21 de abril, se les pregunto a los trabajadores de distintas empresas que se encuentran situadas en este punto, esta se realizo desde las 10:00 am hasta 1:00 pm donde la cantidad aplicada fue de 15 trabajadores.

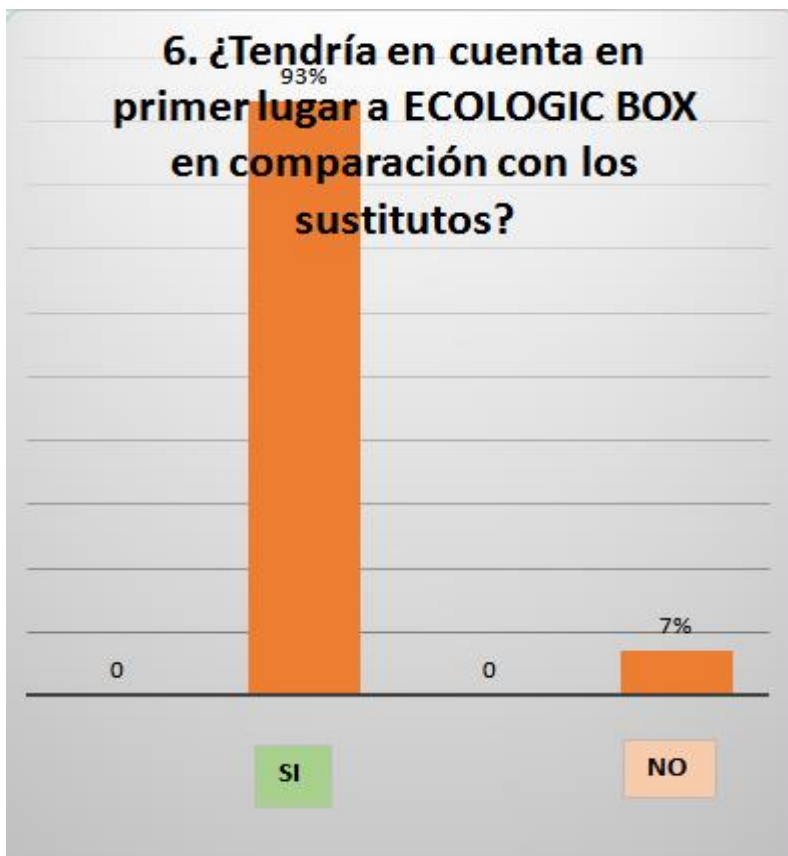
ECOLOGIC BOX!						
5. ¿Qué factor incide en la compra del producto que se está ofreciendo?			RESPUESTA		POBLACION TOTAL	
a. precio	b. factor social	c. normas establecidas	8	7	0	15





A continuación se presentan las respuestas de la encuestas realizadas en el sector de las nieves el día 21 de abril, se les pregunto a los trabajadores de distintas empresas que se encuentran situadas en este punto, esta se realizo desde las 10:00 am hasta 1:00 pm donde la cantidad aplicada fue de 15 trabajadores.

ECOLOGIC BOX!						
6. ¿Tendría en cuenta en primer lugar a ECOLOGIC BOX en comparación con los sustitutos?		RESPUESTA				POBLACION TOTAL
a. si ____	b. no ____	Si	93%	No	7%	15

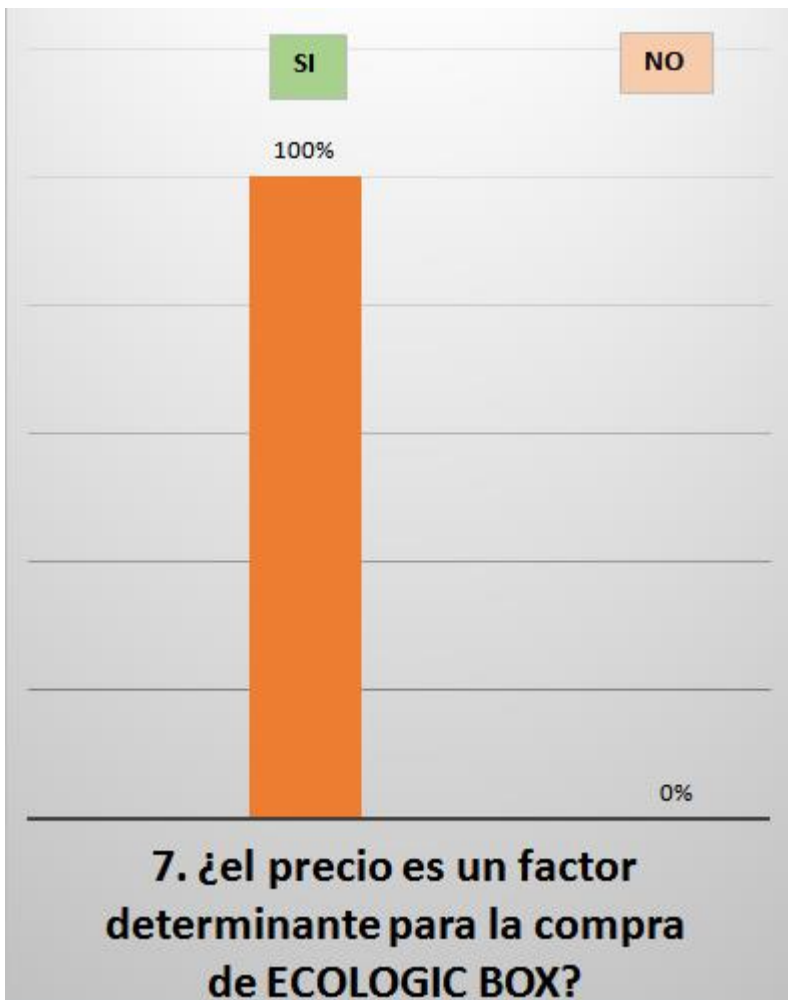




A continuación se presentan las respuestas de la encuestas realizadas en el sector de las nieves el día 21 de abril, se les pregunto a los trabajadores de distintas empresas que se encuentran situadas en este punto, esta se realizo desde las 10:00 am hasta 1:00 pm donde la cantidad aplicada fue de 15 trabajadores.

ECOLOGIC BOX!

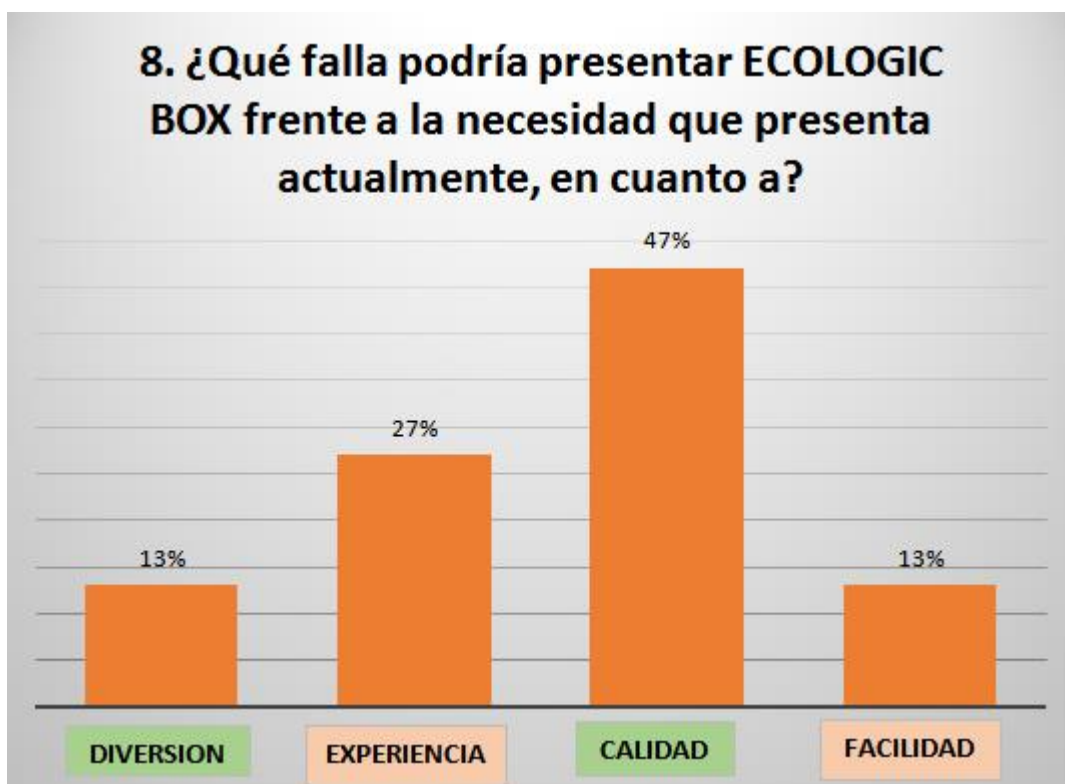
7. ¿el precio es un factor determinante para la compra de ECOLOGIC BOX?		RESPUESTA				POBLACION TOTAL
a. si ____	b. no ____	Si	100%	No	0%	15





A continuación se presentan las respuestas de la encuestas realizadas en el sector de las nieves el día 21 de abril, se les pregunto a los trabajadores de distintas empresas que se encuentran situadas en este punto, esta se realizo desde las 10:00 am hasta 1:00 pm donde la cantidad aplicada fue de 15 trabajadores.

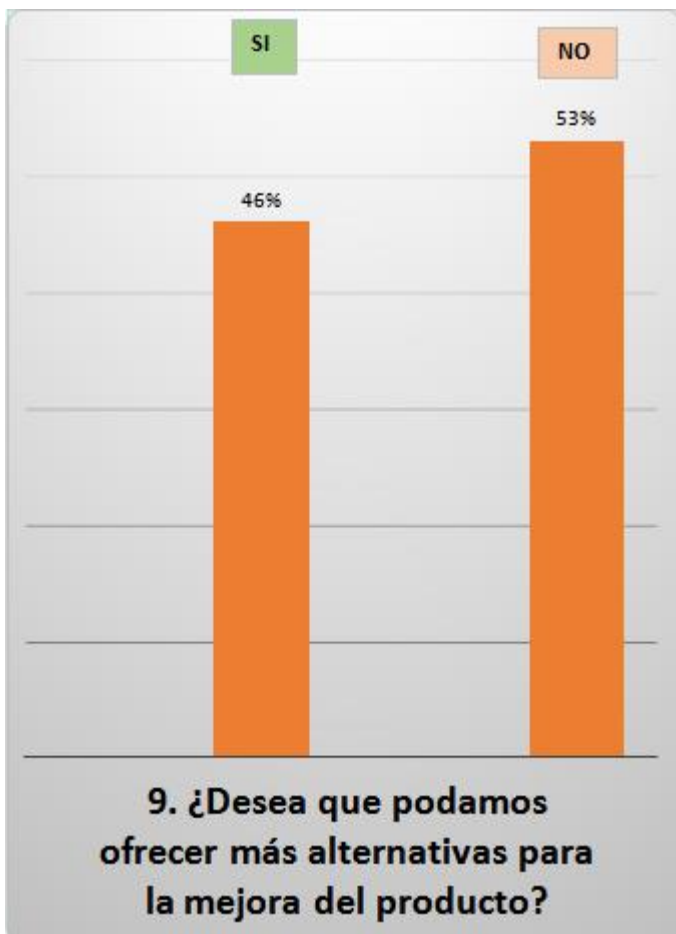
ECOLOGIC BOX!								
8. ¿Qué falla podría presentar ECOLOGIC BOX frente a la necesidad que presenta actualmente, en cuanto a?				RESPUESTA				POBLACION TOTAL
a. Diversión	b. Experiencia	c. Calidad	d. Facilidad	2	4	7	2	15





A continuacion se presentan las respuestas de la encuestas realizadas en el sector de las nieves el dia 21 de abril, se les pregunto a los trabajadores de distintas empresas que se encuentran situadas en este punto, esta se realizo desde las 10:00 am hasta 1:00 pm donde la cantidad aplicada fue de 15 trabajadores.

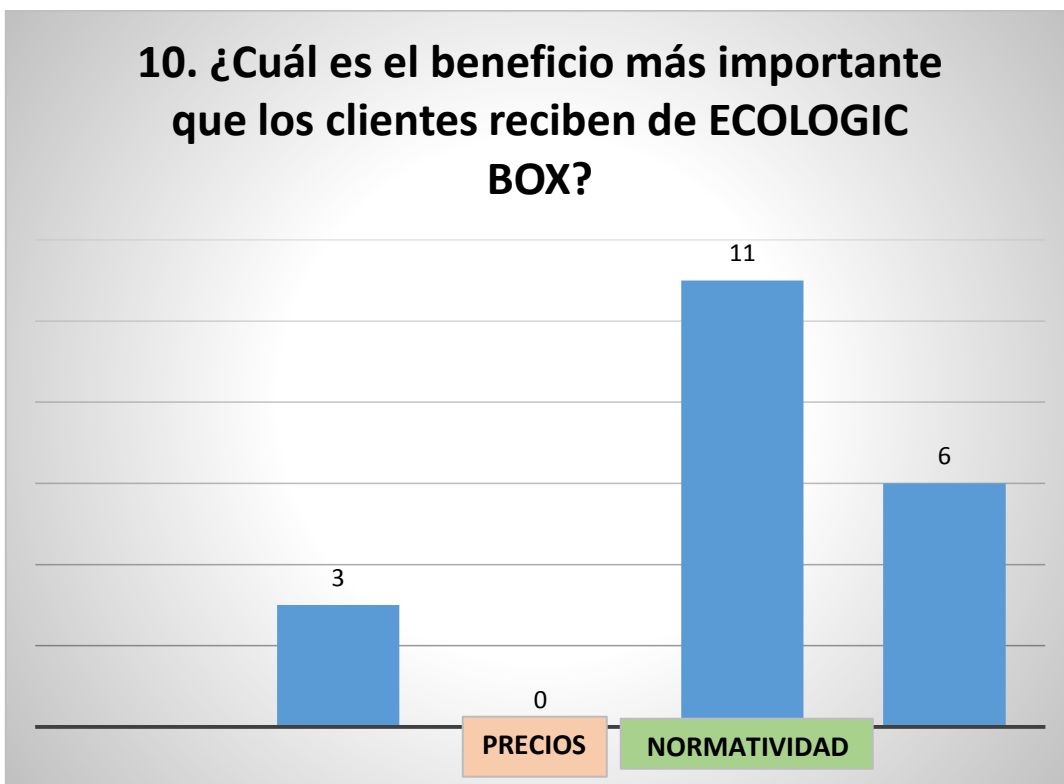
ECOLOGIC BOX!						
9. ¿Desea que podamos ofrecer más alternativas para la mejora del producto?		RESPUESTA				POBLACION TOTAL
a. si ____	b. no ____	Si	46%	No	53%	15





A continuación se presentan las respuestas de la encuestas realizadas en el sector de las nieves el día 21 de abril, se les pregunto a los trabajadores de distintas empresas que se encuentran situadas en este punto, esta se realizo desde las 10:00 am hasta 1:00 pm donde la cantidad aplicada fue de 15 trabajadores.

ECOLOGIC BOX!								
10. ¿Cuál es el beneficio más importante que los clientes reciben de ECOLOGIC BOX?				RESPUESTA				POBLACION TOTAL
a. funcionamiento de alta calidad	b. precios adecuados	c. ayuda a cumplir la normatividad	d. innova frente al mercado	3	0	11	6	15





Resumen

A través de la encuesta realizada al cliente, observamos puntos muy importantes tanto para la mejora como para las oportunidades que presenta nuestro producto, la encuesta nos muestra que las personas si adquirirían nuestro producto ya que un 93% está de acuerdo con él, la innovación es uno de los aspectos más importantes en nuestro producto, es lo que más atrae al cliente por lo cual este va a ser nuestro enfoque y valor agregado al mercado siendo así un producto nuevo que ofrece el mismo servicio que otros, sin embargo será líder por su alto grado de innovación y será el preferido del cliente por este mismo, su alto grado de compromiso con el medio ambiente en otro enfoque líder en nuestro producto ya que tendrá en cuenta en todo su diseño al medio ambiente ocasionando impactos mínimos contra el medio ambiente tanto en su estructura interna como externa.

En afán con el que nos lleva la sociedad nos muestra que no estamos lo suficientemente comprometidos con el medio ambiente, en la encuesta los clientes nos dicen que no es para ellos indiferente el medio ambiente por lo cual el producto logra atraer más su atención, teniendo en cuenta que hoy en día la reglamentación está cambiando y contribuyendo con las sostenibilidad ambiental empresarial donde se fijan metas y acuerdos para perjudicar en los menos posible a nuestros recursos naturales.

Los clientes esperan de ECOLOGIC BOX facilidad ya que está hecha para ser utilizada de forma tal que las personas (que lo utilicen) entiendan su funcionamiento y su finalidad, sin embargo algo que impacta considerablemente al producto es su precio, ya que es un factor decisivo para la compra por parte del cliente, esta parte se viene trabajando de la mejor forma ya que al ser realizado con productos reciclables baja considerablemente, la inversión más alta se realiza en el programa que determina la basura hacia donde se arroja.

Tenemos a favor la innovación por lo cual los sustitutos no son de gran competencia para nuestro producto, se convertirán en aliados para desarrollo óptimo en el mercado, sin embargo los clientes presentan un punto de vista de fallo de nuestro producto y lo categorizan en el ámbito de calidad, por lo cual se pretende trabajar en este punto de forma especial para que se destaque.



5.5 Estrategias de precio

Para Ecologic Box la elección de una adecuada estrategia de precios es un paso fundamental dentro del «proceso de fijación de precios» porque establece las directrices y límites para:

- la fijación del precio inicial
- los precios que se irán fijando a lo largo del ciclo de vida del producto.

Lo cual, apunta al logro de los objetivos que se persiguen con el precio, por ello, resulta imprescindible para Ecologic Box tener clara la estrategia de precio y cuáles son las principales opciones que debe considerar al momento de diseñarla ya que es parte de la estrategia de posicionamiento general de la empresa.

Ecologic Box utilizara la estrategia de Precios de Penetración, ya que esta es aplicable a productos nuevos. Consiste en fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los costes de producción, lo que permite a la empresa bajar aún más sus precios.

Un clásico ejemplo de este tipo de estrategia de precios es el caso de Dell, que penetró en el mercado de computadoras personales con precios bajos, distribuyendo sus productos a través de canales directos que reducían su nivel de costes.

Esta estrategia de precios de penetración tiene como principales objetivos:

- Penetrar de inmediato en el mercado masivo.
- Generar un volumen sustancial de ventas
- Lograr una gran participación en el mercado meta
- Desalentar a otras empresas de introducir productos competidores.
- Atraer nuevos clientes o clientes adicionales que son sensibles al precio.



Para Ecologic Box esta estrategia de precios es conveniente ya que el tamaño del mercado es amplio y la demanda es elástica al precio y los costes de fabricación y de distribución se pueden disminuir a medida que aumenta el volumen de ventas.

5.6 Presupuesto de Ventas, costos y gastos

El presupuesto se describe a continuación:

- Ventas:

El mercado es similar a la oferta, por lo cual nosotros como ofertantes podemos acudir al atrincheramiento, la contracción de productos, la diversificación o la instauración de políticas crediticias o de precios que conduzcan al desplazamiento de competidores.

Las ventas esperadas de la competencia ameritan el conocimiento de factores como la tendencia de los negocios, el nivel de empleo, la capacidad instalada, las políticas sobre productos y la intención de ampliar la oferta mediante proyectos de inversión.

- Costos y Gastos

Costos y gastos de fabricación:

- Materia prima : \$150.000 C/U
- Mano de obra: \$200.000
- Otros gastos de fabricación: : \$70.000
- Gastos de ventas: \$50.000



5.7 Unidades a Vender

Las unidades a vender van sujetas a la cantidad que pida como tal el cliente, sin embargo se tiene un estimado de 30 por mes inicialmente para después subir la producción a 50 por mes.

5.8 Margen de Rentabilidad:

La rentabilidad de Ecologic Box se tiene en cuenta en un 20% sobre el costo y gasto, sin embargo nuestra estrategia inicialmente comienza con un margen pequeño de ganancia para cuando tengamos más acogida y posicionamiento en el mercado subirá en un 40%.

5.9 Estrategias de promoción

En Ecologic Box se tendrá como eje principal la estrategia de atracción ya que el objetivo será siempre el consumidor por lo cual todo lo que engloba el producto como tal será enfocado al cliente siempre ofreciendo beneficios como tal para este mismo.

Las **estrategias de promoción** son uno de los **recursos de marketing** más importantes. Es por este motivo que para ECOLOGIC BOX es un eje importante donde se dará a conocer el producto, crear la necesidad en el mercado y conseguir un buen posicionamiento. Por este motivo se tendrán en cuenta las siguientes estrategias:

5.9.1. Redes sociales

Actualmente son las más asentadas en la actualidad debida principalmente a su bajo coste y su facilidad de uso, sin embargo el objetivo de Ecologic Box no sólo es publicar la promoción y esperar a que lleguen los clientes. Se promocionara y trabajara en estrategias que ayuden a que el negocio llegue a las personas adecuadas.

Se tendrán en cuenta textos que acompañen al producto para así acaparar la atención del lector y animarle a que consuma nuestro producto por su innovación y ayuda ecológica, donde la calidad sea lo primordial.



5.9.2 Concursos

Los concursos o sorteos son una gran posibilidad de promoción para nuestro producto, esta estrategia estará englobada en las redes sociales, ya que es donde presenta mejor acogida y mayor facilidad.

5.9.3. Regalos y obsequios

En Ecologic Box cuando se promocióne el producto la opción de **obsequiar al potencial cliente** con una pequeña muestra del mismo o un regalo que le haga sentir especial.

5.10 Estrategias de Distribución

Los canales de distribución inicialmente serán por medio de la disposición del producto a nuestros competidores Vanyplas, y rimax, la cual les proponemos que nuestro producto sea exhibido en sus instalaciones para su debido conocimiento por parte del objetivo público, para acceder al mercado de manera asequible, se ejecutara el siguiente proceso de distribución



5.11 Proyección de las ventas

Se proyectan las siguientes ventas, teniendo presente que el producto es nuevo en el mercado



<i>Mes</i>	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
<i>Cantidades</i>	0	1	2	3	3	4	6

Los costos Fijos que se presentan son:

La nómina de los proveedores, (Encargados del ensamble de la caneca y el encargado de la programación de esta, adicional el transporte del producto hacia el aliado estartegico para la efectiva comercialización del producto).

6. PLANEACION ESTRATEGICA

6.1. Definición Idea De Negocio

Crear una caneca de basura “Punto ecológico”, la cual se caracteriza por ser de manera manual ya que tiene 5 opciones para elegir a qué residuo pertenece el objeto que se ingresa al punto ecológico, partiendo de la decisión de los colaboradores de la organización, el objeto se traslada a una caneca especifica de manera interna, permitiendo que todos los residuos que se van generando día a día se vayan separando según el tipo de residuo. Permitiendo una ventaja para las organizaciones al momento de separar estos residuos, optimizar tiempos.

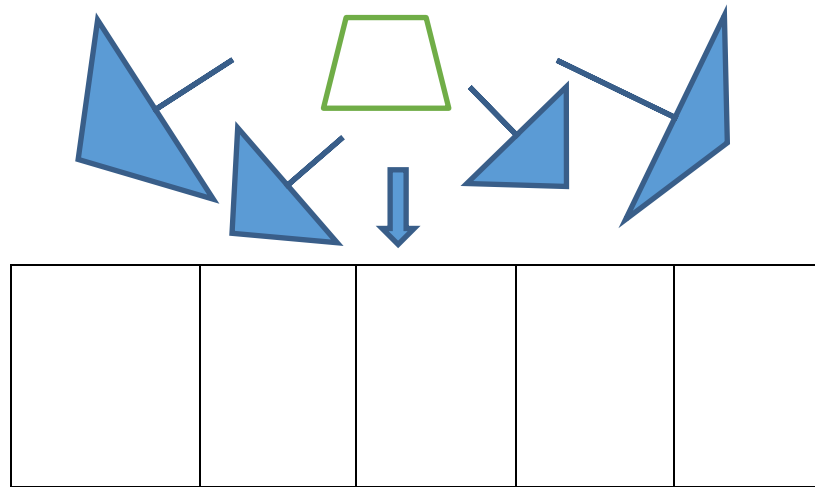
Los tipos de residuos que se van a manejar los siguientes:

- Papel.
- Plástico.
- Vidrio.
- Pilas.
- Orgánicos.

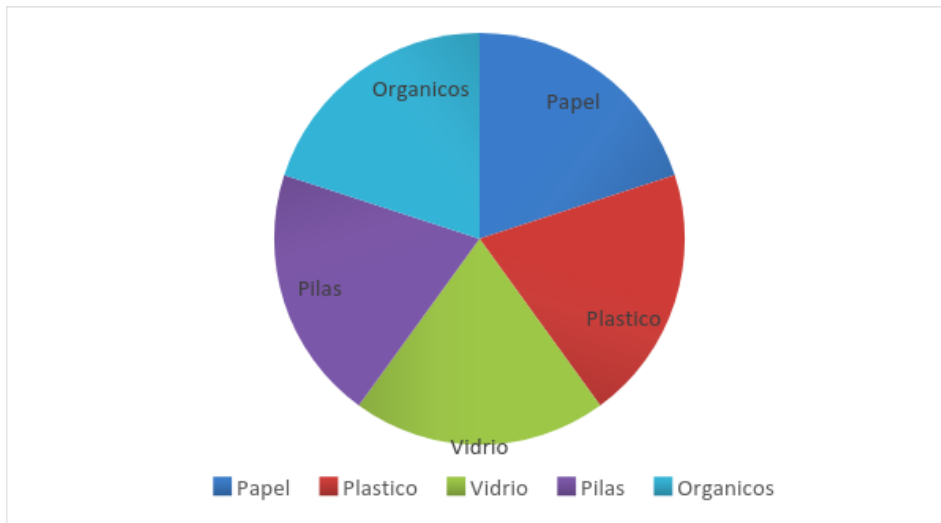


Características:

- Está conformado en su interior por 5 canecas la cual en cada una, tendrá su propio sistema para recibir el objeto ingresado al punto ecológico.



- Tendrá un Botón grande, el cual estará distribuido de manera de grafica de torta, donde cada uno indica que tipo de residuo corresponde. (O se maneja en manera de lista).



- Al oprimir el respectivo botón, este indicará por medio de una grabación que elementos son los que se pueden ingresar en el tipo de residuo seleccionado.
- Cada caneca estará forrada por su respectiva bolsa, para el momento de evacuar el punto ecológico.
- Contará con un sistema de roda chinas para facilitar su desplazamiento.
- Contará con un manual en su respaldo, en el cual se indicará la información que se encuentra en la grabación de manera escrita.

Es innovador, ya que el producto con el mecanismo diseñado no se encuentra en el mercado, y los suplentes solo manejan un sistema básico de obtención de residuos el cual se pueden resolver por el incorrecto manejo de los residuos.

Es productivo, ya que aplica para todas las compañías que estén dispuestas a contribuir con el medio ambiente.

6.2. Objetivos

6.2.1. Objetivo General

Generar un proyecto innovador de gestión ambiental enfocado a las organizaciones administrativas y financieras, el cual cree de una forma atractiva la responsabilidad por el cuidado del medio ambiente tanto a nivel social como personal.



6.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual en general de la organización, tanto a nivel interno como externo para así influir como tal en sus procesos y realizar planes de acción para la mejora continua de la gestión ambiental.
- Identificar la problemática dentro de la organización a nivel tanto productivo como administrativo, para así tener una valoración con la cual se pueda entrar a solucionar el error específico.
- Organizar capacitaciones de conocimiento sobre la problemática ambiental, sus causas y el cómo es su manejo para contribuir a una mejora, en la cual participan como primera medida las cabezas de área para después dar paso a los trabajadores de la compañía.
- Sugerir herramientas ambientales las cuales contribuyan con la mejora continua tanto en la producción como en los costos que se presenten en la organización, así contribuyendo con la mejora y disipación de las principales falencias en la gestión ambiental.

6.3 .Misión

Ayudar a la conservación y manejo sostenible de residuos y del medio ambiente, sensibilizando y generando responsabilidad social medioambiental, satisfaciendo y generando valor a las actividades de nuestros clientes.

6.4. Visión

Ser en 2020 reconocidos como una organización líder en innovación y desarrollo en materia ambiental, comprometida con el mejoramiento y calidad de vida de la población y el manejo adecuado de los residuos sólidos que se producen en las diferentes comunidades en Colombia, generando un entorno donde se viva en armonía y en paz con la naturaleza, minimizando los impactos ambientales negativos y potenciando los positivos.



6.5. Valores Corporativos

Calidad de servicio: Deseamos proporcionar calidad de nuestro servicio, para conseguir la satisfacción absoluta del cliente, el cual es nuestro factor más importante.

Ética: Apostamos por un mundo en el que se mantengan valores de Confianza, Honestidad, Honradez y Beneficio Mutuo.

El respeto: Apostamos por la vida y el medio ambiente.

Sensibilidad: Apostamos por ser sensibles frente a nuestros clientes, ponernos en su lugar, para conocer sus necesidades y así satisfacerlas.

Eficiencia: Cumplimiento en el desarrollo de las actividades programadas para realizar o cumplir adecuadamente una función que poseemos con nuestros clientes y medio ambiente..

Trabajo en Equipo: Fomentamos la participación de todos los empleados y clientes para lograr un objetivo común, que es la satisfacción.

Innovación: promovemos mejoras continuas e innovación para alcanzar la máxima calidad.

Compromiso: Apostamos por cumplir con la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes.

6.6. Pestel

P	<p>A nivel Político Ecologic Box Factores:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Políticas nacionales: En Colombia, desde 1974 se ha creado cada cuatro años una política nacional ambiental, contenida en el Plan Nacional de Desarrollo 1990-1994 donde este ordenó, la creación del Ministerio del Medio Ambiente y la contratación de créditos con la banca multilateral con el fin de fortalecer la gestión ambiental. El Plan Nacional de Desarrollo 1994-1998, aprobado por el Congreso de la República en el
----------	--



ámbito del nuevo orden constitucional, estableció la política ambiental denominada “Hacia el desarrollo humano sostenible”. Plantea cinco objetivos básicos: promover una nueva cultura del desarrollo, mejorar la calidad de vida, promover una producción limpia, desarrollar una gestión ambiental sostenible y orientar comportamientos poblacionales. Formuló siete programas y acciones para el mejoramiento ambiental: protección de ecosistemas estratégicos, mejor agua, mares limpios y costas limpias, más bosques, mejores ciudades y poblaciones, política poblacional, y producción limpia. Y prevé siete acciones instrumentales para el desarrollo de los objetivos y programas: educación y concientización ambiental, fortalecimiento institucional, producción y democratización de la información, planificación y ordenamiento ambiental, y cooperación global. El Plan Nacional de Desarrollo 1998-2002 incorpora “El plan colectivo ambiental para construir la paz” y define al agua como tema prioritario y eje articulador de la política ambiental. Se señalan siete programas prioritarios: agua, biodiversidad, bosques, calidad de vida urbana, producción más limpia, mercados verdes y sostenibilidad de los procesos productivos endógenos. Registra una continuidad en relación con la política ambiental de los dos períodos anteriores, así como continuidades con las políticas nacionales de los años setenta y ochenta como se tipifica en el caso de los bosques. En los tres planes nacionales de desarrollo expedidos en la década de los noventa se advierte continuidad y la paulatina incorporación de la dimensión ambiental en algunas políticas sectoriales, un hecho que se relaciona con las competencias que tiene el Ministerio del Medio Ambiente en materia de su definición, conjuntamente con otros ministerios.

2. Políticas y tratados internacionales firmados por Colombia:

- Convención para el cambio climático: Lograr la estabilización de las concentraciones de gases de efecto invernadero (GEI) en la atmósfera a un nivel que impida interferencias antropógenas peligrosas en el sistema climático, firmado en Brasil en 1992.
- Convención de Viena para la protección de la capa de ozono: Convención de Viena (1985), y el protocolo de Montreal (1987) y República de Colombia (1992) los cuales protegen la capa de ozono, hace parte de los tratados que han tenido el mayor desarrollo, ratificado por Colombia mediante la ley 30 de 1990, su fecha de cumplimiento fue el 01 de enero de 1998 y para su total cumplimiento se debe realizar en el 2030, año en el cual los gases deben desaparecer del mercado global.
- Convención de Basilea: Colombia ratificó dicho tratado mediante la ley 253 de 1996 y de acuerdo institucional, no permite el ingreso de residuos peligrosos, es decir tiene por objeto disminuir el volumen de los intercambios de residuos con el fin de proteger la salud humana.

3. Políticas integradas: Entre ellos se subrayan las políticas ambientales urbanas y las políticas de costas que son materia de fortalecimiento y que se plantean como dos áreas de gran potencial para el futuro:

- La política ambiental urbana: tiende a tener un tratamiento más sectorial o temático (transporte, saneamiento básico, aguas, aire, ordenamiento territorial, etc.). Esta orientación aparece más claramente en las políticas explícitas que se formulan con



denominaciones tales como estrategias ambientales de gestión urbana, planes de acción y Agendas 21 locales.

- Políticas costeras: el lugar en donde el continente se une con el mar y en las cuales se asientan cinco ecosistemas principales: arrecifes marinos, manglares, sistemas de playas, estuarios y lagunas costeras y pastos marinos, ha sido motivado por la necesidad de enfrentar los problemas de degradación de esta parte del territorio.

4. Política Nacional para la Gestión Integral Ambiental del Suelo (GIAS): Con el fin de aportar a la conservación y uso sostenible de este componente determinante de los ciclos del agua, del aire y de los nutrientes e indispensable para la preservación de la biodiversidad y sus servicios, y aportar al desarrollo sostenible del país tomando como referente el enfoque del crecimiento verde.

5 - G7: Es la agrupación de siete naciones internacionales, que son consideradas como las más influyentes en política, económica y a nivel militar en el mundo. Esta agrupación es informal, se encuentra muy activa e interesada por lo que sucede en el mundo, cada año realizan una cumbre en la cual asisten los mandatarios de cada país que hace parte del grupo, junto con los secretarios o ministros de economía y relaciones exteriores de cada país, para analizar los estados políticos y económicos internacionales vigentes y a partir de ellos se acuerdan políticas comunes y consensos sobre determinados aspectos de interés mundial. Genera gran expectativa por parte de la prensa, por los temas que se llevan a cabo.

El objetivo general es evitar que se presente otra crisis global como en el 2008.

Por ello uno de los asuntos económicos tratados es la “lucha contra la corrupción y la evasión fiscal”.

En busca de beneficiar a los menos favorecidos el G7 ha diseñado planes de acción para hacer cumplir sus objetivos:

1. Mayor inversión en los aspectos sociales de los países, mejorando la calidad de vida de sus habitantes y facilitando la economía propia del país
2. Aporte mensual de capital para apoyar proyectos educativos, basándose en una alianza de intercambios entre los países involucrados.
3. Promoción de campañas internacionales que establezcan sentimientos de hermandad y apoyo entre los países.
4. Mayor inversión en la siembra de árboles y limpieza de aguas, además de la reducción en la emisión de gases, todo esto con el fin de generar un medio ambiente más sano y propicio para la conservación del planeta.

A Ecologic Box le afecta positivamente ya que nuestro producto potencializa el adecuado manejo de residuos o desechos, ayudará a la conservación y manejo sostenible de residuos y del medio ambiente, sensibilizando y generando responsabilidad social medioambiental, protegiendo la salud humana y el ambiente, para prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, y así se promueva el derecho de todas las personas a gozar de un ambiente sano.

E

A nivel económico Ecologic Box se caracteriza por:



1. **Tasas de Interés:** el Banco de la República recortó su tasa de interés en 25 puntos base a un 5,25 por ciento en su reunión del mes de septiembre, la última reducción del año, para apoyar la recuperación económica aprovechando la moderación de la inflación, la caída de las tasas de interés puede estimular a las industrias a crecer, lo que puede conducir a la innovación el desarrollo de la industrias del país y el aumento de los niveles de empleo.
2. **La fortaleza de la moneda (Dólar):** El dólar ha venido en un crecimiento sin embargo no afecta directamente a nuestro producto ya que no necesita como tal insumos de otros países los cuales fueran posibles pagar con Dólar, Si el dólar de EE.UU. se fortalece, las empresas de la industria que compran insumos de otros países son capaces de ser más competitivas en precios.
3. **Impacto ambiental:** El crecimiento económico de una industria puede verse afectado no sólo por el efecto ambiental de los productos o servicios que tienen, sino también por la percepción de los consumidores de ese impacto lo que quiere decir que para nuestro producto es rentable el crecimiento económico.
4. **Inflación:** la inflación acumulada en lo corrido de 2017 es de 3,35 por ciento, volvimos a la normalidad en materia de inflación, lo que nos indica que nos encontramos en un término estable a nivel industrial ya que todo se encuentra estable.
5. **IVA:** se encuentra en un 19%, el cual perjudica de forma directa ya que al querer compra insumos o algunos equipos y maquinaria el Iva a pagar es alto sin embargo el desarrollo de la industria permite el costo,
6. **IPC:** La tasa de variación anual del IPC en Colombia en septiembre de 2017 ha sido del 3,9% , 5 décimas superior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,1%, de esta forma se están beneficiando todo ya que se encuentra estable.

Positivo

A Ecologic Box lo impacta de forma positiva ya que con una actividad económica alta, el crecimiento de la producción y comercialización de productos estos deben ir seguidos de inversiones en constantes mejoras en todos los procesos de la actividad comercial para reducir la contaminación al mínimo posible, de tal forma la aplicación de las medidas apropiadas, desarrollo y adaptación de nuevas tecnologías para evitar la contaminación o tener un proceso que contribuya a la no contaminación.

A nivel social Ecologic Box se caracteriza por:

S

Factores:

1. **Satisfacción Emocional:** Se genera ya que estamos contribuyendo con el debido manejo de los residuos y evitando que día a día se incremente el botadero de Doña Juana, con la acumulación de estos residuos que se pueden manejar, la mayoría.
2. **Social:** Ecologix Box, frente a su uso no genera ninguna contaminación en la sociedad ya que su sistema operativo no incluye químicos ni materiales tóxicos.
3. **Utilidad:** Es un producto con un alto índice de utilidad ya que establece un proceso de separación de residuos según su tipo que estén ingresando a la caneca.



	<ol style="list-style-type: none">4. Manejo de los residuos: En la actualidad encontramos que el manejo que se le está brindando a los desechos que se generan día a día, de diferentes tipos, están siendo depositados en un solo punto, la cual se están presentando una acumulación de estos sin tener coherencia de su reutilización, por parte de los recolectores de basura y de la comunidad5. Conflictos que se presentan: El punto central de recolección de basuras, está presentado inconvenientes que afecta el medio ambiente y la salud de algunos residentes aledaños a tal lugar, “Doña Juana”.6. la nueva Moda: El medio ambiente es catalogado como el principal protagonista de la moda, ya que da vida a la <i>Moda Sostenible</i>, donde la industria textil que es la segunda área que más contamina el mundo, se encuentra expuesta a los comentarios de los consumidores del proceso y los materiales que utiliza. Adicional el tema es muy tildado en las redes sociales, y el impacto que genera las acciones de la humanidad.7. Competencia: Se presentan las canecas de basura y puntos ecológicos, que actualmente están en el mercado, siendo una competencia directa de Ecologic Box. <p>Impacto: Ecologic Box tiene un impacto social alto, de manera positiva, ya que contribuye con el debido manejo de los residuos en los puntos ecológicos, que son el instrumento principal de recolección y clasificación de residuos, optimizando tiempo en su elección y contribuyendo con el medio ambiente.</p>
T	<p>A nivel tecnológico encontramos:</p> <p>Factores:</p> <ol style="list-style-type: none">1. La impresión de 3d: la cual establece que se realizará un diseño correspondiente de un producto y su impresión será inmediata sin tiempos de espera de producción de este, tan solo con la elaboración de manera digital obtendrá el producto que requiera el individuo de manera instantánea siendo una de las preferencias del mercado.2. Impacto: Afecta de manera negativa frente a Ecologic Box, ya que se establecería un producto donde requiere tiempo de elaboración y profundización en sus diseños a futuro, la cual la nueva tecnología optimizaría tiempos de espera y se obtendrá de manera inmediata, agilizando el proceso de fabricación.3. Internet de las cosas (lot sus siglas en inglés): Es un sistema de dispositivos de computación que permitirá la conexión con máquinas, objetos y animales con un identificador único(sensores, dispositivos) que tendrá la capacidad de transferir datos conectados a la nube, para acceder a todo tipo de información mediante estos objetos.4. Impacto: Afecta de manera Positiva frente a Ecologic Box, ya que se establecería una relación directa del producto a la base de datos de internet, permitiendo una elección más eficiente de los residuos que se depositen en este, ya que podemos obtener información de manera instantánea.
E	<p>A nivel ecológico encontramos:</p>



El incremento en la generación de desechos que se observa en todo el planeta genera la contaminación de los suelos, aire, corrientes de agua, etc, con consecuencias que pueden llegar a ser realmente comprometedoras para la vida en el planeta.

Factores que afectan:

- 1 – Manejo de Residuos
- 2 – Adecuada distribución de los residuos

A Ecologic Box le afecta **positivamente**, ya que está enfocado a la parte del medio ambiente, con el adecuado manejo de los residuos sólidos, ya que contribuirá a la disminución de la contaminación del ambiente, lo cual generará un mejor entorno y la calidad de vida para los seres vivos que conviven allí.

L A nivel legal Ecologic Box se caracteriza por:

1. **Permisos y autorizaciones:** Colombia cuenta con una gran variedad de normas ambientales que se vienen desarrollando de forma masiva desde la década de los años 70, época en la cual se empezaron a articular diversas normas que se encontraban dispersas, la constitución Nacional modificada en el año 1991 cuenta con más de 40 artículos que hacen referencia al tema de los cuales se puede resaltar, la ley 09 de 1979 también conocido como el código sanitario.
2. **calidad:** Teniendo en cuenta la certificación ISO 14001 la cual tiene el propósito de apoyar la aplicación de un plan de manejo ambiental en cualquier organización del sector público o privado, una red internacional de institutos de normas nacionales que trabajan en alianza con los gobiernos, la industria y representantes de los consumidores.
3. **Economía:** Eco-etiquetado, Sello ecológico a productos con buen desempeño ambiental.
 - Res. 1555/2005. Establece el Reglamento de Uso del Sello Ambiental Colombiano, para la promoción de productos que pueden reducir los efectos adversos, en comparación con otros productos de la misma categoría, contribuyendo así a un uso eficiente de los recursos naturales y a un elevado nivel de protección del medio ambiente, Mecanismo de Desarrollo Limpio, Posibilidad de generación de certificados de reducción o captura de Gases Efecto Invernadero con valor monetario a proyectos que cumplan requisitos del Protocolo de Kyoto.
 - Res. 551/2009. Adopta los requisitos y evidencias de contribución al desarrollo sostenible del país y se establece el procedimiento para la aprobación nacional de proyectos de reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero que optan al Mecanismo de Desarrollo Limpio – MDL, Pago por Servicios Ambientales Es una transacción voluntaria con enfoques de conservación que apuntan a transferir incentivos positivos a proveedores de servicios ambientales.



- Decreto 953 de 2013. Establece los esquemas de pago por servicios ambientales para incentivar la conservación de áreas estratégicas donde se localizan recursos hídricos que surten de agua a los acueductos municipales, distritales y regionales.
4. **Empresas:** Colombia cuenta con una legislación ambiental bastante fuerte pero que pocas empresas conocen y cumplen a cabalidad, por lo cual el Decreto 1299 de 2008 que reglamenta el artículo octavo de la Ley 1124 de 2007, expone la obligación de cada organización, para que desarrolle su actividad productora en el país, mediante la implementación y respeto por la norma ambiental. La Ley suscita: “Todas las empresas a nivel ambiental deben tener un departamento de gestión ambiental dentro de su organización para velar por el cumplimiento de la normatividad ambiental de la República,” según lo anterior se exige la implementación de un Departamento de Gestión Ambiental en las empresas medianas y grandes, que tengan código CIU industrial, es decir que su operación económica esté reglamentada y estandarizada a nivel internacional, por lo cual se ven obligadas a tener este departamento, “lo importante es que todas las empresas independientemente de su tamaño cumplan con la norma ambiental, es decir, con las leyes, decretos y resoluciones que tiene que ver con el monitoreo e impacto ambiental que puedan tener” dijo Hildegard Heins Gerente de Equilibrium Consulting Group. La Sentencia 486 de la Corte Constitucional del 22 de julio de 2009, excluye a las micro y pequeñas empresas de cumplir esta regla, ya que la implementación de esta norma ambiental requiere de una inversión económica que pone en riesgo su viabilidad y rentabilidad
5. **Incentivos a la ciencia, tecnología e innovación:** Acuerdo 029 de 2010. El Consejo Asesor de Regalías aprobó la financiación de proyectos listos de inversión en CTI; estos deben estar orientados al desarrollo regional y beneficiar a las entidades territoriales como lo señala el Artículo 28 de la Ley 1286 de 2009. Se financiarán proyectos de investigación básica aplicada y de desarrollo experimental, así como proyectos de innovación tecnológica y social; se apoyará la creación y el fortalecimiento de unidades regionales de investigación y programas regionales de formación de talento humano para CTI. Colciencias, como entidad rectora del sector de CTI, será la encargada de viabilizar estos proyectos previa presentación para aprobación por parte del Consejo Asesor de Regalías. Aunque los acuerdos benefician ante todo a los entes territoriales, también se impulsan alianzas entre centros de investigación, empresas y entidades públicas.
6. **Tributarios:**
- Deduciones de IVA, Decreto 2332 de 2001. La adquisición de equipos y elementos necesarios para los sistemas de control y monitoreo ambiental, la importación de equipos para el tratamiento y reciclaje de basuras y aguas residuales, y para proyectos que reduzcan las emisiones de Gases Efecto Invernadero, así como los equipos necesarios para reconvertir vehículos a gas natural, no son gravados por el IVA. El ahorro para los empresarios es de 16% del valor de compra de los equipos Artículos 424-5 y 428-f, del Estatuto Tributario.
 - Deduciones de renta, es posible descontar el valor de la inversión en control y mejoramiento ambiental de la base de liquidación de renta hasta un monto que no supere



el 20% de la renta líquida. El ahorro puede alcanzar hasta el 6.8% del total del impuesto de renta en un año.

- Estatuto Tributario, artículos 157 y 158-2, 207-1 y 207-5. La venta de energía eólica que además genere reducciones de Gases Efecto Invernadero para el mercado internacional del carbono, y los ingresos obtenidos de los servicios de ecoturismo, no pagan impuesto a la renta sobre las utilidades. El ahorro es del 34% de la utilidad que deja de pagar como impuesto.
- Exención del impuesto predial por conservación, xención del impuesto predial para predios con coberturas de bosques naturales. Es una facultad otorgada a los concejos municipales, derivada directamente de la Constitución Política de Colombia.

7. **Normas:** La extensa legislación sobre el medio ambiente y su complejidad dificultan el cumplimiento de todas las obligaciones aplicables a las distintas actividades económicas afectadas por autorizaciones, registros y una amplia variedad de requisitos relacionados a la prevención de impactos al medio ambiente, se mencionan algunas normas:

- Ley 26/2007, de 23 de octubre, de responsabilidad medioambiental: aplicable a todo tipo de empresas, la cual regula la responsabilidad de prevenir, evitar y reparar daños medioambientales.
- Ley 11/1997, de 24 de abril, de envases y residuos de envases: afecta a productores relacionados con productos envasados, la previsión relativa a los planes empresariales de prevención de residuos de envases.
- Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido: establece sanciones de hasta 300.000 euros para infracciones muy graves que impliquen la superación, por parte de los emisores acústicos, de los valores límite de contaminación acústica.
- Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental: el último texto de este instrumento preventivo destinado a determinar la compatibilidad ambiental de un determinado proyecto, incorpora novedades de tramitación que hacen descansar sobre el promotor del proyecto gran parte de la carga del procedimiento.
- Ley 16/2002, de 1 de julio, de Prevención y Control Integrados de la Contaminación: si bien sólo afecta a las actividades recogidas en su anexo, regula la Autorización Ambiental Integrada, cuya vigencia ha quedado supeditada a la aparición e incorporación de mejores técnicas disponibles para cada sector de actividad.
- Ley 1/2005, de 9 de marzo, por la que se regula el régimen del comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero: establece la autorización de emisión de gases de efecto invernadero exigida a las instalaciones que desarrollen actividades enumeradas en la propia ley, así como todos los elementos necesarios para el comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero.
- Ley 8/2010, de 31 de marzo, por la que se establece el régimen sancionador previsto en los Reglamentos (CE) relativos al registro, a la evaluación, a la autorización y a la restricción de las sustancias y mezclas químicas (REACH) y sobre la clasificación, el etiquetado y el envasado de sustancias y mezclas (CLP), que lo modifica: así, con este título tan largo dejo para el final una norma que tipifica como falta muy grave la comercialización sin la ficha de datos de seguridad de sustancias y mezclas que reúnan los criterios para ser clasificados como peligrosas o el incumplimiento de la obligación



de adjuntar en la ficha de datos de seguridad el anexo relativo a los escenarios de exposición.

Positivo:

Esto afecta de forma positiva ya que a pesar de que todas las normas implantadas no se ejecutan de forma correcta, cada día se busca cumplir como tal con estas normas, debido la contaminación es un problema real que está afectando de forma directa la supervivencia humana.

Los incentivos a las empresas para reducir las emisiones contaminantes son las bases para ejecutar como tal el proyecto de Ecologic Box. Además los efectos de las políticas medioambientales van en un desarrollo continuo que beneficia de una forma integral a todo el país.

6.7. Porter

6.7.1. Capacidad De Negociación Con El Cliente

6.7.1.1. Precio del producto:

Recompensando a nuestro clientes de forma directa, que realizan compras recurrentes en la empresa se tendrá en cuenta un precio de venta más bajo por la lealtad de nuestros clientes para con nuestra compañía de esta forma teniendo un beneficio mutuo donde los clientes tienen una necesidad específica y constante, y nosotros tenemos una solución a un precio más económico.

Mejora la capacidad de negociación con nuestros clientes ya que ellos se ven beneficiados en costos de la empresa, por la lealtad que ofrecen para con nuestro producto ofreciendo lo mejor de este a un precio más económico.



6.7.1.2. Oportunidad de capacitación para el cliente interno:

Debido a la lealtad que ofrece nuestro cliente para con nuestro producto, se realizarán capacitaciones gratuitas mensuales respecto al tema y producto tratado por nuestra compañía para el cliente interno, es decir los trabajadores, donde se tendrá en cuenta actividades de bienestar y en colaboración con el cliente se realizarán programas de interés ambiental.

Mejora la capacidad de negociación con nuestros clientes ya que la compañía tendrá un valor agregado donde se verá beneficiado el bienestar laboral de los trabajadores teniendo en cuenta un clima laboral positivo, teniendo en cuenta el trabajo en equipo para desarrollar programas para la mejora ambiental en las empresas.

6.7.1.3. Posicionamiento y prestigio:

Se ofrece a nuestros clientes una condición de prestigio en nuestros productos frente a la competencia de nuestro cliente, ya que debido a la innovación e influencia del Ecologic Box, hace frente a la competencia directa de nuestro cliente y logra emitir un mensaje de mejor posicionamiento en la actividad económica en la que se desarrollen.

Mejora la capacidad de negociación con nuestros clientes ya que este les ofrece un prestigio en cuanto a innovación mostrando a los demás que cuenta con los medios económicos para hacerlo y ejerciendo posicionamiento frente a la competencia directa.

6.7.1.4. Tiempo y comodidad:

Nuestro cliente busca productos que le faciliten las cosas, ya sea en términos de ahorros en tiempo o eliminación de preocupaciones. Ecologic box ofrece estos servicios en cuanto se compre nuestro producto en su totalidad para la empresa, donde la empresa se encargará por completo en la distribución a nivel nacional, instalación etc.

Mejora la capacidad de negociación con nuestros clientes ya que tendrán un beneficio que como tal busca la comodidad y no preocupación de este, aportando un valor agregado.



6.7.1.5. Respuesta alguna emergencia u obligación:

Nuestro cliente contará con un grupo de asesores en gestión ambiental con disponibilidad total en caso de que la empresa presenta algún problema o tenga alguna obligación respecto al manejo de la gestión ambiental.

Mejora la capacidad de negociación con nuestros clientes ya que contarán con una ayuda efectiva en cuanto a temas relacionados con el medio ambiente y cumplimiento de normas en la cual se pondrá de todo el conocimiento que presenta nuestra compañía para la solución de problemas.

6.7.1.6. Ventajas tecnológicas:

Nuestros clientes se verán beneficiados ya que contamos con alta calidad tecnológica e innovación a nivel investigativo, desarrollo de nuevos productos y actualización constante del producto ofrecido así situándolos como líderes en innovación y nuevas oportunidades para el desarrollo de una gestión ambiental efectivo y eficaz.

Mejora la capacidad de negociación con nuestros clientes ya que el producto ofrecido cuenta con una actualización audaz y eficaz, donde se muestra la implementación de las nuevas tecnologías en el desarrollo de la gestión ambiental y lo sitúa frente a su competencia.

6.7.2. Capacidad De Negociación Con Proveedores

6.7.2.1. Precio de Compra:

Las empresas de aluminio o en sí todas generan la ventaja que al realizar compras al por mayor o en gran cantidad, proporcionan la ventaja a sus clientes de descuentos.



El aspecto mencionado afecta a Ecologic Boxs positivamente ya que nuestro producto está constituido en su gran mayoría por aluminio, por lo cual tendremos que adquirir en grandes cantidades de aluminio, generándonos menos inversión para la producción del producto y así mismo a nuestro proveedor le generará que su producto se mueva y le produzcan ingresos.

6.7.2.2. Exclusividad:

Nuestros proveedores como las empresas de aluminio y empresas de tecnologías, que al vendernos materiales a un menor costo y con una buena calidad para producir nuestro producto se colocarán publicidad de su empresa en la marquilla de nuestro producto.

El aspecto mencionado afecta a Ecologic Boxs positivamente, ya que nos generará menos inversión para la producción de nuestro producto a un menor costo y con buena calidad por los descuentos adquiridos por la publicidad y también a nuestros proveedores les afectará positivamente ya que al colocar su imagen en nuestros productos están realizando publicidad con un menor costo de adquisición y haciendo nuevos clientes.

6.7.2.3. Calidad:

Para nuestro proveedor de tecnología se le generaría inversiones con el fin de que generen nueva tecnología y con mejor calidad.

El aspecto mencionado afecta a Ecologic Boxs positivamente ya que nos generará que nuestro producto sea de buena calidad y más innovador.

6.7.2.4. Ingresos:

Actualmente se ve que los recicladores no cuentan con un salario adecuado para mejorar su calidad de vida y la de su familia, debido a que el tema del reciclaje no cuenta como un trabajo formal.



El aspecto mencionado afecta a Ecologic Boxs positivamente ya que si los recicladores cumplen la meta de llevar cierta cantidad de aluminio al mes, nos encargaremos de pagarle un salario acorde por su prestación de servicios; lo cual al reciclar y reutilizar dicho aluminio contribuye al ahorro de costos para su procesamiento.

6.7.2.5. Reducción de Costes de producción:

Al reciclar objetos de aluminio, las empresas dedicadas a la transformación del aluminio les generan reducción de costes para su procesamiento.

El aspecto mencionado afecta a Ecologic Boxs positivamente ya que nuestro producto está constituido en su mayor parte por aluminio y nos basamos en el reciclar y reutilizar, lo cual nos reducirá costes para la inversión de la producción de nuestro producto y así mismo con la de nuestros proveedores, en la inversión de costos para la transformación del aluminio.

6.7.2.6. Costo de adquisición de clientes:

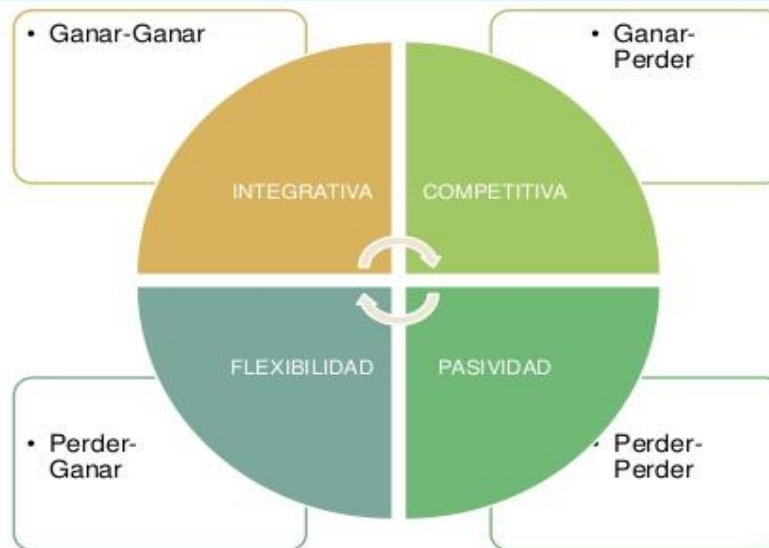
En la actualidad es más económico conseguir clientes nuevos. Esto es cierto ya que para la mayoría de las empresas hacer nuevos clientes cada vez genera un costo de adquisición más elevado, ya que las impresiones de los anuncios y los clics y conversiones siempre están aumentando costos haciendo a los nuevos clientes cada vez más difíciles de adquirir.

El aspecto mencionado afecta a Ecologic Boxs positivamente ya que nuestro producto está casi constituido en su mayor parte por aluminio, por lo cual la adquisición de aluminio se producirá en mayor uso, por lo cual si nuestros proveedores de aluminio si no venden a un buen precio se le comprara todo lo que se necesite para la producción a una sola entidad así convirtiéndonos en un cliente fijo y así van a estar constantemente produciendo y vendiendo generando ingresos.



6.7.3. Poder De Negociación Con La Competencia

ESTRATEGIAS / TÁCTICAS DE LA NEGOCIACIÓN



6.7.3.1. Estrategia integrativa/Colaboradora (ganar- ganar):

El objetivo es encontrar procedimientos que tengan en cuenta los intereses de ambas compañías, y llegar a una solución que sea aceptable para todos. Incluso, lo ideal es que las dos o más partes salen muy beneficiadas, ya que se encuentran presente las metas planteadas de las dos compañías.

6.7.3.2. Estrategia competitiva (ganar-perder):

El objetivo es obtener las máximas ventajas de la otra compañía basándose en el análisis y reconocimiento de un conflicto en la cual no se establece un acuerdo de ambas partes. El procedimiento que se utiliza, consiste en hacer las máximas demandas, manteniéndose firme



y estable en este procedimiento, sin retroceder a esta estrategia utilizada, es la más frecuente al principio de toda negociación.

El objetivo fundamental no se basa en que la otra compañía pierda, sino ganar como sea.

Los participantes son competidores. Se establecen en términos de confrontación los siguientes objetivos, que se proponen para lograr su meta de ventas:

- El objetivo es la victoria.
- Se desconfía del otro.
- Se insiste en la posición.
- Se contrarrestan argumentos.
- Se amenaza.
- No se muestra el límite inferior.
- Se exigen ganancias para llegar al acuerdo.
- Se intentan sacar los mayores beneficios

6.7.3.3. Estrategia de pasividad/Evitación (perder-perder):

En ocasiones surge esta estrategia para cerrar con ella la negociación. Consiste en plantearse que nuestras pérdidas van a ser menores o iguales que las de la otra compañía implicada.

6.7.3.4. Estrategia de flexibilidad/Adaptación (perder-ganar):

Consiste en minimizar tanto los intereses como las demandas determinadas, llegando a grandes acuerdos; Se utiliza por lo general en situaciones de amistad entre las compañías implicadas. En llegado caso que se genere la ruptura de la negociación o de las relaciones se percibe como muy grave. El perder-ganar es una estrategia a largo plazo. En ella se pierde o se renuncia en principio a ganar, para obtener con ello mejores ganancias o beneficios.



15 ESTRATEGIAS DE LA NEGOCIACIÓN

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| 1. Agente de autoridad | 9. Alta y baja autoridad |
| 2. Dinero en juego | 10. Participación activa |
| 3. Practica establecida | 11. Entender, sentir y encontrarse |
| 4. La migaja | 12. El aspaviento |
| 5. El perrito | 13. Restricciones de presupuesto |
| 6. Actuar y aceptar consecuencias | 14. Negociador reacio |
| 7. La salida oportuna | 15. La decisión |
| 8. Chico bueno-chico malo | |
-

6.7.3.5 Estrategias a Implementar por Ecologic Box

✚ **Agente de Autoridad Limitada:** Los negociadores tienen poco o ninguna autoridad, para realizar concesiones, es importante que la persona que realiza la negociación tenga conocimiento sobre el tema a negociar, por lo general es indispensable que esta agente sea un representante de la compañía, como por ejemplo un abogado, la cual no se involucra de manera sentimental como lo realizaría el mismo dueño, por ello es limitado, si no que prestara su servicio de la manera más eficiente, adicional tendrá conocimientos en leyes y también se verá limitado por los intereses y decisiones de su cliente.

Debemos evitar negociar con personas que no están capacitadas.

Esta estrategia mejora la negociación con la competencia directa, ya que si las dos organizaciones cuentan con agentes especializados en el tema, se realizará de manera efectiva y se optimizan tiempos.

✚ **Dinero en juego:** Se debe cuidar en todo momento algún interés en específico, por lo general siempre es el dinero, ya que es el factor económico por el cual se mueven las organizaciones, por ello las negociaciones se realizan de manera minuciosa y con



mucho cuidado para no perjudicar la empresa y beneficiar al cliente. Un ejemplo de esta estrategia, son las promociones de 2X1 la cual el cliente está obteniendo un beneficio por adquirir más cantidades de un producto y la compañía se mantiene ya que está vendiendo por volumen.

Debemos tener cuidado de no pagar más y tampoco pedir muy poco por el producto a negociar. Ya que uno de los mayores intereses es el dinero.

Esta estrategia Mejora la negociación con la competencia directa, ya que si las dos organizaciones tienen claro cuál es el interés específico que desean, que por lo general es el dinero, tendrán claridad de sus objetivos sin desenfocarse de la meta planteada por las dos organizaciones.

✚ **El perrito:** El secreto es dejar disfrutar el bien o servicio que presta la compañía, para que de esta manera se convenza de adquirir el producto y que comprenda que el precio que se está pagando es razonable. Un ejemplo es Netflix.

Esta estrategia Mejora la negociación con la competencia directa, ya que se podría implementar para adquirir más compradores, brindando un espacio para la ejecución del bien y servicio.

✚ **La salida Oportuna:** Se implementa una táctica para conseguir una mejor oferta, o hacerle creer a la otra parte implicada que ya no se desea negociar, siendo todo lo contrario. Un ejemplo es cuando se está realizando la cotización de un producto y la otra compañía ofrece otras características. O en definitiva retirarse de la negociación si se cree conveniente.

Esta estrategia Mejora la negociación con la competencia directa, ya que se podría implementar una táctica para mejorar la oferta que nos están brindando, y así mantener un equilibrio entre las dos compañías.

✚ **La migaja:** Consiste en brindar algún detalle adicional de lo que se está comprando, por ejemplo el seguro de moto que se obsequia por la compra de esta, la cual ya viene incluido en el precio.



Esta estrategia Mejora la negociación con la competencia directa, ya que las dos compañías se verían beneficiadas, por la unión y combinación de productos y servicios, la cual el precio se fija desde un inicio a responsabilidad de cualquiera de las dos organizaciones, atrayendo más clientes y generar más rendimientos para las dos organizaciones.

- ✚ **Participación Activa:** Se entiende por la participando constantemente de las dos partes implicadas, brindando proactividad y empatía con la otra parte, generando confianza y trabajo en equipo, se mantiene una solución estable para las dos compañías.

Esta estrategia Mejora la negociación con la competencia directa, ya que se con la intervención y actualización constante de las estrategias, se genera trabajo en equipo.

- ✚ **Entender, Sentir y Encontrarse:** Identificar las necesidades propias que está requiriendo la otra parte, generando un entendimiento y comprensión de lo que requiere para satisfacer su necesidad. Un ejemplo es la inducción inicial al producto y como su utilización cubre las necesidades que tiene el el momento presente.

Esta estrategia Mejora la negociación con la competencia directa, ya que se tiene presente en primera instancia la necesidad del cliente, y así implementar mecanismo para cubrir la necesidad, y que se sienta agusto con el producto o servicio.



BIBLIOGRAFÍA

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38899>

<http://www.canecas.com.co/CJS-canecas>

<http://reutiliz.blogspot.com.co/2012/11/la-historia-del-reciclaje.html>

<http://disenolibre.com/como-nacio-el-punto-limpio/>

<http://www.canecas.com.co/CJS-canecas>