



AMBIENTEMOS EL POSCONSUMO

Natalia Bernal Lopez
Nicolás Castillo Pinilla

CUN - Corporación Unificada Nacional de Educación Superior
Administración De Empresas
Opción De Grado I – Creación De Empresa
Bogotá D.C.
2019

TABLA DE CONTENIDO

1. <u>Introducción</u>	4
2. <u>Justificación</u>	5
3. <u>Descripción de la idea de Negocio</u>	7
4. <u>Componente innovador de la idea de negocio</u>	8
4.1 <u>Red de contactos</u>	8
4.2 <u>Servicio</u>	8
4.3 <u>Canal</u>	9
5. <u>Modelo Lean Canvas</u>	10
6. <u>Descripción detallada del cliente</u>	11
6.1 <u>Variables geográficas</u>	11
6.2 <u>Variables demográficas</u>	11
6.3 <u>Variables económicas</u>	11
6.4 <u>Variables psicográficas</u>	11
6.5 <u>Variables de comportamiento</u>	12
7. <u>Validación de la idea</u>	14
7.1 <u>Herramienta de recolección - Entrevistas</u>	14
7.2 <u>Análisis de resultados</u>	25
8. <u>Planeación estratégica</u>	30
8.1. <u>Identidad estratégica (Misión)</u>	30
8.2. <u>Futuro preferido (Visión)</u>	30
8.3. <u>Objetivos</u>	31
8.4. <u>Valores</u>	32
9. <u>Conclusión</u>	33



TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1- Lienzo Lean Canvas (Fuente propia)

Ilustración 2 – Mapa de empatía (Fuente propia)

1. Introducción

El presente trabajo está dividido en ocho partes, en la primera parte se analiza nuestro problema de investigación el cual está enfocado en el calentamiento global ya que es una de las causas del cambio climático y nuestra solución que está dirigida a la reutilización de electrodomésticos viejos, en la segunda parte realizamos una descripción detallada de nuestra idea de negocio, en la tercer parte mencionamos nuestros tres tipos de innovación aplicados a nuestro proyecto, en la cuarta parte se observa aplicación de la herramienta empresarial LEAN CANVAS, por medio de la cual hicimos un análisis más profundo de nuestra idea de negocio, en la quinta parte hacemos una descripción bien detallada de nuestros clientes identificando todas las variables y enfocándonos principalmente en la ciudad de Bogotá D.C., en nuestra sexta parte encontraremos la validación de la idea según entrevistas realizadas a 10 personas entre ellas profesionales y amas de casa buscando identificar sus ingresos y así mismo ofrecer nuestros mejores beneficios, en la séptima parte de nuestro proyecto en encuentra la planeación estratégica la cual identificamos la identidad estratégica, el futuro preferido, objetivos y valores, finalmente en la octava parte podemos encontrar nuestra conclusión conociendo la viabilidad de esta idea de negocio la cual se obtuvo de toda la investigación realizada.

2. Justificación

Durante muchos años la humanidad con su actividad diaria produce gran cantidad de desechos, que conjuntamente con los estilos de vida modernos han llevado a adoptar patrones de consumo que afectan el ambiente. En Colombia hay más de 1 millón de lavadoras que aún contienen sustancias agotadoras de la capa de ozono, es por esto que el crecimiento global y la expansión empresarial que explotan gran cantidad de recursos naturales produciendo toneladas de residuos que contribuyen al deterioro del medio ambiente.

Según ANLA hacia el año 2018 “se han recolectado 7200 toneladas de residuos de materiales reutilizados en los diferentes electrodomésticos gestionados, se ha evitado la posible contaminación de más de 7.000 m³ de agua, lo que equivale al 2% del consumo diario de Bogotá DC”. Hoy en día las lavadoras cuentan con metales ferrosos y no ferrosos, plásticos, vidrio, madera y madera aglomerada, tarjetas de circuito impreso, cerámica, caucho y otros componentes que deben tener una disposición final diferenciada para evitar daños al ambiente y la salud humana. Nosotros nos encargamos de enviarlos a instalaciones en las que se someten a procesos que permitirán su aprovechamiento, tratamiento y/o disposición final controlada.

Hechas las consideraciones anteriores, se ve reflejada la importancia de informar a las comunidades de las ventajas del reciclaje pues adoptando medidas oportunas se pueden reducir en gran medida la cantidad de desechos sólidos que son producidos diariamente en los hogares, escuelas y distintas instituciones que comprometidas se pueden lograr grandes beneficios para que sus materiales sean correctamente gestionados y no generen impactos a la salud y al



ambiente. El éxito de los Programas Posconsumo, radica en el trabajo conjunto de los productores junto a los demás actores: consumidores, comercializadores, autoridades ambientales y municipales.

Todos los ciudadanos debemos, conocer estos programas y los residuos a los que hacen referencia, ya que también es nuestra responsabilidad la correcta disposición de los mismos, en los respectivos centros de acopio o puntos autorizados.

3. Descripción de la idea de negocio

Crear una empresa donde se ofrezcan nuevos electrodomésticos y se reciban esos viejos que consumen mucha energía como medio de pago, pero adicional deberán pagar un 10% del valor del electrodoméstico. Se va a realizar una sociedad con una empresa donde se transformarán esos equipos viejos en energía renovable:

- Renovación de electrodomésticos viejos
- Convenios con grandes empresas del mercado
- En la página Web se ofrecerán cursos virtuales para el debido mantenimiento y uso de los electrodomésticos.

4. Componente innovador de la idea de negocio

4.1. RED DE CONTACTOS:

- Se crearán alianzas con empresas que llevan muchos años en el mercado de electrodomésticos para lograr obtener descuentos, también con empresas del estado que tengan licencia ambiental, especializadas en el manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.
- Alianzas para lograr una cobertura a nivel nacional.

4.2. SERVICIO:

- Los clientes se comunicarán a líneas de atención o por la página web y solicitan el servicio a domicilio para recoger el electrodoméstico usado, se les asignará un número de registro con el cual ellos podrán seguir el estado de su solicitud, esto les facilitará a ellos el tener que desplazarse hasta los puntos de cambio.
- En el momento que ellos lo deseen podrán solicitar el servicio de mantenimiento a domicilio sin ningún costo durante los 6 primeros meses después de recibir su electrodoméstico nuevo.

4.3 CANAL:

- Se creará una página en todas las redes sociales donde los clientes nos podrán preguntar cualquier inquietud y se les dará asesorías sobre el mantenimiento de los electrodomésticos.
- En la página web podrán diligenciar un formulario con el cual harán la solicitud de recolección del electrodoméstico.
- Se realizarán campañas a nivel nacional para la conservación del medio ambiente, y la importancia de cambiar los electrodomésticos en un tiempo determinado.

LIENZO LEAN CANVAS					
PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPUESTA VALOR	VENTAJA ESPECIAL	SEGMENTO DE CLIENTES	
<p>El calentamiento global es una de las causas del cambio climático, esto es debido a que gases y sustancias producidas por el hombre y que no han sido erradicadas intervienen en los cambios atmosféricos que presenta el planeta desde tiempos pasados y que actualmente están causando graves consecuencias para la estabilidad y desarrollo de las diferentes formas de vida.</p> <ul style="list-style-type: none"> Afectación de la disponibilidad hídrica Disminución de las capas de hielo en los polos Incremento del nivel del mar Aumento temperatura en la tierra Aumento de CO2 Frecuencia de lluvias intensas 	<ul style="list-style-type: none"> Sustituir los aparatos viejos por nuevos, ya que consumen menos energía. Usar energías alternativas para la producción de electricidad, como celdas fotovoltaicas para utilizar la energía solar o generadores eólicos. Utilizar focos de bajo consumo que nos harían ahorrar hasta un 75% de energía. 	<p>¿Qué? Se ofrecerán nuevos electrodomésticos y se reciban los viejos que consumen mucha energía como medio de pago pero adicional deberán pagar un 10% del valor del electrodoméstico.</p> <p>¿Cómo? Se va a realizar una sociedad con una empresa donde se transformaran esos equipos viejos en energía renovable y convenios con grandes empresas en el mercado de electrodomésticos.</p> <p>¿Para qué? Principalmente para cuidar el medio ambiente y se busca darles a los clientes mayores oportunidades de adquisición de estos electrodomésticos, ya que muchas veces no se cuenta con el presupuesto para ello.</p>	<p>ofertas de cursos virtuales de mantenimiento para los electrodomesticos y renoación de electrodomésticos viejos.</p>	<p>Variables geográficas</p> <ul style="list-style-type: none"> Zonas: Ciudad de Bogotá Tamaño de la zona: 8.380.000 de habitantes. Densidad: Zona urbana Clima: Seco, húmedo, frío, caluroso. <p>Variables demográficas</p> <ul style="list-style-type: none"> Edad: entre 25 y 40 años, entre 40 y 65 años. Sexo: Hombres y mujeres. Tamaño de la familia: Entre 2 y 4 personas, más de 4 personas. Estado civil: Casados y con hijos o sin hijos, también solteros. Profesión: Profesionales y amas de casa etc. <p>Variables de comportamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> Momento de uso: Frecuente Beneficios: Calidad, precio, servicio, ahorro, Nivel de uso: Usuario potenciales y regulares. Frecuencia de uso: Normal, cuando están en la casa. Nivel de lealtad: Que siempre tome el servicio con nosotros. Disposición a la compra: Desea comprar en todo y tener más información. Actitud hacia el producto y/o servicio: que tenga mente positiva para realizar los cambios. 	
	METRICAS CLAVE			CANALES	
		<ol style="list-style-type: none"> Establecer un crecimiento de 60% y conocer si estamos haciendo competencia desleal en el mercado o ellos a nosotros Cuota de mercado: Tener ingresos mensuales de \$5.000.000 durante el primer año. Adquisición (Interesados) y materialización (Compradores) de clientes un 60% inicial 		<p>CANAL:</p> <ol style="list-style-type: none"> Se creará una página en todas las redes sociales (Facebook, whatsapp y twitter) donde los clientes nos podrán preguntar cualquier inquietud y se les dará asesorías sobre el mantenimiento de los electrodomésticos. En la página web podrán diligenciar un formulario con el cual harán la solicitud de recolección del electrodoméstico. 	
ESCTRUCTURA DE COSTOS				FLUJO DE INGRESOS	
COSTOS FIJOS	VALOR	COSTOS VARIABLES	VALOR	<ol style="list-style-type: none"> Con la empresa que se realice el convenio para que reciban los equipos viejos para la transformación, se acordara una comisión del 60% por cada equipo que se les lleve. Comprarlos a bajo costo y nosotros venderemos los nuevos a un costo más alto, además recibiremos los viejos llevandolos a las empresas para que reciclen, entre más electrodomésticos llevemos buscaremos que nos dejen los equipos a un costo más bajo (precio de fábrica) 	
ARRIENDO	\$2.500.000	MATERIA PRIMA	\$15.000.000		
SERVICIOS GENERALES	\$1.500.000	INSUMOS	\$1.000.000		
SUELDOS	\$5.000.000	COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	\$1.800.000		
SEGUROS	\$2.000.000	PROVEEDORES	\$4.500.000		
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	\$1.000.000	MAQUINARIA Y EQUIPO	\$6.000.000		
PAPELERIA	\$1.000.000	IMPUESTOS	\$3.500.000		
TOTAL	\$13.000.000	TOTAL	\$31.800.000		

5. Modelo Lean Canvas - Ilustración 1- Lienzo Lean Canvas (Fuente propia).

6. Descripción detallada del cliente

6.1 Variables geográficas

- Zonas: Ciudad de Bogotá
- Tamaño de la zona: 8.380.000 de habitantes.
- Densidad: Zona urbana
- Clima: Seco, húmedo, frío, caluroso.

6.2 Variables demográficas

- Edad: entre 25 y 40 años, entre 40 y 65 años.
- Sexo: Hombres y mujeres.
- Tamaño de la familia: Entre 2 y 4 personas, más de 4 personas.
- Estado civil: Casados y con hijos o sin hijos, también solteros.
- Profesión: Profesionales y amas de casa etc.
- Nivel de estudios: Básicos hasta universitarios.

6.3 Variables económicas

- Nivel de Ingresos: Bajo y medio.

6.4 Variables psicográficas

- Clase social: No importa

6.5 Variables de comportamiento

- Momento de uso: Frecuente
- Beneficios: Calidad, precio, servicio, ahorro,
- Nivel de uso: Usuario potenciales y regulares.
- Frecuencia de uso: Normal, cuando están en la casa.
- Nivel de lealtad: Que siempre tome el servicio con nosotros.
- Disposición a la compra: Desea comprar en todo y tener más información.
- Actitud hacia el producto y/o servicio: que tenga mente positiva para realizar los cambios.

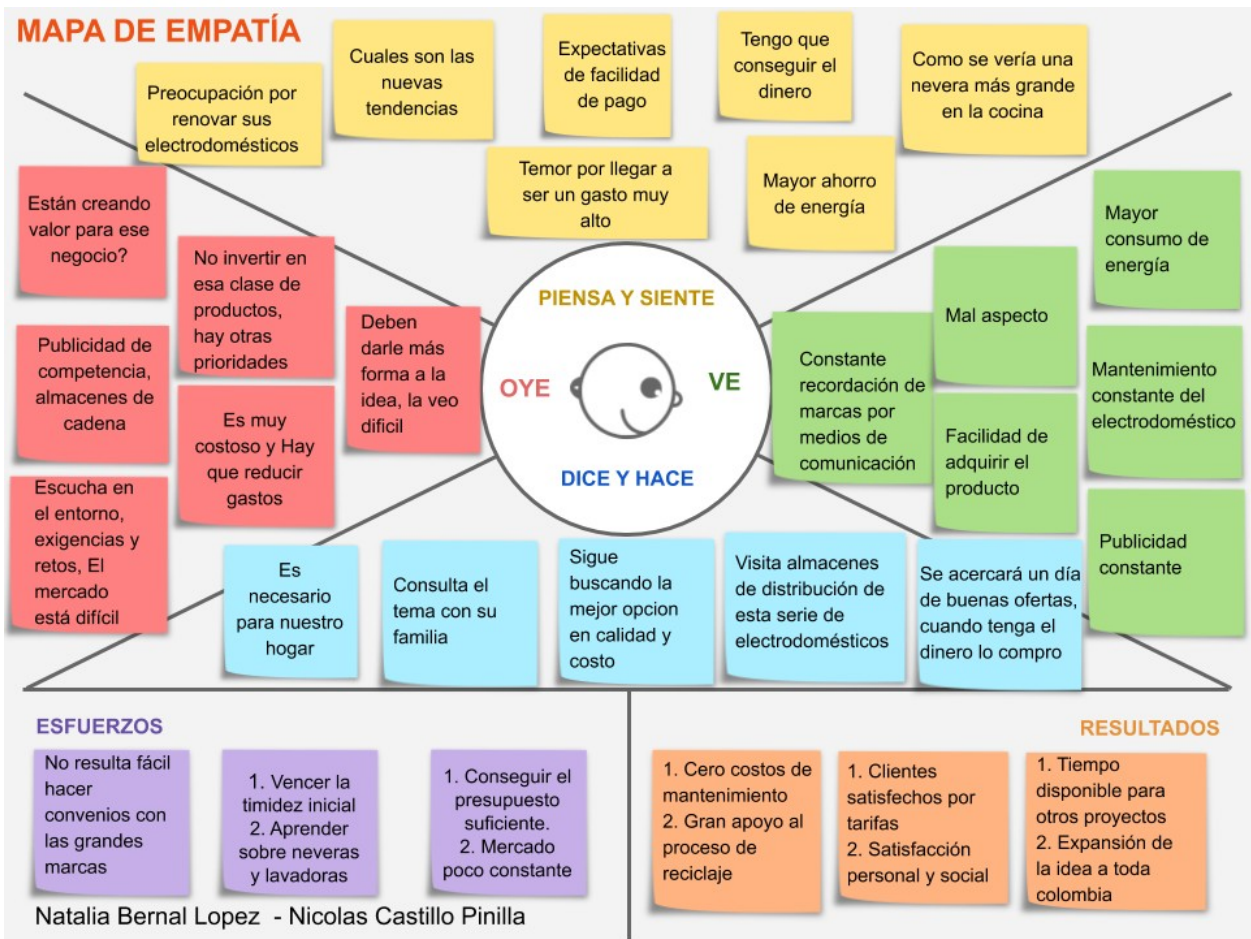


Ilustración 2 – Mapa de empatía (Fuente propia)

7. Validación de la idea

7.1 Herramientas de recolección.

Entrevistas:

1. ¿Cuénteme un poco sobre usted?
2. ¿Sabe usted en qué consiste el posconsumo de electrodomésticos?
3. ¿Con qué electrodomésticos cuenta en su hogar?
4. ¿Con qué frecuencia realiza mantenimiento a estos electrodomésticos?
5. ¿Los gastos de estos arreglos de quién depende?
6. ¿Cada cuánto renueva sus electrodomésticos?
7. ¿Por qué los renueva?
8. ¿Si existiera un proyecto en el cual recibieran su electrodoméstico usado como parte de pago para uno nuevo, le interesaría participar? ¿Por qué?
9. ¿Conociendo el estado de su electrodoméstico usado o viejo, que porcentaje quisiera recibir por él?
10. ¿Daría la oportunidad de adquirir su producto nuevo en almacenes diferentes a los tradicionales con un valor agregado?

Entrevista No. 1:

Entrevistador: Natalia Bernal Lopez

Entrevistado: Daniel Gonzalez

Pregunta No. 1 Respuesta: Tiene 27 años de edad, vive con los padres en la 80, con unos ingresos mensuales entre \$1.000.000 y \$1.200.000.

Pregunta No. 2 Respuesta: No sabe bien en qué consiste, reutilizar los electrodomésticos o sus partes.

Pregunta No. 3 Respuesta: televisores, computadores, lavadora, secadora y nevera.

Pregunta No. 4 Respuesta: No tiene conocimiento, principalmente cuando les falla algo.

Pregunta No. 5 Respuesta: Dependen del padre.

Pregunta No. 6 Respuesta: No tan seguido, la última vez fue hace 4 años cuando se mudaron a ese sector

Pregunta No. 7 Respuesta: Ya estaban muy viejos.

Pregunta No. 8 Respuesta: Si, hoy en día es interesante cualquier ayuda ya que todo está muy elevado en el mercado, en cuanto al costo es muy buena oportunidad

Pregunta No. 9 Respuesta: 10% o 20% al valor inicial

Pregunta No. 10 Respuesta: si, ya que esto no lo hacen los almacenes de cadena y sería bueno apoyar este emprendimiento.

Entrevista No. 2:

Entrevistador: Nicolas Castillo Pinilla

Entrevistado: Alejandra Poveda

Pregunta No. 1 Respuesta: Ingeniera de mercados de la universidad piloto de Colombia, tiene 31 años, vive sola sus ingresos son alrededor de 2SMMLV.

Pregunta No. 2 Respuesta: Reciclaje de los materiales de los cuales están hechos.

Pregunta No. 3 Respuesta: Aspiradora, nevera, lavadora, televisor

Pregunta No. 4 Respuesta: El mantenimiento que hace es de una buena limpieza y asume que se les debe hacer un mantenimiento anual.

Pregunta No. 5 Respuesta: Depende de ella.

Pregunta No. 6 Respuesta: Son medianamente nuevos, hace poco cambió la aspiradora cambio la vieja por una nueva.

Pregunta No. 7 Respuesta: Ya no funcionaba al 100% y perdía mucho tiempo.

Pregunta No. 8 Respuesta: Si lo haría muchas veces cuenta con los recursos para comprar uno nuevo, pero después no sabe qué hacer con el viejo. (botarlo o regalarlo)

Pregunta No. 9 Respuesta: Un 10% de lo inicial.

Pregunta No. 10 Respuesta: Es poco de grandes superficies prefiere comprar todo por internet.

Entrevista No. 3:

Entrevistador: Nicolas Castillo Pinilla

Entrevistado: Sofia Gomez

Pregunta No. 1 Respuesta: Vive con los padres, tiene 22 años cursa primer semestre en la universidad.

Pregunta No. 2 Respuesta: Lo asume el cómo usar el electrodoméstico desde que lo saca de la tienda.

Pregunta No. 3 Respuesta: Televisor, lavadora, dos neveras

Pregunta No. 4 Respuesta: No tiene conocimiento, de eso se encargan los padres

Pregunta No. 5 Respuesta: Dependen de los padres

Pregunta No. 6 Respuesta: No sabe, asume que se hace cada vez que se dañan

Pregunta No. 7 Respuesta: Los cambian cuando se dañan, no cuentan con los suficientes recursos para renovarlos a cada rato.

Pregunta No. 8 Respuesta: Si, le comentaría a la mamá ya que le parece muy importante

Pregunta No. 9 Respuesta: Un 15% o un 20% del valor inicial

Pregunta No. 10 Respuesta: No, los padres prefieren los almacenes de cadena ya que tienen diferentes puntos en toda la ciudad

Entrevista No. 4:

Entrevistador: Nicolas Castillo Pinilla

Entrevistado: Luz Helena Pinilla

Pregunta No. 1 Respuesta: Vive por el sector de la 80, no tiene ingresos ya que se dedica al hogar.

Pregunta No. 2 Respuesta: No tiene conocimiento.

Pregunta No. 3 Respuesta: Lavadora, nevera, licuadora, secadora, televisor, microondas

Pregunta No. 4 Respuesta: Sí, cada 6 meses.

Pregunta No. 5 Respuesta: Dependen del esposo

Pregunta No. 6 Respuesta: Últimamente no han hecho ninguna renovación en los electrodomésticos

Pregunta No. 7 Respuesta: Los renovarían por unos más modernos y grandes

Pregunta No. 8 Respuesta: Si le interesaría participar

Pregunta No. 9 Respuesta: Un 30% del valor inicial

Pregunta No. 10 Respuesta: No daría la oportunidad

Entrevista No. 5:

Entrevistador: Natalia Bernal Lopez

Entrevistado: Angela Acevedo

Pregunta No. 1 Respuesta: Estudiante de contaduría pública universidad uniminuto, tiene un hijo

Pregunta No. 2 Respuesta: Alternativa que tienen las amas casas renovar sus electrodomésticos.

Pregunta No. 3 Respuesta: Licuadora, televisor, nevera y lavadora

Pregunta No. 4 Respuesta: Cada año que se da la oportunidad

Pregunta No. 5 Respuesta: Dependen de ella.

Pregunta No. 6 Respuesta: No los ha renovada hace más de 10 años

Pregunta No. 7 Respuesta: No tiene la oportunidad de renovarlos

Pregunta No. 8 Respuesta: Si, desde que se los reemplace por unos similares o mejores.

Pregunta No. 9 Respuesta: Ningún porcentaje especial, únicamente con la garantía.

Pregunta No. 10 Respuesta: Si, porque cambiaría los viejos por unos mejores

Entrevista No. 6:

Entrevistador: Natalia Bernal Lopez

Entrevistado: Carolina Ruiz

Pregunta No. 1 Respuesta: Trabaja en una empresa de seguros con unos ingresos de \$1.000.000, tiene un hijo

Pregunta No. 2 Respuesta: Reutilización de electrodomésticos viejos y usados.

Pregunta No. 3 Respuesta: Lavadora, nevera, licuadora, microondas.

Pregunta No. 4 Respuesta: Cada 8 meses o cada año

Pregunta No. 5 Respuesta: Depende de ella

Pregunta No. 6 Respuesta: Cada 8 años o cada vez que se daña alguno

Pregunta No. 7 Respuesta: Cuando se daña alguno

Pregunta No. 8 Respuesta: Si, porque estaría cambiando algo viejo por algo más nuevo y con una nueva vida de uso

Pregunta No. 9 Respuesta: Un 20% si es muy viejo o un 40% si no está tan usado.

Pregunta No. 10 Respuesta: No.

Entrevista No. 7:

Entrevistador: Nicolas Castillo Pinilla

Entrevistado: Paola Herazo

Pregunta No. 1 Respuesta: Tiene 21 años vive con sus padres sin hijos.

Pregunta No. 2 Respuesta: No tiene conocimiento

Pregunta No. 3 Respuesta:

Pregunta No. 4 Respuesta: Cada vez que lo requiera, no tiene un tiempo específico

Pregunta No. 5 Respuesta: Dependen de los padres

Pregunta No. 6 Respuesta: Cuando quieren la última actualización de ese electrodoméstico

Pregunta No. 7 Respuesta: Cuando se dañen o dejan de funcionar

Pregunta No. 8 Respuesta: Si le gustaría participar

Pregunta No. 9 Respuesta: inferior al 50%

Pregunta No. 10 Respuesta: Si le atrae la oferta si y si es ese valor agregado

Entrevista No. 8:

Entrevistador: Nicolas Castillo Pinilla

Entrevistado: Diana Saavedra

Pregunta No. 1 Respuesta: Tiene 28 años vive con su novio e hijo es estudiante y trabaja en una microempresa tiene ingresos en promedio de \$ 1.000.000

Pregunta No. 2 Respuesta: No tiene conocimiento

Pregunta No. 3 Respuesta: Horno microondas, nevera, lavadora, computador y televisor

Pregunta No. 4 Respuesta: Cada vez que lo requieran

Pregunta No. 5 Respuesta: Depende de ella y del esposo

Pregunta No. 6 Respuesta: Depende de qué tan costoso salga el arreglo

Pregunta No. 7 Respuesta: Si el costo del arreglo es muy alto prefieren cambiarlo

Pregunta No. 8 Respuesta: Si le gustaría participar y conocer

Pregunta No. 9 Respuesta: Aproximada entre un 20% y 30% del valor inicial

Pregunta No. 10 Respuesta: Desde que le den la garantía y el producto sea de buena calidad no tendría problema en hacerlo.

Entrevista No. 9:

Entrevistador: Natalia Bernal Lopez

Entrevistado: Jeisson Lopez

Pregunta No. 1 Respuesta: Tiene 28 años, vive en el barrio galán con la mamá y el hermano, trabaja en una multinacional, estudia contaduría pública en la Universidad Jorge Tadeo Lozano y tiene unos ingresos de \$1.900.000.

Pregunta No. 2 Respuesta: No tiene conocimiento

Pregunta No. 3 Respuesta: Televisor, nevera, estufa, computador, lavadora

Pregunta No. 4 Respuesta: Casi nunca, hasta el momento del cambio

Pregunta No. 5 Respuesta: Generalmente los gastos los asume la mamá

Pregunta No. 6 Respuesta: Aproximadamente cada dos años o cuando los electrodomésticos dejen de funcionar

Pregunta No. 7 Respuesta: Los renuevan generalmente por obsolescencia o daño de los antiguos

Pregunta No. 8 Respuesta: Si le interesaría por temas de ahorro y reciclaje

Pregunta No. 9 Respuesta: No mucho teniendo en cuenta q es usado por ahí un 15%

Pregunta No. 10 Respuesta: Depende del valor agregado que se refiera, en realidad prefiero en cadenas conocidas por temas de garantía

Entrevista No. 10:

Entrevistador: Natalia Bernal Lopez

Entrevistado: Sebastian Duarte

Pregunta No. 1 Respuesta: Tiene 29 años, trabaja como auxiliar contable con unos ingresos de \$1.300.000

Pregunta No. 2 Respuesta: No tiene conocimiento del tema.

Pregunta No. 3 Respuesta: Nevera, lavadora, televisor, microondas, licuadora, secadora

Pregunta No. 4 Respuesta: Cada 6 meses por prevención a algún daño futuro.

Pregunta No. 5 Respuesta: Dependen de los padres.

Pregunta No. 6 Respuesta: No tienen un tiempo determinado.

Pregunta No. 7 Respuesta: Cuando alguno se daña por completo o completa su vida útil

Pregunta No. 8 Respuesta: Si, le llama mucho la atención el tema del cuidado del medio ambiente.

Pregunta No. 9 Respuesta: Entre un 20% o 30% dependiendo que tan viejo está.

Pregunta No. 10 Respuesta: Si, siempre y cuando den garantía.

7.2 Análisis de resultados

Pregunta 1:	¿Cuénteme un poco sobre usted?
Objetivo:	Identificar qué hacen los clientes en su tiempo libres, su profesión, en qué trabajan, sus ingresos y con quién conviven.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones:</p> <p>El 85% de las personas son trabajadores dependientes, estudiantes, con unos ingresos mensuales entre los \$900.000 y los \$2.000.000, los cuales viven en diferentes localidades de la ciudad y conviven con sus padres o esposos/as.</p>	

Pregunta 2:	¿Sabe usted en qué consiste el posconsumo de electrodomésticos ¿
Objetivo:	Identificar qué tanto conocen las personas del posconsumo y así poder saber que tan fiable sería el proyecto.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones:</p> <p>El 50% de las personas entrevistadas conocen que es el posconsumo, se busca que los consumidores conozcan y asuman comportamientos y hábitos de consumo, aprovechando al máximo los equipos usados y que los residuos puedan ser reciclados.</p>	

Pregunta 3:	¿Sabe usted en qué consiste el posconsumo de electrodomésticos?
Objetivo:	Identificar qué tanto conocen las personas del posconsumo y así poder saber que tan fiable sería el proyecto.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones:</p> <p>El 98% de los entrevistados cuentan con electrodomésticos en sus hogares como: Televisores, Lavadoras, Neveras, microondas, etc... Convirtiéndose estos en los más necesitados en los hogares.</p>	

Pregunta 4:	¿Con qué frecuencia realiza mantenimiento a estos electrodomésticos?
Objetivo:	Determinar si realizan mantenimiento por prevención o solo cuando algo está fallando en el electrodoméstico.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones:</p> <p>El 90% nos indica que el mantenimiento de los electrodomésticos se estima de forma esporádica o cada que el electrodoméstico lo requiera ya que es importante poder determinar el presupuesto de cada persona para el respectivo mantenimiento, ya que los arreglos pueden ser costosos y podría persistir el problema de dicho electrodoméstico.</p>	

Pregunta 5:	¿Los gastos de estos arreglos de quién depende?
Objetivo:	Identificar qué persona del hogar está a cargo de estos gastos y así mismo darle opciones de pago.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones:</p> <p>El 75% las personas afirman que estos gastos no dependen de una sola persona del hogar, sino que se realizan de forma compartida o por los padres de familia, ya que son vistos como costos elevados e imprevistos en el hogar.</p>	

Pregunta 6:	¿Con qué frecuencia realiza mantenimiento a estos electrodomésticos?
Objetivo:	Determinar si realizan mantenimiento por prevención o solo cuando algo está fallando en el electrodoméstico.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones:</p> <p>El 98% de las personas encuestadas genera la renovación de los electrodomésticos poco constante ya que no es una necesidad de primera mano y lo hacen de forma poco periódica o cuando alguno se daña por completo.</p>	

Pregunta 7:	¿Por qué los renueva?
Objetivo:	Identificar el motivo del cambio y ofrecer garantías si el caso sea por daños.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
Conclusiones: <p>El 95% de las personas nos indica que la renovación se genera cuando los electrodomésticos dejan de funcionar, basándose en ellos el tiempo de vida de un electrodoméstico es de 8 a 10 años aproximadamente.</p>	

Pregunta 8:	¿Si existiera un proyecto en el cual recibieran su electrodoméstico usado como parte de pago para uno nuevo, le interesaría participar? ¿Por qué?
Objetivo:	Identificar que tanto les gustaría recibir un electrodoméstico nuevo por uno viejo y quienes serían los más beneficiados.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
Conclusiones: <p>Al 85% les llama la atención participar en este tipo de proyectos, ya que desean recuperar algo por el electrodoméstico que van a cambiar y así no pierden todo lo invertido en él.</p>	

Pregunta 9:	¿Conociendo el estado de su electrodoméstico usado o viejo, que porcentaje quisiera recibir por él?
Objetivo:	Determinar el valor que pagaremos por el intercambio de los electrodomésticos y así mismo buscar convenios.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones:</p> <p>El 90% estaría dispuesto a recibir entre un 10% hasta un 40% del valor inicial del electrodoméstico viejo o usado, también dependiendo de la vida útil del mismo.</p>	

Pregunta 10:	¿Daría la oportunidad de adquirir su producto nuevo en almacenes diferentes a los tradicionales con un valor agregado?
Objetivo:	Determinar qué tan viable sería nuestro proyecto en un futuro.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones:</p> <p>El 50% de las personas consideran que el mercado hoy en día presenta grandes variables, a lo cual indican que generando una garantía y adquiriendo productos de buena calidad, no tendrían problema en cambiar su mercado tradicional o de cadena.</p>	



8. Planeación estratégica

8.1. Identidad Estratégica.

MISIÓN

La misión de Ambientemos el posconsumo es la de contribuir a la conservación y manejo sostenible del medio ambiente, participando en la ejecución, administración y manejo adecuado de productos reutilizables en los electrodomésticos. Colaboraremos a la eliminación del consumo de las sustancias agotadoras para la capa de ozono.

Estos son lineamientos generales que deben regir en nuestra empresa, donde buscamos que cada uno de nosotros logre interiorizar y alinear nuestros esfuerzos hacia la consecución de la visión.

8.2. Futuro Preferido

VISIÓN

Nosotros como empresa queremos ser reconocidos como una organización líder y consolidada en la utilidad común y el mejoramiento de la calidad de vida a través de la protección y cuidado del medio ambiente. Ejecutando estrategias orientadas a la reducción de la contaminación.

Para ello, ponemos a disposición las mejores capacidades profesionales, para garantizar altos niveles de eficiencia en sus actuaciones, a la vez que adquiere un fuerte compromiso con todos sus grupos de interés para el cumplimiento de la misión.

8.3. Objetivos.

OBJETIVO GENERAL

- Construir una firma comercial exportable a otras regiones del país, fácilmente reproducible y que cuente con un modelo de negocio expansivo.”

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conseguir el apoyo de todos los actores públicos, privados y principalmente del consumidor final para darle un manejo ambientalmente adecuado al producto.
- Comparar el grado de satisfacción del cliente final después de prestar nuestro servicio al cabo de 2 meses
- Generar fidelidad entre los clientes potenciales
- Estructurar la propuesta para hacerla atractiva para las grandes empresas productoras de electrodomésticos y generar alianzas comerciales
- Prestar servicio óptimo, ágil y satisfactorio para el cliente final

8.4. Valores

- **Transparencia:** En nuestro ambiente empresarial, podemos integrar la transparencia hacia nuestro equipo y nuestros clientes. Transparencia implica confianza, con lo cual las relaciones humanas se forjarán llenas de confianza.
- **Diferencia:** Es muy importante para desarrollar nuestra idea de negocio, ya que a partir de ella sabremos porque nuestros clientes nos comprarían y contar con el talento y personas dispuestas a trabajar con nosotros.
- **Excelencia:** La calidad llevada al máximo, eso es excelencia. Si nos exigimos lo mejor podemos dar lo mejor. Y cuando un cliente o un empleado vean nuestra excelencia hará parte de nuestra idea.
- **Responsabilidad:** Buscamos ser responsable con el medio ambiente, de esta forma se estructura nuestra idea de negocio, lo cual, ligado a la responsabilidad social, demostraremos que nuestro interés va mucho más allá del factor económico.

9. Conclusión

Se ha propuesto desarrollar un proyecto en el cual buscamos estimar y comprender los principales aspectos del posconsumo en ciertos materiales ferrosos y reutilizables en los electrodomésticos usados o dañados mediante entrevistas, en lo cual podemos concluir que dejando a un lado los costos, podemos percibir de manera general que no se presenta un alto grado de conocimiento en productos del posconsumo de tal modo que los consumidores están dispuestos a continuar comprando electrodomésticos sin importar qué impacto ambiental pueda llegar a tener.

La base principal para crear esta cultura, debe ser enfocada inicialmente en el conocimiento que las personas puedan tener una clara retroalimentación de todos los beneficios que el reciclaje podría generarse y es por ello que buscamos con el apoyo de los entes del estado, poder llegar a cada hogar presentando una solución pronta y real, donde además podamos dar a entender lo importante que es el utilizar hoy en día para nuestro planeta y de esta forma poder contribuir con el mejoramiento del mismo. Consideramos que hoy en día al no ser una necesidad de primera mano contar con electrodomésticos en los hogares, son infaltables en los en cada casa y es por ello que nos dirigimos a este mercado que cada vez genera más facilidades de adquisición para el cliente final y al presentarles un proyecto como ambientemos el posconsumo habrá una mejor forma de prestar un servicio a cada hogar y darle mejor manejo a los materiales que afectan nuestra capa de ozono, generando rentabilidad y colaborando con el medio ambiente lo cual nos prestara toda la atención y ayuda por parte del estado.