



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

OPCIÓN DE GRADO II
CREACIÓN DE EMPRESA

KAROL VANESSA PARRA CÓRDOBA
KAREN DANIELA SOCHA BARAJAS
JHON JAIRO ROBLES MONROY

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR “CUN”

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN EN SERVICIOS DE SALUD

BOGOTÁ D.C

2017



OPCIÓN DE GRADO II
CREACIÓN DE EMPRESA

KAROL VANESSA PARRA CÓRDOBA
KAREN DANIELA SOCHA BARAJAS
JHON JAIRO ROBLES MONROY

MANUEL MENDEZ PINZÓN

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR “CUN”

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN EN SERVICIOS DE SALUD
BOGOTÁ D.C

2017

Tabla de Contenido

1. Justificación:	5
2. Desarrollo de Matriz Estratégica:	6
2.1 Descripción de la idea de negocio:	6
2.2 Identidad estratégica:	6
2.3 Futuro preferido:	6
Misión:	6
Visión:	7
2.5 Objetivos Específicos:	8
2.6 Valores:	8
2.7 Análisis de PESTEL:	8
2.8 Analisis de porter:	9
2.11 Cadena de Valor:	9
2.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas:	10
2.10 Matriz de Despliegue estratégico Generativa:	10
Estrategia:	11
2.12 Estrategia Competitiva:	11
Actividades de apoyo	11
Infraestructura de la empresa:	11
Administración de recursos humanos:	11
Desarrollo tecnológico:	12
Abastecimiento:.....	12
Actividades primarias.....	12
Logística de entrada:	12
Operaciones:.....	13
Logística de salida:.....	13
Ventas:.....	13
Márgenes	13
Servicio:	13
3. ESTUDIO DE MERCADOS	14
3.1 Objetivos del Estudio de Mercados:	14

3.2 Definición del mercado objetivo:	14
3.3 Metodología de Investigación:	14
3.4 Análisis de Investigación:	15
Análisis primario	15
Análisis secundario:	15
4. PLAN DE MARKETING	15
4.1 Objetivos del Plan de Marketing	15
4.2Estrategia de producto:	16
4.2.1 Estrategia de marca:	16
4.2.1 Estrategia de Empaque:	17
4.2.3Estrategia de producto Postventa:	17
4.3 Estrategia de Precio:	17
4.4 Estrategia de publicidad:	18
4.4.1 Plan de Medios:	18
4.6 Estrategia de distribución:	19
4.7 Proyección de Ventas:	20
5. Conclusiones:	21
6. Bibliografías:	21

1. JUSTIFICACIÓN:

Esta investigación tiene como objetivo principal dar a conocer la utilidad que tiene los accesorios escolares de material reciclable y que la comunidad los utilice con mayor frecuencia por esta razón deseamos mostrar accesorios innovadores, para que la gente tenga conciencia de utilizar el material reciclado y sepan la importancia que tiene el reciclaje para el medio ambiente. La educación primaria es considerada como parte fundamental de la formación del niño, es por esto que es importante que esta experiencia sea significativa para el niño donde su enseñanza no se dé de forma tradicional, que se vea al niño como un sujeto que no solo aprende conceptos sino que se forma como persona con valores y principios que le ayudan a tener una convivencia más pacífica y armónica basada en cuidados del medio donde se desarrolló. Con este proyecto se pretende beneficiar a los estudiantes para incrementar un mejor aprendizaje del buen manejo de los materiales reutilizables. En resumen podemos afirmar que el reciclaje se refleja en el buen uso y manejo de los materiales reutilizables y así obtener una vida sana generando ingresos y comprometiéndonos con el cuidado y preservación del medio ambiente. Es un proyecto aplicable a cualquier Institución Educativa en la cual se van a beneficiar todos los estudiantes y comunidad en general.

2. Desarrollo de Matriz Estratégica:

2.1 Descripción de la idea de negocio:

Nuestra idea nace sobre reciclar materiales como, el cartón, papel, y plástico pretendiendo concientizar y educar a toda la población para el cuidado del medio ambiente, por esto VIDA RECICABLE es una organización que busca beneficiar a los niños y jóvenes aprovechando estos materiales reciclables para su transformación y creación de accesorios escolares como; Agendas, portalápices, cartucheras entre otros.

2.2 Identidad estratégica:

Vida reciclable tiene como función mostrar a la población la gran utilidad que tiene el material reciclable y que puede ser utilizado en diferentes formas para cuidar el medioambiente incentivando a la comunidad para utilizar de diferentes maneras los desechos. Nuestro objetivo es que la gente conozca la importancia del uso de los desechos que arrojan diariamente, y que este nos sirva a nosotros para suplir las necesidades de la época estudiantil.

2.3 Futuro preferido:

Misión:

Dar a conocer y educar a la población de la importancia del reciclaje en casa, en el trabajo, y en las áreas de actividad diaria, para concientizar el cuidado del medio ambiente que se debe tener para la preservación de nuestro sistema ecológico y urbano, así proyectamos a la población de la conservación de productos reciclables básicos como el cartón o el plástico, para la utilización de productos reciclajes escolares innovadores que

generen ideas de auto reciclaje para cada habitante para la conservación de los productos reciclables escolares.

Visión:

Ser la primera organización departamental y nacional en la conservación de los productos reciclables escolares concientizando y educando a la población de la importancia del cuidado del medio ambiente y fortaleciendo el auto reciclaje para la construcción de nuevos elementos útiles de reciclaje escolar que sirvan en la vida diaria de cada estudiante y que sirvan en la minimización de la contaminación.

2.4 Objetivo General:

Contribuir a la preservación del Medio Ambiente, afianzando la cultura del reciclaje aprovechamiento de los recursos naturales a través de la utilización de técnicas para la elaboración de diferentes elementos, realizando actividades de comercialización de material reciclable e implementando campañas de adecuado manejo de las basuras, proceso realizado con base en el uso de medios informáticos y de las telecomunicaciones para la realización de consultas, intercambio de aportes, elaboración de trabajos y socialización de la experiencia.

2.5 Objetivos Específicos:

- Investigar diferentes técnicas para la transformación de material reciclable como el papel, el cartón y otros
- Enseñar a los estudiantes a identificar los diferentes materiales que pueden ser reciclados y cómo es su tratamiento.
- Generar con el reciclaje unos ingresos, ya que estos son aprovechados para obtener nuevos productos en nuestras industrias y consumo diario.
- Crear empleo a personas que buscan contribuir con la descontaminación y el aprovechamiento de los materiales que son reutilizables.
- Identificar dentro de nuestra sociedad la capacidad de innovar y crear un buen hábito de reciclaje dentro de las empresas y familias a nivel nacional

2.6 Valores:

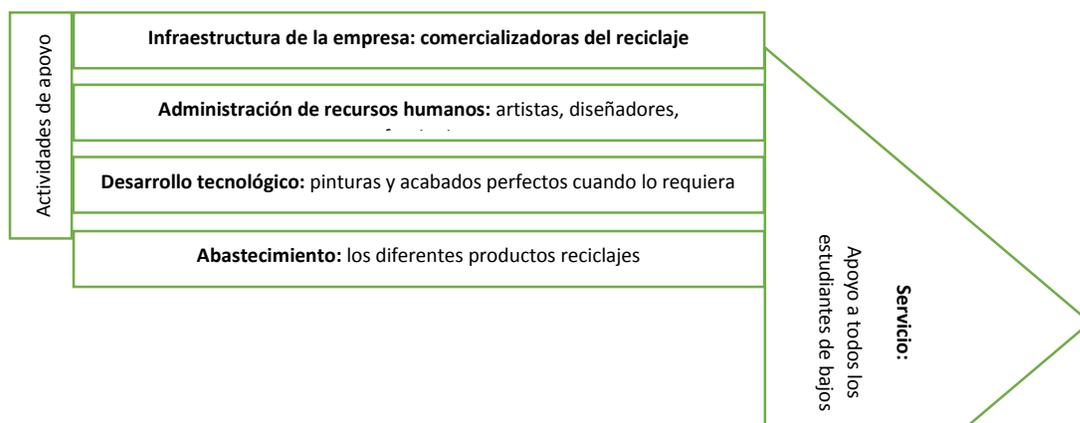
- Honestidad
- Calidad
- Transparencia
- Respeto
- Trabajo en equipo

2.7 Análisis de PESTEL:

POLITICOS	<ul style="list-style-type: none"> • La meta de la alcaldía es aprovechar el 25% de los residuos • Proyecto de acuerdo 182 del 2011 por medio del cual se adoptan medidas para organizar el manejo de residuos sólidos derivados del consumo de bebidas
ECONOMICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Hoy es mucho más barato plásticos nuevos que reciclados • Con la caída en el precio de los bienes básicos a arrastrado consigo con la de productos reciclados
SOCIALES Y CULTURALES	<ul style="list-style-type: none"> • En gran parte de los hogares caleños no se hace separación de basuras • Bogotá, Medellín y barranquilla se unirán a la campaña limpiemos Colombia
TECNOLOGIA	<ul style="list-style-type: none"> • Crean tecnología para reciclar todo tipo de plásticos sin requerir agua • Medellín se destaca en el reciclaje de tecnología obsoleta reutilizándolos como ratones de computador en mal estado
ECOLOGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboran papel con estiércol de elefantes • Un millón de botellas de plástico se utilizaron para construir eco aldea en panamá
LEGALES	<ul style="list-style-type: none"> • Decreto 596 del 11 de abril permite atender a los recicladores • La comisión nacional de los mercados y la competencia (CNMC) aboga por la creación de impuestos para el consumo de bolsas.

2.8 Análisis de porter:

2.11 Cadena de Valor:



Actividades primarias	Logística de entrada: Recolección de cada uno de los diferentes productos reciclajes	Operaciones: Fabricación de los diferentes productos reciclajes escolares	Logística de salida: La fácil compra del producto terminado	Ventas: Productos vendidos en ferias, puerta a puerta y comercializados con empresas escolares

2.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas:

Con la clasificación de cada uno de nuestros productos reciclables esperamos tener un cambio de fuerza positivo con nuestros productos escolares, implementando estrategias para el desarrollo de nuestros productos con los mejores materiales reciclables se espera la obtención de un producto terminado con las mejores características que satisfagan a cada uno de nuestros clientes, poniéndolos en la situación y en la concientización de que cada uno de nuestros productos puede ser en su debido momento desechado para el reciclaje del mismo. Nuestra empresa desea un cambio de forma positiva en las diferentes localidades y en la ciudad como tal implementando ideas que permitan:

- Determinar el cambio positivo en el reciclaje
- Organizar cada uno de los productos que se puedan reciclar
- Concientizar a la población al cuidado con el medio ambiente
- Utilizar de forma positiva cada uno de los productos reciclables

Con estos objetivos generales buscamos cambiar el concepto basura por el concepto dinero, con la fuerza impulsadora obtendremos productos reciclajes que se puedan vender generando ingresos rentables para la empresa.

2.10 Matriz de Despliegue estratégico Generativa:

Estrategia:

Cumpliendo con los objetivos planteadas por el análisis de campo de fuerza y con la fuerza impulsadora positiva del reciclaje, lograremos cumplir nuestras estrategias de negocio, enfocándonos en una visión que nos permita llevarnos a cumplir nuestra misión con la elaboración y la distribución de cada uno de nuestros productos, como estrategia principal usaremos a favor el cuidado del medio ambiente en la contribución a favor de nuestra empresa en la compra de cada uno de nuestro productos reciclables escolares.

2.12 Estrategia Competitiva:

Actividades de apoyo

Infraestructura de la empresa:

Somos una empresa de reciclaje que busca un lucro con los diferentes productos reciclajes, como empresa nos permitimos elaborar nuestros productos manualmente sin tener la necesidad de usar grandes máquinas de última tecnología, enseñamos a la población un principio básico con el reciclaje haciendo concientización y educándolos a cuidar el medio ambiente con productos básicos como nuestros productos escolares.

Administración de recursos humanos:

En la administración de nuestros recursos humanos contamos con artistas y diseñadores urbanos que nos muestran las diferentes formas actuales de moda para los niños escolares de nuestra actualidad, ensañándoles a reciclar y a cuidar del medio ambiente.

Desarrollo tecnológico:

Nuestra empresa como lo mencionamos anteriormente realiza la elaboración de los diferentes productos reciclajes escolares a mano, todo lo realizamos a manualidad, por ello solo a petición de nuestros clientes usaríamos pinturas y acabados perfectos.

Abastecimiento:

Para el abastecimiento de nuestro producto concientizamos a la población de reciclar en casa, en los trabajos y lugares de actividad diaria, con el fin de facilitar a nuestra empresa los diferentes productos reciclables para la elaboración de nuestros productos escolares.

Actividades primarias

Logística de entrada:

La recolección de los diferentes productos reciclables en las diferentes localidades y ciudades del departamento.

Operaciones:

Fabricación de los diferentes productos reciclables a pedido por nuestros clientes, con diseños únicos e innovadores, que permitan nuestra fácil comercialización en las diferentes áreas de la ciudad.

Logística de salida:

La fácil compra para los diferentes clientes que tenemos en la ciudad, la fácil comercialización del producto escolar, siempre teniendo en cuenta el visto bueno de los padres para menores de 10 años para la compra del producto.

Ventas:

Nuestros productos siempre son promovidos en ferias escolares, y vendidos en las diferentes escuelas, colegios o universidades para su fácil consumo y fácil venta para los consumidores del mismo.

Márgenes

Servicio:

Nuestro servicio se basa en un producto básico para los estudiantes, y facilitando productos escolares a estudiantes de bajos recursos que cubran las mismas necesidades de productos de alto costo como norma, dando apoyo a todos los estudiantes de bajos recursos en nuestra población.

3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1 Objetivos del Estudio de Mercados:

- Implementar el reciclaje como materia prima principal para la elaboración de cada uno de nuestros productos.
- Aumentar la producción de nuestros productos reciclables mediante una demanda de artículos escolares.
- Clasificar los productos reciclables y aprovechar sus condiciones para la transformación de nuevos productos escolares.

3.2 Definición del mercado objetivo:

Como empresa encargada en el reciclaje y en la transformación de los materiales desechados a nuevos materiales reciclables escolares, pretendemos inicialmente concientizar y educar a la población en sus hábitos de reciclaje en todas las áreas como la casa, el trabajo y sus áreas de actividad diaria. Buscamos posesionarnos en ser una empresa comercializadora en productos reciclables, para la elaboración de nuevos productos escolares que cumplan todas las necesidades de nuestros clientes en productos tan básicos como un portalápiz, una cartuchera o una libreta con hojas reciclables. Nuestro método en un estudio de oferta y demanda para los productos de bienes y servicios es buscar cada una de las necesidades de nuestros clientes, que les gusta, sus colores de preferencia, como lo quieren y sobre que valores lo quieren obtener, con gustos tan básicos como estos podemos clasificar los diferentes precios según el cliente y posesionarnos en el mercado como una empresa líder en la elaboración de nuevos productos reciclables escolares para todas las edades.

3.3 Metodología de Investigación:

Encuesta de 20 preguntas.

3.4 Análisis de Investigación:

Análisis primario:

Como empresa comercializadora en productos reciclables inicialmente queremos hacer concientizar y educar a la población en optar con el reciclaje en casa o en sus áreas de actividad diaria, con el fin de proteger el cuidado del medio ambiente fortaleciendo nuestro hábitat y ecosistema y aprovechando así los productos reciclables por la población para la recolección de nuestros productos para la implementación de una nueva etapa de transformación a productos escolares. Buscamos como empresa el lucro propio para el crecimiento de nuestra empresa con fines reciclables.

Análisis secundario:

Como se menciona al final de nuestro análisis primario nuestra empresa busca el lucro propio buscando la facilidad de la recolección de los productos reciclables, con el fin de reciclarlos con mucha más facilidad y así poder clasificar los productos más defectuosos a los productos con mayor vida útil. Con estos fines claros transformaremos el reciclaje en un nuevos productos reciclables escolares que cumplan con todas la necesidades de nuestros clientes.

Como conclusiones del análisis primario y secundario, buscamos facilitar a nuestra empresa los diferentes productos reciclables, haciendo concientizar y educando a la población en la recolección en casa y sus lugares de actividad diaria que el reciclaje es algo vital para su hábitat y ecosistema.

4. PLAN DE MARKETING

4.1 Objetivos del Plan de Marketing:

- Mantener, concientizar y educar a la población en reciclar en casa, en el trabajo, y en todas las áreas de actividad diaria.

- Poner en marcha y hacer cursos básicos de cómo se deben clasificar los diferentes productos reciclables en todas las áreas de actividad diaria de la población.
- Aprovechar el reciclaje de la población para la facilidad de recolección de productos reciclables que faciliten la nueva transformación de productos escolares para ahorrar costos de elaboración y clasificación en nuestra empresa.

4.2 Estrategia de producto:

Cada vez son más las compañías que aportan de una u otra manera su grano de arena para el cuidado del medio ambiente, reflexionando sobre esta iniciativa y queriendo ser parte de ella, es por eso que los accesorios escolares son elaborados con material 100% reciclable, creados para cumplir con las necesidades de preservar y proteger los útiles escolares de niños y jóvenes, incluso permitiéndoles conservar sus notas, dibujos e ideas de manera organizada con nuestras agendas originales y productos de óptima calidad.

4.2.1 Estrategia de marca:

El nombre vida reciclable surge como propuesta a la concientización que debemos tomar cada uno de nosotros sobre el daño que estamos generando a la tierra, haciéndoles saber que con simples y sencillas acciones como el reciclar y darle vida a estos materiales que desechamos día a día, ya sea en los hogares trabajos y escuelas se pueden modificar con un poco de imaginación para hacer elementos creativos que suplan las necesidades y al

mismo tiempo se contribuya a una problemática que afecta a todos los seres vivos, sobre el mal uso que le damos a los recursos que nos brinda la naturaleza y que con el pasar del tiempo se incrementan las medidas que debemos tomar precipitadamente.

4.2.1 Estrategia de Empaque:

El empaque de los accesorios escolares, es un empaque ecológico creado con base en papel reciclable que protegerá y conservará los productos para así llegar en buen estado a todos nuestros clientes, además el empaque llevará un rasgo diferenciador como lo es el logotipo de la compañía de vida reciclable.

4.2.3 Estrategia de producto Postventa:

El propósito para lograr fidelizar los clientes y así mismo conseguir nuevos consumidores, la compañía ha planteado una promoción a las personas que han adquirido más de 5 productos de la compañía VIDA RECICLABLE el cual se irá registrando en la base de datos para garantizarles la promoción de su próxima compra con el 10% de descuento.

4.3 Estrategia de Precio:

La implementación de materiales reciclables para la elaboración de accesorios escolares permite que estos productos sean más asequibles para los consumidores ya que se puede decir que presentan un bajo costo por su fácil adquisición, sin embargo el uso de otros materiales no contaminantes para su decoración y diseño pueden incidir en la variación del precio con respecto a la competencia.

Los precios de los accesorios están fijados en un intervalo de \$5.000 a \$8.000 peso, así mismo la forma de pago establecida es al efectivo el 100%, si bien no se justifica otro medio de pago por su bajo costo.

4.4 Estrategia de publicidad:

Es de gran importancia para vida reciclable dar a conocer los productos, más aun tener la satisfacción de los clientes con lo que adquieren de la compañía. Nuestro objetivo para hacer llegar los accesorios a las personas y despertar interés especialmente en los niños y jóvenes, es promocionar los artículos principalmente en lugares cercanos a colegios y centros de estudio sitios estratégicos donde frecuentan más niños y jóvenes y que por consiguiente puede generar una necesidad para sus actividades estudiantiles.

No solo se dispondrán de los accesorios escolares en papelerías sino también en redes sociales como Facebook e Instagram.

4.4.1 Plan de Medios:

Vida reciclable aprovecha el auge de la tecnología , la incidencia y las posibilidades que brinda este medio en los niños y jóvenes, a causa de ello el canal de publicidad que será utilizado para promover los accesorios escolares son las redes sociales tanto como un blog corporativo, ya que este permite captar su atención siempre y cuando la página de la

corporación y las redes sociales cuenten con su toque de creatividad y les permita interactuar en ella divulgando sus intereses y porque no sus contribuciones en el cuidado del medio ambiente. Además las publicaciones se realizaran con constancia, mas sin embargo serán más evidentes en temporada escolar ya sea a inicios del año o a mediados del año, tanto promociones como productos nuevos.

4.6 Estrategia de distribución:

Vida reciclaje cuenta con un canal de distribución directo ya que los accesorios escolares son creados y vendidos por la misma compañía. “Cuando hablamos de una distribución directa es cuando tú eres el que produce el producto y tú también eres el que lo vende o hace llegar al consumidor final”. (cruz)

4.7 Proyección de Ventas:

PROYECCION DE VENTAS												
PRIMER AÑO												
MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
PV	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
UD	20	22	24	27	29	32	35	39	43	47	52	57
Ventas	120000	132.000	145.200	159.720	175.692	193.261	212.587	233.846	257.231	282.954	311.249	342.374
PV	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
UD	20	22	24	27	29	32	35	39	43	47	52	57
Ventas	\$ 120.000	\$ 132.000	\$ 145.200	\$ 159.720	\$ 175.692	\$ 193.261	\$ 212.587	\$ 233.846	\$ 257.231	\$ 282.954	\$ 311.249	\$ 342.374
PV	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000
UD	20	22	24	27	29	32	35	39	43	47	52	57
Ventas	\$ 100.000	\$ 110.000	\$ 121.000	\$ 133.100	\$ 146.410	\$ 161.051	\$ 177.156	\$ 194.872	\$ 214.359	\$ 235.795	\$ 259.374	\$ 285.312
Ventas Total	\$ 340.000	\$ 374.000	\$ 411.400	\$ 452.540	\$ 497.794	\$ 547.573	\$ 602.331	\$ 662.564	\$ 728.820	\$ 801.702	\$ 881.872	\$ 970.060

SEGUNDO AÑO												
MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
PV	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360
UD	63	69	76	84	92	101	111	122	135	148	163	179
Ventas	\$ 399.208	\$ 439.129	\$ 483.042	\$ 531.346	\$ 584.481	\$ 642.929	\$ 707.221	\$ 777.944	\$ 855.738	\$ 941.312	\$ 1.035.443	\$ 1.138.987
PV	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360	\$ 6.360
UD	63	69	76	84	92	101	111	122	135	148	163	179
Ventas	\$ 399.208	\$ 439.129	\$ 483.042	\$ 531.346	\$ 584.481	\$ 642.929	\$ 707.221	\$ 777.944	\$ 855.738	\$ 941.312	\$ 1.035.443	\$ 1.138.987
PV	5300	5300	5300	5300	5300	5300	5300	5300	5300	5300	5300	5300
UD	63	69	76	84	92	101	111	122	135	148	163	179
Ventas	\$ 332.673	\$ 365.941	\$ 402.535	\$ 442.788	\$ 487.067	\$ 535.774	\$ 589.351	\$ 648.286	\$ 713.115	\$ 784.426	\$ 862.869	\$ 949.156
ventas total	\$ 1.131.090	\$ 1.244.199	\$ 1.368.618	\$ 1.505.480	\$ 1.656.028	\$ 1.821.631	\$ 2.003.794	\$ 2.204.174	\$ 2.424.591	\$ 2.667.050	\$ 2.933.755	\$ 3.227.131

TERCER AÑO												
MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
PV	\$ 6.742	\$ 6.742	\$ 6.742	\$ 6.742	\$ 6.742	\$ 6.742	\$ 6.742	\$ 6.742	\$ 6.742	\$ 6.742	\$ 6.742	\$ 6.742
UD	197	217	238	262	288	317	349	384	422	465	511	562
Ventas	\$ 1.328.138	\$ 1.460.952	\$ 1.607.047	\$ 1.767.752	\$ 1.944.527	\$ 2.138.979	\$ 2.352.877	\$ 2.588.165	\$ 2.846.982	\$ 3.131.680	\$ 3.444.848	\$ 3.789.333
PV	6742	6742	6742	6742	6742	6742	6742	6742	6742	6742	6742	6742
UD	197	217	238	262	288	317	349	384	422	465	511	562
Ventas	\$ 1.328.138	\$ 1.460.952	\$ 1.607.047	\$ 1.767.752	\$ 1.944.527	\$ 2.138.979	\$ 2.352.877	\$ 2.588.165	\$ 2.846.982	\$ 3.131.680	\$ 3.444.848	\$ 3.789.333
PV	5618	5618	5618	5618	5618	5618	5618	5618	5618	5618	5618	5618
UD	197	217	238	262	288	317	349	384	422	465	511	562
Ventas	1.106.716	1.217.388	1.339.126	1.473.039	1.620.343	1.782.377	1.960.615	2.156.676	2.372.344	2.609.578	2.870.536	3.157.590
ventas total	\$ 3.762.992	\$ 4.139.291	\$ 4.553.220	\$ 5.008.542	\$ 5.509.396	\$ 6.060.336	\$ 6.666.370	\$ 7.333.007	\$ 8.066.307	\$ 8.872.938	\$ 9.760.232	\$ 10.736.255

5. Bibliografías:

Calambas, V., Alirio, F., Marmolejo Rebellón, L. F., & Torres Lozada, P. (2012). Alternativas para fortalecer la valorización de materiales reciclables en plantas de manejo de residuos sólidos en pequeños municipios. *Ciencia e ingeniería neogranadina*, 22(1), 59-73.

Editorial Vértice. (2007). *Plan de marketing*. Editorial Vértice.

Jácome Arequipa, A. V. (2014). Elaboración y aplicación de una guía didáctica de técnicas grafo plásticas con material reciclable, para mejorar el aprendizaje, en la ludoteca de la Carrera de Educación Parvularia de la Universidad Técnica de Cotopaxi en el sector Eloy Alfaro del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi durante el período 2011-2012.

Pacheco Calvopiña, E. S. (2015). *Uso de material reciclable, en las prácticas de laboratorio de ciencias naturales de la Universidad Técnica de Cotopaxi en la carrera de educación básica, ciclo académico marzo 2011-septiembre 2011* (Bachelor's thesis, LATACUNGA/UTC/2015).

Rajadell Carreras, M. (2009). Creación de empresas.

Vicuña del Pozo, A. B. (2013). *Home Notebook, colección de sketchbooks más accesorios de papel* (Bachelor's thesis)

