

MODELO DE NEGOCIO BASADO EN LA CAPACITACIÓN INCLUSIÓN  
FORMALIZACIÓN DE RECUPERADORES AMBIENTALES, OPTIMIZACIÓN Y MANEJO  
DE RESIDUOS APROVECHABLES

Paula Fernanda Lozano Acevedo

Angie Yakeline Caro Moreno

Jhon Ferney Esposito López



 <https://www.facebook.com/whitecitychia>

 <https://instagram.com/whitecitychia?igshid=1akg9g6in0v2z>

## COMPROMISO DEL PRIMER AUTOR

Yo Paula Fernanda Lozano Acevedo identificada con C.C 1078372346; estudiante del programa Administración de Empresas declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente –original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



---

Firma

## COMPROMISO DEL SEGUNDO AUTOR

Yo Angie Yakeline Caro Moreno identificada con C.C 10727717385, estudiante del programa Administración de Empresas declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

YAKELINE CARO

---

Firma

## COMPROMISO DEL TERCER AUTOR

Yo Jhon Ferney Esposito López identificado con C.C 80780616 estudiante del programa Administración de Empresas declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

JHON ESPOSITO

Firma

## INTRODUCCIÓN

Todos los días se disponen en el relleno de Mondoñedo muchas toneladas de la mal llamada basura, esta se disminuirá de manera significativa si todos realizáramos la debida disposición de nuestros residuos allí aparece la labor de estas personas tan importantes “los recuperadores” quienes no solo consiguen el sustento de sus familias, sino que también aportan un granito de arena para mantener este planeta un poco mejor.

Siempre la labor del recuperador es subestimada por algunas personas ya que se ven obligadas a hurgar en nuestra basura, pero si se hiciese más concientización del cuidado del medio ambiente y se realizara una adecuada separación en la fuente, se le facilitaría la labor para ellos, por esto es tan importante capacitar a productores de basura como a los recuperadores y mostrar cuan importantes son para la comunidad y para el bienestar común de allí nace nuestra idea de plan de negocio.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Formación de una empresa “White City” para el aprovechamiento de residuos donde se capacitará y optimizará la recolección y el buen manejo de residuos aprovechables en conjuntos residenciales de Chía.

### **Objetivos específicos**

- Formalización de recuperadores ambientales
- Capacitación a clientes
- Áreas limpias y señalizadas

## **CLAVES PARA EL ÉXITO**

Nuestro proyecto empresarial White City se diferencia en que nosotros no tomamos al personal como los más llamados simples recicladores sino como parte fundamental de nuestra empresa y como cuidadores del medio ambiente y como mitigadores del impacto ambiental que generamos, por esto los capacitamos para que presten un servicio más idóneo y dando una mejor atención al usuario.

Nuestros usuarios nos preferirán por la calidad de nuestra atención la organización y la inducciones y capacitaciones que daremos para mejorar su entorno, en resumen, organización y capacitación y atención son el estandarte de White City.

## INNOVACIÓN

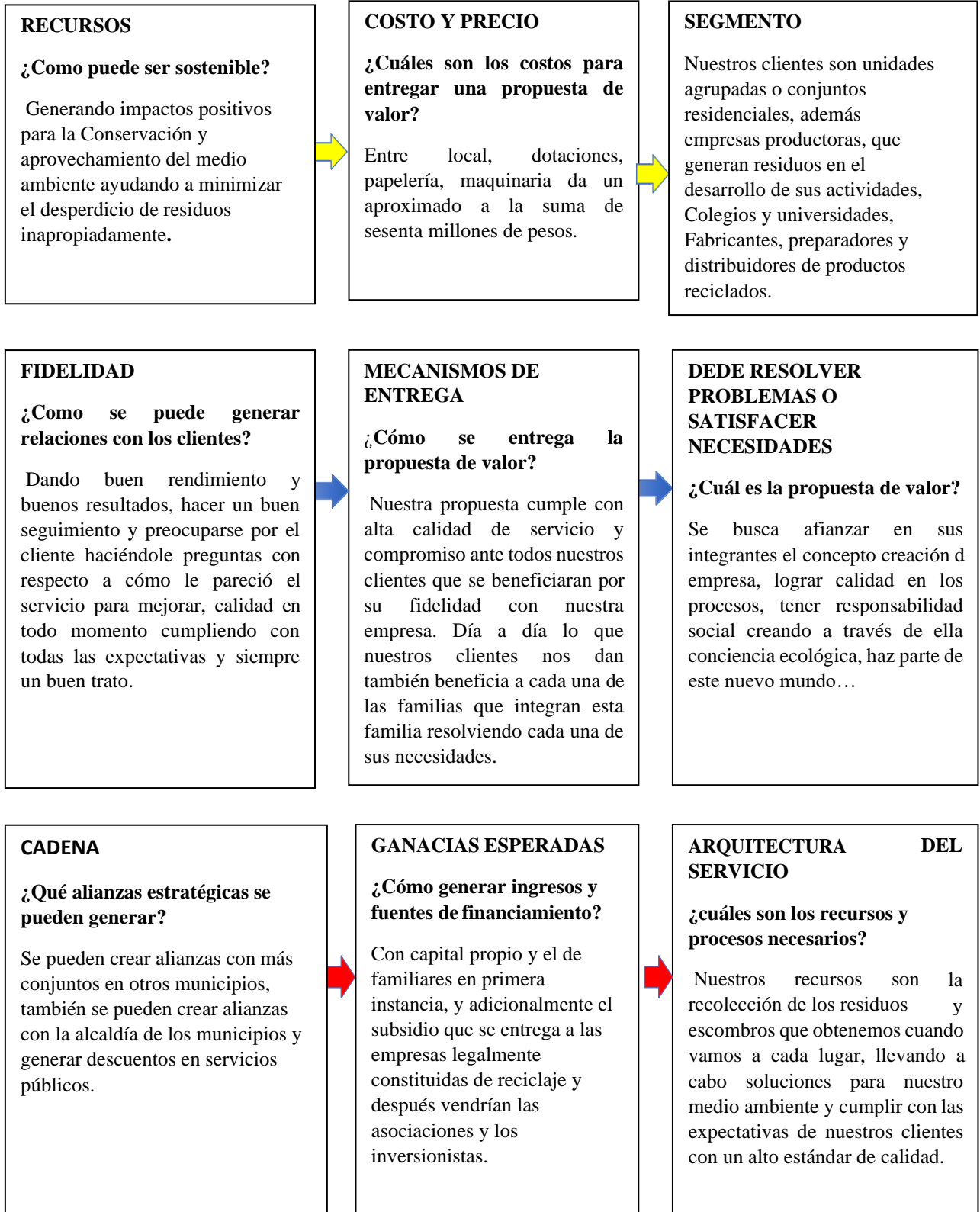
### 1. Descripción de la idea de negocio

<b>¿Cuál es el producto o servicio?</b>	El servicio que se ofrecerá es la capacitación, inclusión, formalización de recuperadores ambientales, optimización y manejo de residuos aprovechables en conjuntos residenciales o unidades agrupadas.
<b>¿Quién es el cliente potencial?</b>	Los clientes potenciales son recuperadores del municipio de Chía y habitantes de conjuntos residenciales, además empresas productoras, que generan residuos en el desarrollo de sus actividades, Colegios y universidades, Fabricantes, preparadores y distribuidores de productos reciclados.
<b>¿Cuál es la necesidad?</b>	Disminuir la cantidad de residuos generados por la unidad para acortar gastos, ya que no se dan las pautas necesarias para que los ciudadanos puedan separar el material desde a fuente, al igual que el reconocimiento y dignificación en la labor de los recuperadores.
<b>¿Cómo?</b>	Se efectuaría en los conjuntos del municipio de Chía ya que estos presentan sus residuos en un solo punto siendo más fácil la recolección, se capacitará en normas laborales y atención al usuario y se conseguirán acuerdos con los administradores de estos conjuntos para que sea allí exclusivo el personal.
<b>¿Por qué lo preferirían?</b>	Nos preferirían por atención al usuario, organización y además se otorgarían beneficios (puntos limpios o carteleras de señalización); y como prestadores del servicio complementario residual.



## 2. Modelo de negocio

### 2.1 MODELO DE NEGOCIO



## **¿Cuál es su modelo de venta por internet?**

El modelo de negocio por internet que se acogería en inicio sería el crowdfunding para poder recaudar el dinero de inicio luego de ser creada la empresa y empezar a presentar ganancias será auto sostenible con los primeros clientes, igualmente por medio de una página web, y redes sociales ya que la importancia del marketing digital para una empresa es fundamental ya que en la actualidad las herramientas tecnológicas y las distintas estrategias de marketing digital se han convertido en un elemento fundamental en el espacio empresarial ya que estamos en un mundo globalizado que día a día nos lleva a adaptarnos a cambios. Las empresas deben ser rápidas y eficientes con todos los recursos, para esto la tecnología ha llegado para eliminar barreras a través de sistemas innovadores que se adaptan a las necesidades de cada compañía. Actualmente es común que las empresas busquen optimizar sus procesos y para esto se están implementando diferentes escenarios en los cuales la tecnología es la protagonista, pues se introduce en los diferentes procesos mejorando la producción el despacho y las ventas que permitirá construir ventajas competitivas con las cuales se lograra posicionamiento en el mercado.

## **¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por internet escogido?**

Los clientes se captarán en primera parte se toman los contactos de los usuarios agrupados para organizar visitas presenciales o virtuales.

## **¿Cómo y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por internet escogido?**

Las alternativas que se ofrecemos para los cuales se unan al crowdfunding es el aumento de la inversión inicial y a los clientes se les dará un servicio satisfactorio y con normas de atención al usuario.

**¿Cómo cerrará la venta por internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde el modelo?**

El método de pago será con transferencia a cuenta corporativa y la venta se cerrará enviando la documentación para ser firmado el acuerdo

**2. Innovación sostenible**

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p><b>Producto o servicio ¿El producto tiene un ecodiseño?</b></p> <p>Sí, porque nace para mejoramiento del entorno ecológico.</p>	<p><b>¿Usa eficientemente el agua?</b></p> <p>si</p> <p><b>¿Cómo?</b></p> <p>Reciclando el agua lluvia para la limpieza de algunos materiales (producto de reciclaje)</p>	<p><b>¿Reduce el consumo de energía?</b></p> <p>Si</p> <p><b>¿Cómo?</b></p> <p>Usando materiales que consuman menor cantidad de energía.</p> <p><b>¿Qué equipos utiliza?</b></p> <p>Bombillas LED Sistemas de pesaje de última generación</p>	<p><b>¿Reduce los insumos?</b></p> <p>No aplica</p> <p><b>¿utiliza químicos?</b></p> <p>No aplica</p> <p><b>¿Qué empaque y embalaje utiliza?</b></p> <p>Estibas</p>	<p><b>¿Ha medido su huella de carbono?</b></p> <p>La huella de carbono no se ha medido</p> <p><b>¿Cuál es el resultado?</b></p> <p>mejoramiento de tecnologías.</p>	<p><b>¿Qué residuos recicla?</b></p> <p>Papel archivo.</p>

<p><b>Marketing</b>  <b>¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca el ambiente?</b></p> <p>Nuestra labor está en pro del cuidado del medio ambiente.</p>		<p><b>¿Qué medios de transporte utiliza?</b></p> <p>Vehículos rentados para el transporte del material reciclado</p>	<p><b>¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?</b></p> <p>Material de papel publicitario y digital.</p>		
--	--	--	---	--	--

### 3. del océano azul. Estrategia

#### Análisis del sector

En el municipio de Chía existen varias unidades agrupadas las cuales necesitan una atención idónea en la parte de recursos aprovechables igualmente personas que realizan esta labor las cuales merecen ser reconocidas como trabajadores y no como recicladores.

#### 1. Identifique quien su competencia

- ASOAMBIENTAL A.S.P CHIA
- ASOCIACIÓN DE RECICLADORES DE CAJICA
- Asoreciklar E.P.S Chía

#### 2. Defina las variables importantes para su idea de negocio

1. Limpieza (3)

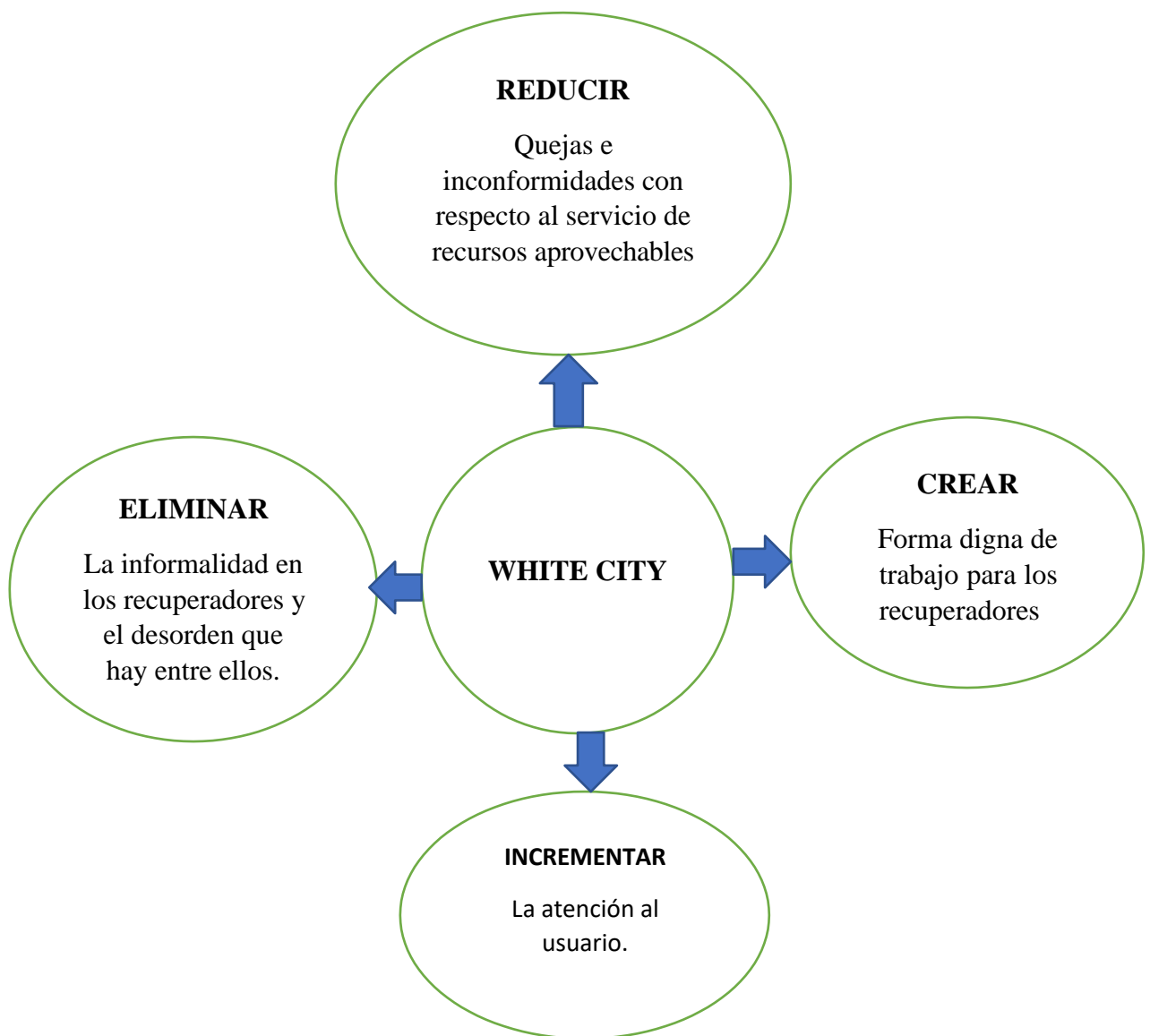
2. atención (4)

3. Orden (5)


4. presentación personal (4)

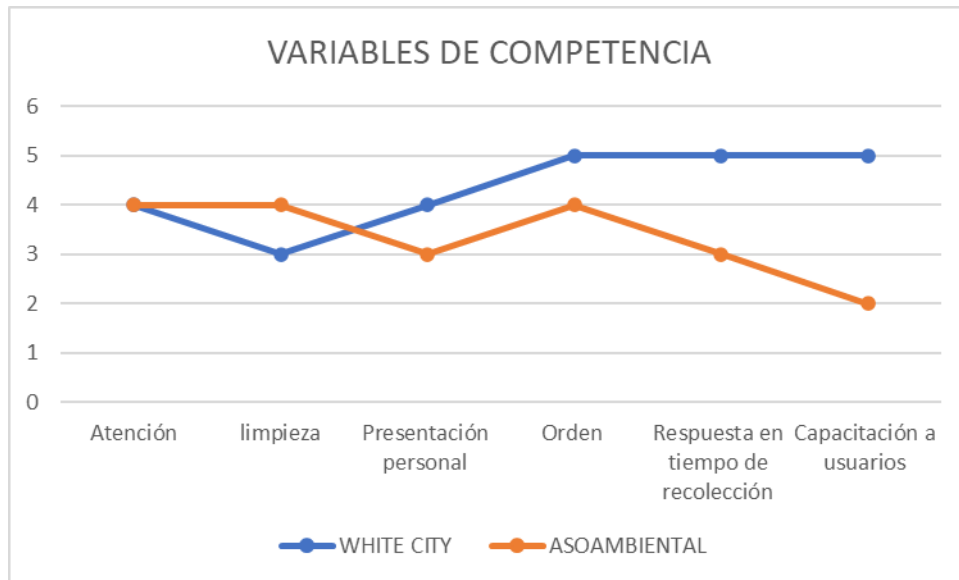
3. Dele valores de (1 a 5)

4. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)



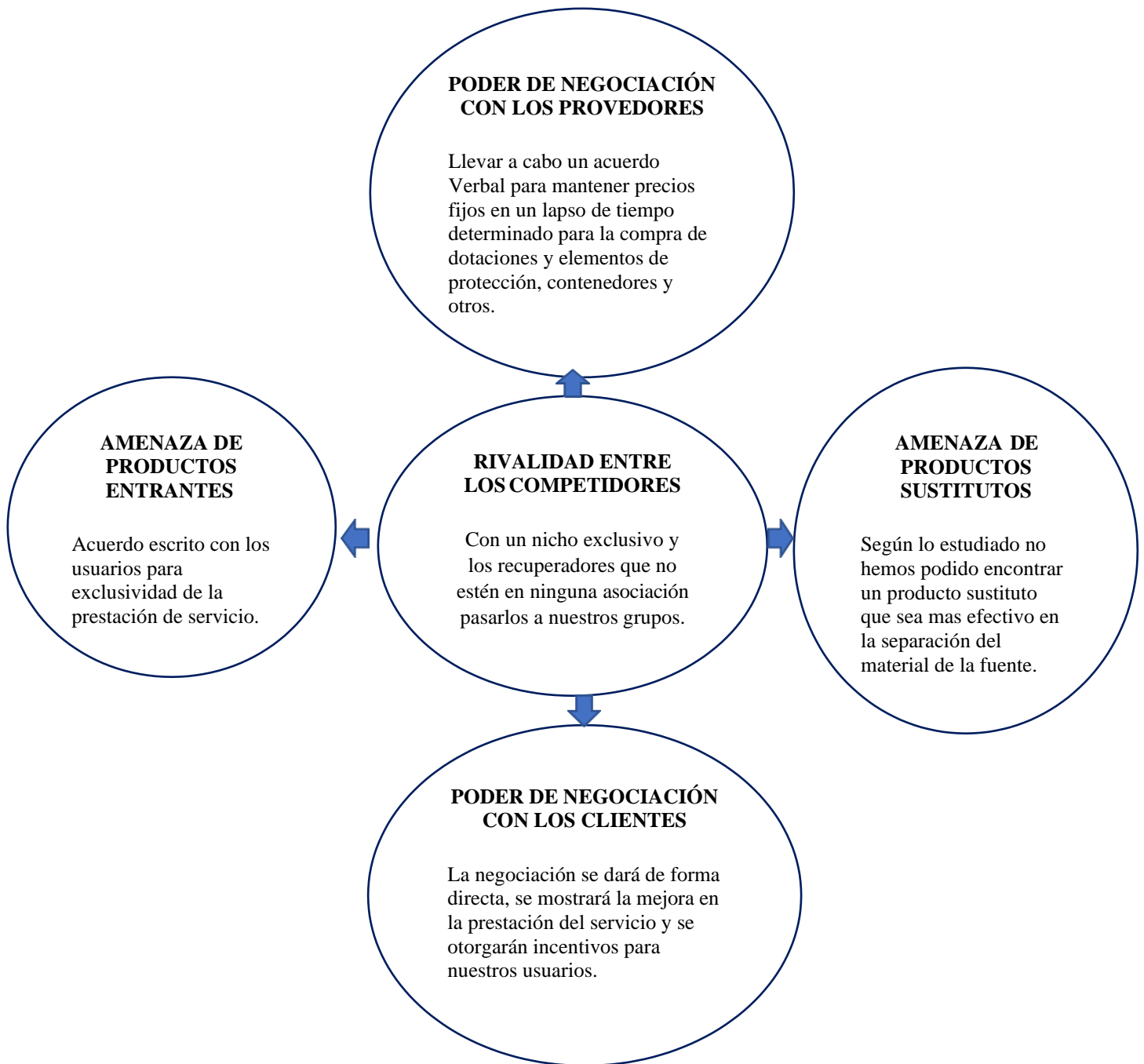
Desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importante que van a diferenciarlo con su competencia:

	Atención	limpieza	Presentación personal	Orden	Respuesta en tiempo de recolección	Capacitación a usuarios
WHITE CITY	4	3	4	5	5	5
ASOAMBIENTAL	4	4	3	4	3	2
ESTRATEGIA	Capacitar a los recuperadores en atención al usuario.	El compromiso de nuestro personal es mantener el área limpia y tener todos los elementos necesarios para el desarrollo de esta.	El personal debe estar carnetizado y uniformado.	Se llevará un acuerdo con los usuarios para tener el aprovechamiento en un espacio donde no cause obstrucción a paso público o áreas comunes	tendríamos la misma respuesta en los tiempos de recolección de residuos	capacitaremos a nuestros usuarios para aumentar el volumen de residuos aprovechables y concientizarlos del cuidado del medio ambiente.



### **Análisis de Porter**

Las cinco fuerzas pueden ayudar a su idea a comprender la estructura del sector en el cual compite y elaborar una posición que sea más rentable y menos vulnerable a los ataques. Para resolver realice la lectura "CINCO FUERZAS DE PORTER".





## MARKETING MIX

### 5.1 Estrategias de producto para clientes

**Núcleo:** Contamos con todo el conocimiento y experiencia de nuestro personal altamente capacitado para la diferenciación del producto.




**Calidad:** fiabilidad del servicio, comunicación, profesionalismo, capacidad de respuesta.

**Envase :** : No aplica

**Diseño :** Logo

**Servicio:** Atención al usuario, inclusión, capacitación y la formalización de la calidad.

### Portafolio

Rol	Plan basico “bonsai ” 	Plan 2+ “pino” 	Plan comercial “bosque” 
Dónde juego	Capacitaciones y servicio de recolección	Capacitación de separacion en la fuente y puntos limpios	Capacitaciones enfocadas a ls parte comercial y puntos limpios según necesidad
Cuál es el juego	Conjuntos pequeños con pocas unidades residenciales .	Conjuntos grandes con unidades	Empresas que produzcan grandes

		residenciales y locales comerciales .	volumenes de residuos.
Usuarios no mayor a 200 unidades		Usuarios mayor a 200 unidades	Comerciales

### **Estrategia de precios**

La estrategia de precios más conveniente para nuestra idea de negocio es La definición de precios según la competencia ya que esta nos ayudara a conseguir los objetivos de la misma, esta estrategia hace que los precios muy altos puedan servir como estrategia de marketing para cobrar por el valor percibido de nuestro producto o servicio, pero ese precio debe estar justificado realmente en la calidad del producto y la calidad de la marca.

Los precios bajos pueden ayudar a captar una amplia cuota de mercado, pero implica el riesgo de que acabe reduciendo demasiado los márgenes de beneficio. Se podría llegar al punto de que, aun teniendo una alta facturación, la empresa no fuera rentable.

El precio medio o igual tiene su mayor riesgo en la falta de diferenciación. Cuando todos los precios son muy similares, el cliente duda sobre nuestra propuesta de valor, por lo que nuestra cuota de mercado tiende a reducirse a medida que surgen nuevos competidores.

### **Estrategia de distribución**

*Canal de marketing directo* : alianzas directamente con grandes empresas de reciclaje interesadas en comprar el material recolectado.

*Canal de marketing indirecto* : charlas de concientización de la importancia de la separación de residuos aprovechables.

### **Estrategia de comunicación**

**Publicidad:** folletos, pancartas, volantes, publicidad en redes sociales y emisora de chia.

**promoción de ventas:** pequeñas demostraciones de material reciclado.

**ventas personales:** directamente con las ECAS

**relaciones públicas:** vinculación con las empresas de recolección de residuos no aprovechables.

**marketing directo:** en principio se consiguen todos los contactos ya sea por medio telefónico o por correo para la presentación de la empresa

**MARKETING MIX**

ESTRATEGIA	OBJETIVO SMART	COMO (DESCRIBA COMO LLLEGARA EL OBJETIVO)	QUIEN (CON QUE MEDIOS O PERSONAS SE APOYARA)	CUANDO (TENGA PRESENTE LA FECHA)	DONDE (DEFINA ESPECIFICAMENTE EL LUGAR DONDE SE REALIZARÁ)	VALOR (APROXIMACIÓN AL COSTO)
PRODUCTO	Aumentar la recolección de residuos aprovechables en un 50% dándole inclusión a recuperadores a lo largo de los próximos 6 meses.	Se efectuará en principio dándole inclusión y capacitación constante a nuestros recuperadores con sentido de pertenecía por nuestra empresa y esto llevará a que haya exclusividad por parte de nuestros clientes.	La inclusión de recuperadores ambientales capacitados nos apoyaran en todos nuestros procesos.	Septiembre 2020	Se efectuaría en los conjuntos del municipio de Chía	\$ 5.000.000
PRECIO	Incrementación de clientes con exclusividad contratada mínima de 6 meses con beneficio de precio hasta con un 10% de descuento	Se llevarán a cabo contratos de exclusividad con descuentos incorporados y mejores tarifas.	La inclusión de recuperadores ambientales capacitados nos apoyaran en todos nuestros procesos.	Septiembre 2020	Se efectuaría en los conjuntos del municipio de Chía	\$4.000.000

<p>PROMOCION Y COMUNICACIÓN</p>	<p>Aumentar las visitas en nuestras páginas web oficiales en un 50% dentro de los siguientes 30 días, dando a conocer nuestro portafolio de servicios.</p>	<p>Por medio de las redes sociales se mostrará la presentación de nuestra empresa con la visión, misión y quiénes somos, también el portafolio de servicios y las evidencias del mejor trabajo realizado por nuestros colaboradores.</p>	<p>Facebook  <a href="https://web.facebook.com/whitecitychia?rdc=1&amp;rdr">https://web.facebook.com/whitecitychia?rdc=1&amp;rdr</a>  Instagram  <a href="https://www.instagram.com/?hl=es-la">https://www.instagram.com/?hl=es-la</a>  Página Web  <a href="https://whitecity255.wixsite.com/admon-de-empresas">https://whitecity255.wixsite.com/admon-de-empresas</a>  Brochure  Apoyo de la alcaldía  Las personas encargadas del mercadeo serian son los generadores del emprendimiento</p>	<p>Septiembre 2020</p>	<p>Se efectuaría en los conjuntos del municipio de Chía</p>	<p>\$ 3.000.000</p>
---------------------------------	--	--	---	------------------------	---	---------------------

## DESARROLLO DE MARCA

### MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

NOMBRE DE LA IDEA

WHITE CITY
------------

PASOS	OBJETIVO	RESULTADO
<b>Primer paso:</b> Diagnostico de Mercado	A. Identificación del sector	En el municipio de Chía, aunque el reciclaje está en desarrollo cuenta con 7 agrupaciones de recicladores en labores de acopio, Los materiales más reciclados son cartón y papel, y nosotros queremos aumentar el reciclaje en otras como el PET y otros, pero hace falta la concientización de los generadores de residuo por lo que se escogió este sector ya que está en bastante crecimiento y porque nos preocupa el medio ambiente.
	B. Identificar marcas en competencia	Reciclajes Rueda Chabur S A S Cooperativa Multiactiva Nacional De Reciclaje Parque Ambiental De Aseo Y Reciclaje Sas E S P Cooperativa Multiactiva Para El Reciclaje Y La Conservacion Ambiental Empresa De Servicios Públicos Cooperativa Multiactiva De Reciclaje Mlm Asociación Gremial De Reciclaje Grupo Ger Asociación De Reciclaje Privada Ecoclean Sas E.S.P. (Colombia et al., n.d.)
	C. Soluciones principales y alternativas.	Dentro de las soluciones principales nos centraremos en un nicho específico donde todo el material va estar dentro de un mis o punto que van a poder cumplir con los tiempos y movimientos que soliciten los usuarios y se tendrá mayor efectividad al momento de la recolección, con esto evitaremos el desorden, los desplazamientos largos y búsquedas extensas del material.
	D. tendencias del mercado	La tendencia del mercado está en crecimiento, pero es lento por la falta de conocimiento de los generadores de residuos para la correcta disposición.
	E. arquetipo de la marca	El arquetipo de la marca son las empresas de reciclaje tradicionales.

<b>Segundo paso:</b> Realidad psicológica de la Marca.	A. Percepción de las marcas de competencia	La percepción de nosotros tenemos es que en efecto están organizadas, pero le pueden sumar más valores al recuperador y darle las herramientas para que presten un mejor servicio y tengan un menor esfuerzo físico.
	B. Identificar variables del neuromarketing	Las variables podrían ser la confiabilidad de saber quién está presentando el servicio y la seguridad de que se va a mantener los espacios sin desordenes y que cualquier inconveniente tendría su solución.
<b>Tercer paso:</b> Posicionamiento	A. Identificar Top of mind	Simplemente podría ser el reciclador.
	B. identificar Top of heart	En este segmento no se podría identificar cual empresa se pueda llevar en el corazón si no simplemente gente que le gusta cuidar y velar el medio ambiente.
<b>Cuarto paso:</b> Realidad Material de la Marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Nuestra propuesta de valor tiene como propósito hacer concientización de que la gente no solo cuide el medio ambiente sino que también colabore para el incremento de material reciclable y la separación de la fuente, con esto no solo se ayudaría a la economía de las personas de las cuales se encargan de la recolección de residuos si no también al cuidado de la naturaleza.
<b>Quinto paso:</b> Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.	Introducir publicidad en grupos de administración de propiedad horizontal Incluir anuncios en YouTube.

## ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

- Escoja la red más adecuada para dar a conocer el producto o servicio

La red más adecuada que usaremos para dar a conocer el servicio es Facebook ya que resulta ser un excelente canal para obtener mayor visibilidad y poder tener una mejor cercanía con los clientes, así como a difundir vender, comunicar y exponer el servicio.

- Describa la herramienta digital que usará su emprendimiento.

La herramienta digital que usaríamos para nuestro emprendimiento es canva ya que esta herramienta nos permite crear contenido web de todo tipo desde el navegador y de forma gratuita; además permite editar fotos para nuestra página web y redes sociales, además es una herramienta colaborativa que permite compartir todos los diseños con los clientes y es una herramienta que nos permitirá tomar decisiones más informadas y estratégicas con relación a la propuesta de valor y mercado objetivo.

## ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

Las estrategias de marketing que utilizaremos son la creación de contenido y difusión en redes sociales y pagina web.







## HISTORIA DE EMPRENDIMIENTO

La historia de este emprendimiento comenzó en un ámbito universitario donde unos estudiantes de administración de empresas quienes por medio de la materia creación de empresas pretenden poner a rodar la idea de negocio que pueda ser llevada a cabo en el municipio de chía Cundinamarca.

Consiste en una ida de negocio en la que se pueda generar ingresos sin descuidar la parte ambiental, luego de mirar varias opciones decidieron centrarse en el reciclaje, pero no querían ser una empresa de reciclaje cualquiera sino un sitio donde los trabajadores como los clientes se sintieran satisfechos y donde sus colaboradores tuvieran crecimiento

personal y dignificación. Debido a estos argumentos nace “White city”. Quien se dedicará a ofrecer los servicios de capacitación y formalización de recuperadores ambientales.

## METRICAS CLAVE



**Whitwcity Chia**



10 oct. a las 5:44 p. m. • 🌐

white city te espera....



Yakeline Caro y 3 personas más

27 reproducciones



Me gusta



Comentar



Compartir



Whitcity Chia

2 d • 2



e Yakeline Caro y Lilian Vasquez

Me gusta

Comentar

Compartir



Whitcity Chia

1 0 oct. a las 2:16 p. m. • 0

En Cundinamarca se producen al mes mas de 47.000 toneladas de residuos. El 100% va al relleno Nuevo Mondoedo



e Tu, Yakeline Caro y 2 personas mas

y Me gusta

Comentar

Compartir



Whitwcity Chia

10 oct. a las 5:34 p. m.

**WHITE CITY**  
S.A ESP

Somos la solución en reciclaje para empresas y conjuntos cerrados, nuestro personal está altamente capacitado para brindar la atención que usted se merece.

Tú, Yakeline Caro y Lilian Vasquez



Me gusta



Comentar



Compartir

**WHITE CITY**  
**RECICLANDO CUIDAS TU PLANETA**

**CAPACITAMOS Y DAMOS INCLUSIÓN CON FORMALIZACIÓN A RECUPERADORES AMBIENTALES, OPTIMIZACIÓN Y MANEJO DE RESIDUOS APROVECHABLES EN CONJUNTOS RESIDENCIALES O UNIDADES AGRUPADAS.**

**NUESTRO TRABAJO**

**AREAS LIMPIAS**

**AREAS SEÑALIZADAS**

**CAPACITACION CLIENTES**

**FORMALIZACION DE RECUPERADORES AMBIENTALES**

**AREAS LIMPIAS**

CAV (customer acquisition cost)

Análisis: El tiempo estimado de la publicidad en nuestra red social Facebook fue durante 15 días, en este lapso de tiempo los interesados finales en obtener los servicios de nuestra empresa WhiteCity fueron dos quienes residen en el municipio de Chía y viven en conjuntos residenciales donde carecen de un buen servicio.

Tiempo de publicidad: 15 días

Interesados en el servicio: 2 personas

$CAV = 15 / 2 = 7.5$  Tiempo estimado para la atracción de cada cliente

LTV (life time Value)

ANÁLISIS: Estos dos clientes interesados en nuestros servicios ejecutaran un contrato inicial de 6 meses con un valor de \$80.000 mensuales

$2 \text{ clientes} \times 80.000 \text{ mensuales} = \$160.000$

$160.000 \times 6 \text{ meses} = \$ 960.000$  Valor real que tienen estos dos clientes durante este periodo de tiempo para White city

## **Localización del proyecto**

### **Macro localización**

White city se localizará en el municipio de Chía Cundinamarca ya que a partir de haber realizado un diagnóstico de la situación actual del municipio en cuanto al manejo de los residuos sólidos relacionada con el incremento poblacional año a año, la falta de conciencia de sus ciudadanos y aunque actualmente se cuenta con varias alternativas de aprovechamiento de residuos en el municipio, estas no son suficientes para el volumen de los residuos generados debido al crecimiento desmesurado de la población, por lo cual se plantean algunas alternativas de diseño, operación y mantenimiento para la recolección, aprovechamiento, manejo y disposición de los residuos, así como la capacitación e inclusión de recuperadores ambientales.

El municipio a pesar de contar con una ruta adicional para la recolección de residuos Aprovechables (Reciclaje) denominada “Ruta Pionera”, la comunidad no conoce los horarios y las rutas lo que dificulta el proceso, sumado a ello, los habitantes no tienen cultura de segregación en la fuente, por desconocimiento y por falta de motivación del municipio a sus habitantes en el tema de gestión de residuos es que encontramos una gran oportunidad para desarrollar nuestro proyecto en este municipio.

### **Micro localización**

Para elegir la localización de la idea de negocio en el municipio de Chía tuvimos en cuenta los siguientes factores, disponibilidad de bodegas, cercanía con el mercado objetivo, vías de acceso, valor económico del terreno. Teniendo en cuenta los factores anteriormente mencionados nuestro proyecto estaría ubicado en el barrio el Cairo con la finalidad de

aprovechar fortalezas con relación al punto geográfico ya que cuenta con vías de acceso en buen estado y la cercanía con los clientes permitiéndonos crecer y prosperar en un entorno de creciente competencia.

Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Requisitos técnicos
Infraestructura	oficina	1	850.000	Área construida: 6.63 M2 Estrato 3 antigüedad 9 a 15 años
	Bodega	1	1.100.000	Capacidad eléctrica: Desde 5 kva por bodega. Tipo de iluminación y porcentaje: Lámpara fluorescente T8 de 19W. Vías de circulación interna: 15 metros en vía principal, 10 metros en vía alterna. Puertas salida de emergencia: 1 por bodega o según necesidad Altura libre (a cercha): 11,30 m. Altura a la cubierta: 13,60 m.
Maquinaria y equipo	Basculas	6	250.000	Certificados: OIML, CE Fuente de alimentación Principal: Adaptado r de corriente: 100 ~ 240 V CA, 50/60 Hz, Fuente de alimentación Secundaria: Batería: 6V Versión Capacidad: 150/60 kg División de Escala: 50/20 g (doble rango) 18- Configurables por Teclado Peso Bruto: 17.54kg Empaque (LxAxH): 70cm x 47cm x 18cm
Equipo de computación y comunicación	computadores portátiles	3	1.200.000	Procesador de: 1.5 GHz. Memoria RAM: 512 MB. Disco Duro: 20 GB. Unidad de CD-ROM o DVD. MODEM/ADSL: 256 Kbp
	Teléfonos corporativos	2	700.000	Tamaño: 6,7" Formato: 20:9

				<p>Resolución: 2400x1080</p> <p>Extras:</p> <p>Refresco de 60 Hz</p> <p>Alto:161,6 mm</p> <p>Ancho:75,2 mm</p> <p>Grosor:8,3 m</p>
Muebles y enseres y otros	escritorios	3	80.000	<p>Medidas: Alto: 72 cm   Largo: 120 cm</p> <p>Profundo: 50 cm</p> <p>Cuerpo: 1 cuerpo fabricado en sustratos MDF de 26 mm recubiertos en chapilla en madera roble rosé.</p> <p>Divisiones: 1 división fabricada en sustratos MDF de 26 mm recubiertos en chapilla en madera roble rosé.</p> <p>Entrepaños: 1 entrepaño con división fabricado con sustratos MDF de 26 mm recubiertos en chapilla en madera roble rosé.</p> <p>Cajones: 3 cajones con correderas full extensión fabricados en melamina de 15 mm y melamina de 5 mm vesto toscana.</p> <p>Patas o soportes: Zócalo fabricado en sustratos de MDF de 26 mm recubiertos con chapilla de madera roble rosé.</p>
	sillas	15	15.000	<p>Datos Técnicos: Largo: 52.5cm - Ancho: 47.0cm - Alto: 87.5cm.</p> <p>Hecha con material reciclado</p> <p>Color Azul</p> <p>Marca: RIMAX</p> <p>Tipo Producto: producto solo</p> <p>Tiempo de Garantía: 1 Año.</p> <p>código Producto:7705152079272</p>
Otros (herramientas)	Bolsas Big bags	10	20.000	<p>El modelo más habitual de Big Bag es de 90x90 cm. de base x 100 cm. de altura.</p> <p>Fondo plano y cuatro asas para el transporte y almacenamiento. Se le pueden añadir válvulas de carga y descarga según necesidades, así como camisa de cierre con atador.</p> <p>Todos nuestros Big Bags son reciclables y biodegradables.</p>



				También realizamos diseños a medida bajo estudio del proyecto. Disponibilidad de varios colores
Gastos preoperativos	alquiler de vehículo recolector	1	1.200.000	<p>* Estructura de alta resistencia y de gran índice de flexibilidad.</p> <p>*Subchasis y cuerpo en plataforma completamente entrelazados.</p> <p>*Geometría y mecanismo de compactación mejorados.</p> <p>*Guías del compactador más largas que reducen el mantenimiento del equipo.</p> <p>*Válvula de regeneración estándar / 17 seg. tiempo de duración del ciclo.</p> <p>*Diseño del cuerpo de la caja con lados lisos y con refuerzos estructurales en los cuatro lados.</p> <p>*Tamaño comercial de la tolva de 2.25m<sup>3</sup>.</p> <p>*Tanque de lixiviados estándar integrado de 130 litros de capacidad.</p> <p>Cierre hidráulico de la tolva Shur-Lock <sup>TM</sup>.</p> <p>Opciones disponibles de control mecánico y/o eléctrico.</p> <p>Depósito de aceite hidráulico dentro de la caja.</p> <p>Sello de neopreno entre la tolva y la caja estándar.</p> <p>Cilindros y válvulas de primera calidad.</p>

**¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del producto o prestación del servicio?**

Descripción de la prestación del servicio:

WhiteCity

El servicio que se ofrecerá es la capacitación, inclusión, formalización de recuperadores ambientales, optimización y manejo de residuos aprovechables en conjuntos residenciales o unidades agrupadas.

SERVICIO	DESCRIPCIÓN
Formalización de recuperadores ambientales	Se brindarán los conocimientos y capacitaciones necesarias para que su labor sea fundamental en el aprovechamiento de residuos, pero también en la sensibilización de la comunidad para reducir, reusar y reciclar.
Áreas limpias	Se realizará el lavado y limpieza de todas aquellas áreas de los diferentes conjuntos residenciales y sus elementos como canecas y botes de basura y la separación de los mismos.
Áreas señalizadas	Se contará con la señalización adecuada y estrictamente necesaria para todos los conjuntos residenciales que apoyaran la limpieza y manejar una buena imagen.
Capacitación a clientes	Mensualmente a todos nuestros clientes se les brindara una capacitación del manejo de basuras y residuos con actividades concienticen la forma en que debemos hacer las cosas.

¿Qué materias primas o insumos necesita para la elaboración del producto? Realice un listado con cantidad y precios

Materias primas/insumos	Cantidad	Precios
Canecas y botes de basura	100	\$12.000 c/u
Señalización	100	\$20.000 c/u
Bolsas	100	\$100 c/u
Alquiler Carro de transporte	1	1.200.000
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plástico</li> <li>• Cartón</li> <li>• latas</li> </ul>	∞	—



**WHITE CITY**

CODIGO

VERSIÓN 1

FECHA 29/10/2020

**FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO**

**A. NOMBRE DEL SERVICIO**

white city proviene de la palabra blanco, la cual refleja pulcritud, limpieza buscando el diferencial de que todo lo que tiene que ver con reciclaje siempre es verde, adicionamos la palabra city ya que nuestro público objetivo son los conjuntos cerrados y la gran mayoría se encuentran en la parte rural del municipio.

**B. OBJETIVO**

El objetivo es prestar el servicio de separación y recolección de residuos aprovechables con altos estándares de atención al usuario, dignificando la labor del recuperador .

**C. METODOLOGÍA**

En un inicio se contactara al administrador o al gerente del punto, se presentara el portafolio de servicio y se mostrarán los beneficios adquiridos y se firmara un acuerdo con un término de dos años, donde las dos partes white city y la empresa se comprometen a mantener el servicio, a entregar unos valores agregados al servicio se revisara bimestralmente para poder encontrar mejoras en el servicio o sugerencias con los valores agregados que entregaran a los usuarios.

**D. DESCRIPCIÓN GENERAL**

se realizara la capacitación de los colaboradores de la empresa para que sean competitivos, nuestro servicio comprende la parte de clasificacion, selección y recoleccion de residuos aprovechables donde no solo el usuario recibira la limpieza de su unidad de almacenamiento de residuos si no tambien la capacitacion de los residentes o trabajadores de la empresa y ademas como otro valor agregado, puntos de limpios o de recoleccion de residuos para los espacios privados del entorno ya sea oficinas o areas comunes de los conjuntos.

**D. DURACIÓN**

La duracion de la prestacion del servicio seria firmada en un acuerdo por dos años donde se realozaran reviciones bimestrales o a solicitud de el usuario .

**E. ENTREGABLES**

white city le entregara a sus usuarios los espacios de su unidad de almacenamiento en orden y limpiezahabitantes y trabajadores con conocimientos de eciclaje par poder disminuirlos residuos en su sitios zademias la garantia de que siempre se realizara a actividad en un termino de tiempo definido para ests actividad

**G. PERFIL DEL CLIENTE**

El perfil del cliente es el de unidades agrupadas, donde la administracion tiene este tipo de decisiones con el consejo, ademas la parte comercial he industrial la idea es conseguir usuarios os cuales dipongan sus residuosen un solo punto para que la labor del recuperador sea más efectiva.

**G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO**



**Firma del responsable del servicio:**

**Nombre del Responsable del servicio**

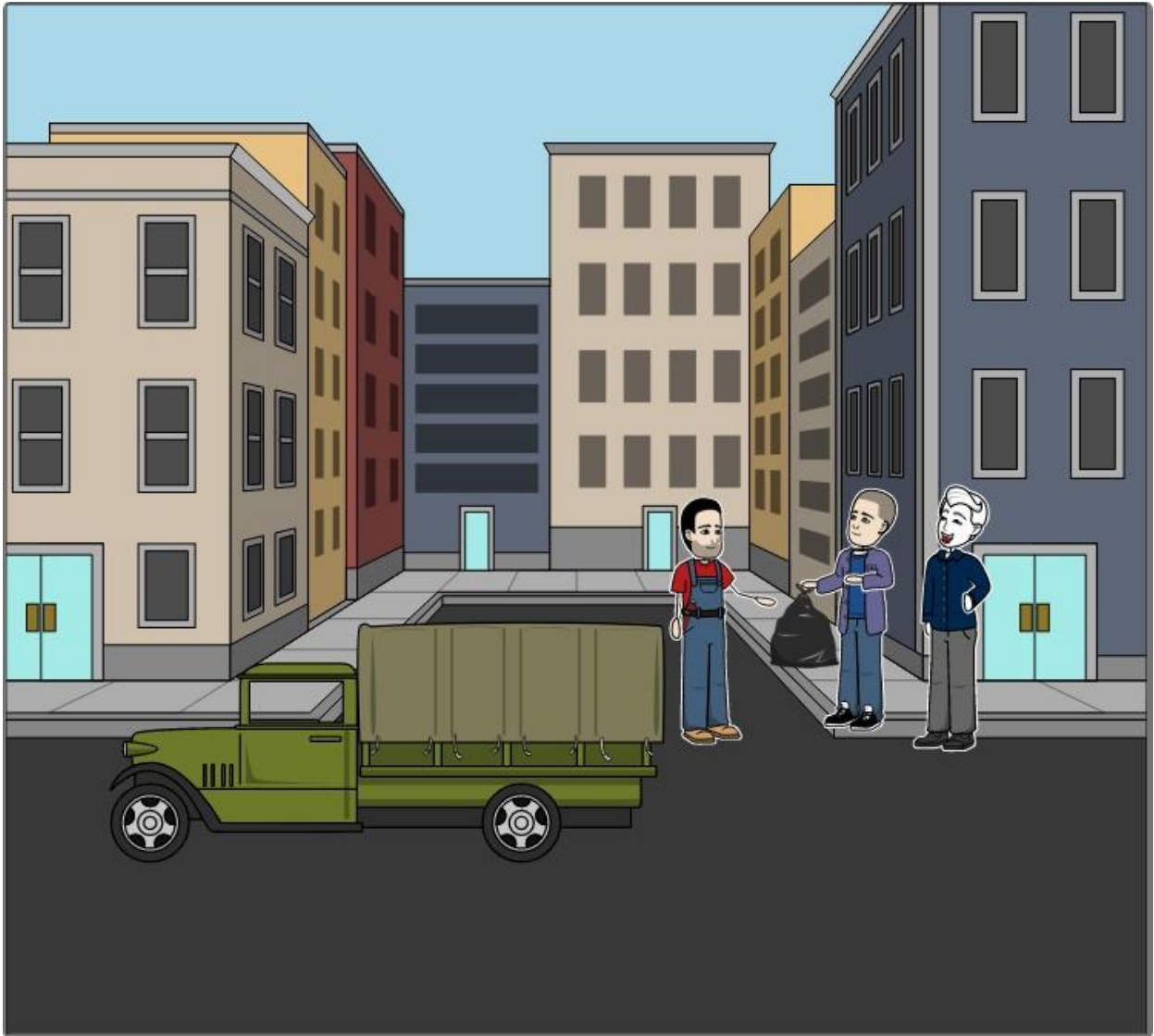
**JHON FERNEY ESPOSITO LOPEZ**

**Firma:**

## Cuál es el primer paso?

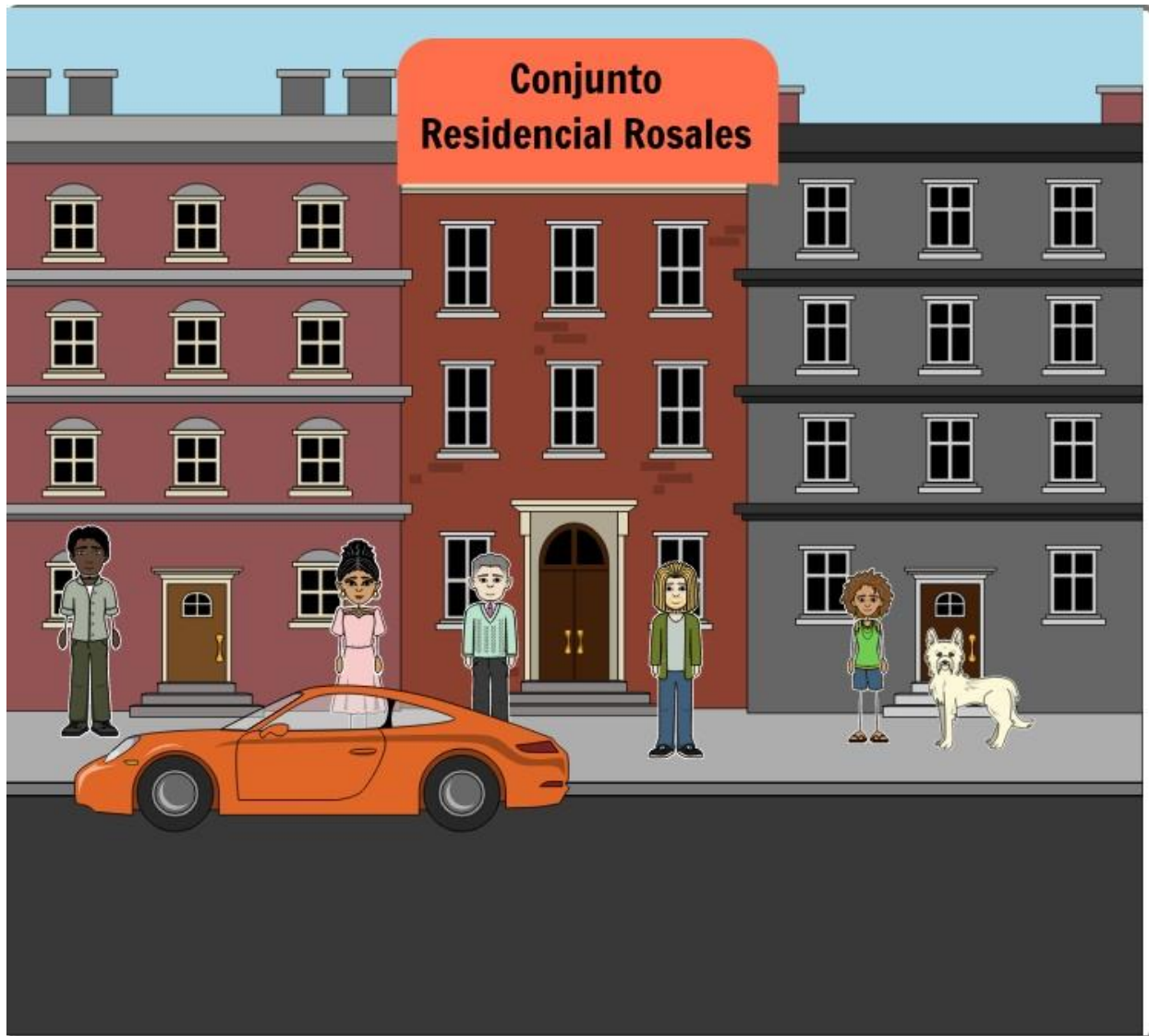


**El primer paso es poder llegar a un acuerdo con los administradores de los conjuntos y de las empresas**



capacitando al personal de la empresa y a los habitantes de los conjuntos y realizando la selección y recolección de estos residuos .

# ¿Quién es tu público objetivo?



El público objetivo son los conjuntos residenciales de el municipio de chfa

¿Que problema estas tratando de resolver?



el problema a resolver es, la disposici3n y uso de los residuos aprovechables y la formalizacion de los recuperadores



## **Bibliografía**

Colombia, R., S, R., Mlm, C., P, P., P, A., & Reciclaje, C. et al. Reciclaje en CHIA (Cundinamarca) - Empresite Colombia. Retrieved 20 September 2020, from <https://empresite.eleconomistaamerica.co/Actividad/RECICLAJE/localidad/CHIA/>

Nosotros - reciclajechiaa. Retrieved 8 September 2020, from <http://www.asoambientalesp.com/nosotros>

¿Cómo tener un sistema de reciclado eficaz en la empresa?. (2020). Retrieved 9 September 2020, from <https://cador.es/blog/como-tener-un-sistema-de-reciclado-eficaz-en-la-empresa/>