

CEROPLASS
BOLSA BIODEGRADABLE PARA DETERGENTE
EN POLVO



JUAN CAMILO SANCHEZ RUIZ
CAROLINA ROMERO AVELLA
YURY MARISELA REVELO SILVA

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL CUN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

2020

Contenido

. INTRODUCCIÓN	5
1. COMPROMISOS DE AUTOR	5
OBJETIVOS	7
Objetivo General	7
Objetivos específicos.	7
2. CLAVES DEL EXITO.....	7
3.....DESCRIPCIÓN DE IDEA DE NEGOCIO	8
4.....MODELO DE NEGOCIO	9
6..... INOVACION SOSTENIBLE	13
7.....OCEANO AZUL / FUERZAS DE POTER	15
8.....DESARROLLE LA ESTRATEGIA CON SU EXPLICACIÓN DE (INCREMENTAR, REDUCIR, ELIMINAR O MANTENER.....	16
9..... ANÁLISIS DE PORTER	17
10..... PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES	17
11..... PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.	17

12.....	AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	17
13.....	AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.	18
14.....	RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES	18
15.....	MARKETING MIX	18
16.....	PORTAFOLIO	21
18.....	DESCRIPCIÓN FOTOGRÁFICA DE LAS LÍNEAS DEL PRODUCTO	23
19.....	FIJACION DE PRECIOS BASADOS EN PRECIOS	18
20.....	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	18
21.....	DISTRIBUCIÓN INTENSIVA	19
22.....	DISTRIBUCIÓN SELECTIVA	20
23.....	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	20
24.....	RELACIONES PÚBLICAS	21
25.	MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA.....	22

26.....	ESTRATEGIA MARKETING DIGITAL
23	
27.....	LOCALIZACION DEL PROYECTO
26	
28.....	MICROLOCALIZACION
26	
29.....	GEOGRÁFICO:
26	
30.....	SOCIOECONÓMICO
26	
31.....	INFRAESTRUCTURA
27	
34.....	PLANO DEL PROYECTO
30	
35.....	FLUJOGRAMA DE PROCESOS
30	
36.....	CAPACIDAD DE PRODUCCION
32	
37.....	FICHA TECNICA
33	
38.....	STORIBOARD
34	
39.....	BIBLIOGRAFÍA
35	

INTRODUCCIÓN

Este proyecto presenta un plan de negocio para la fabricación de bolsas biodegradables para detergentes en polvo que reduzcan el impacto producido al ambiente por el uso indiscriminado de bolsas plásticas fabricadas a base de los derivados del petróleo.

El impacto ambiental es uno de los problemas que afecta no solo al medio ambiente, la flora, la fauna y al hombre teniendo como factor causante el uso indebido de bolsas plásticas junto con la poca educación de la utilización de estas; dado el crecimiento de la población, estos recipientes se han convertido casi en una necesidad; afectando al ecosistema debido a su poca capacidad de degradación, según los estudios se estima que una bolsa plástica tarda aproximadamente entre 150 años en degradarse esto generando un desequilibrio a una escala mundial. Se busca contribuir de alguna manera en la disminución de los problemas de contaminación ambiental con la utilización de materiales biodegradables donde su degradación puede ser menor a 100 días convirtiéndonos en una alternativa amigable para el medio ambiente.

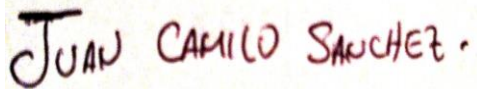
En este anteproyecto se expondrá fundamentalmente los objetivos de la investigación; a través de un estudio de factibilidad que con ayuda del modelo de negocio el cual sirve como base para la recopilación de información para su estructura, teniendo en cuenta el impacto en las diferentes redes sociales y conociendo nuestro cliente objetivo se capturará el modelo

1. COMPROMISOS DE AUTOR

Yo Juan Camilo Sánchez identificado con C.C 107708217 estudiante del programa administración de empresas V semestre declaro que: El contenido del presenta 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.

Handwritten signature in red ink that reads "JUAN CAMILO SANCHEZ."

Yo Carolina Romero Avella identificado con C.C 20910661 estudiante del programa administración de empresas V semestre declaro que: El contenido del presenta 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.

Handwritten signature in red ink that reads "Carolina Romero A"

Yo Yury Maricella Revelo Silva identificado con C.C 1.004.592.416 estudiante del programa administración de empresas V semestre declaro que: El contenido del presenta 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.



OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio que permite determinar y evaluar la viabilidad de crear una bolsa biodegradable que sea amigable con el ambiente, que ayude a disminuir los índices de contaminación a causa del plástico, reduciendo el consumo de este desde los puntos de fabricación y utilizando materiales que no impacte el medio ambiente

Objetivos específicos.

- Conocer la recepción del mercado empresarial al dar un cambio del plástico tradicional a uno biodegradable, por medio de encuestas generales dirigidas al cliente potencial.
- Diseñar un producto que permita contribuir con los avances políticos y económicos que tiene el país en temas ambientales.
- Brindar a las empresas la posibilidad de que su producto cuente con un cambio, que mejore las condiciones ambientales a nivel nacional teniendo una diferencia impactante ante sus competidores.

2. CLAVES DEL EXITO

Dentro los factores que determinan el éxito y continuo crecimiento de nuestra empresa, la propuesta de valor resalta entre tantas características que emanan del mismo CEROPLASS como producto que no

solo busca satisfacer una necesidad industrial directamente, sino que reemplaza el plástico de primer uso, disminuyendo en un porcentaje significativo, el impacto perjudicial al entorno natural.

3. DESCRIPCIÓN DE IDEA DE NEGOCIO

DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	
¿cuál es el producto o servicio ?	Bolsas biodegradables para detergentes en polvo
¿Quién es el cliente potencial?	Empresas productoras detergentes
¿cuál es la necesidad ?	Reemplazar las bolsas plásticas, para reducir el impacto ambiental.
¿Cómo?	Con bolsas fabricadas a base de almidón de yuca, que tenga los índices de degradación para obtener la reducción de los niveles de contaminación a causa del plástico tradicional.

¿Por qué lo preferirían?	porque es un producto innovador, que contribuye al mejoramiento del medio ambiente.
--------------------------	---

4. MODELO DE NEGOCIO

SEGMENTO DEL CLIENTE
Nuestro segmento de cliente está enfocado en un mercado de empresa a empresas. En el área de detergentes polvo .

DEBE RESOLVER PROBLEMAS O SATISFACER NECESIDADES
Ofreceremos las bolsas biodegradables con la realización del logo personalizado de su empresa y su vez llevara el logo de nuestra empresa con una frase alusiva al cuidado del medio ambiente.

ARQUITECTURA DEL SERVICIO

Entre los recursos claves tendremos * Personal: Dos personas encargadas de cortar, sellar, estampar y empaquetar persona en manejo de maquina un administrador, dos vendedores y un conferencista. * Físicos: La búsqueda de las mejores condiciones de costo, cantidad y calidad para el desarrollo de la actividad como lo son materia prima maquinaria, bodega, muebles y enceres, entre otros. / * Financieros: A partir del aporte de los socios y financiamiento bancario. / * Intelectual: Este recurso es vital por su carácter estratégico y competitivo para las empresas, ya que la gestión de conocimiento que se generara día a día para trabajadores y empleadores se convierte en valor y capital para el negocio.

COSTO Y PRECIO

Almidón de yuca gr	5gr	\$ 45
Pigmentos naturales gr	1 gr	\$ 15
Aditivos biodegradables gr	1.5gr	\$ 21
Polietileno de baja densidad gr	0.05 gr	\$ 2
TOTAL	7.55 gr	\$ 83

COSTOS

ARRIENDO	1500000
SERVICIOS	500000
MANO DE OBRA	7800000
DITRIBUCION	1000000

GANANCIAS ESPERADAS
UTILIDAD POR BOLSA DE \$ 22 Y UTILIDAD MENSUAL CON POYECCION DE VENTAS \$ 4.400.000

FIDELIDAD
Se contará con personal altamente calificado para la atención de nuestros clientes con el fin de generar fidelización creando una relación estrecha con el cliente. / * Asistencia Personalizada/ * Realizaremos campañas en redes sociales con el fin de involucrar

MECANISMOS DE ENTREGA
<p>Campañas Ecológicas Educativas en Redes Sociales ;*Plataformas y Redes de Contacto contaremos con los servicios de compañías transportadoras .</p>

clientes directos e indirectos, creando un alto nivel de conciencia ambiental. / * la empresa contara Servicios Automatizados para un mejor servicio.

RECURSOS
<p>Nuestros productos será 80% natural y mínimo el 20% artificial, con componentes biodegradables con lo cual podemos ser altamente sostenibles y amigables con el medio ambiente al descomponerse en un tiempo no mayor a 100 días.</p>

CADENA
Alianzas con Compañías de Transportes y logísticas / * Alianzas con entidades como productores agrícola, productores de detergentes en polvo y el ministerio del medio ambiente.

5. INOVACION SOSTENIBLE

¿El producto tiene un eco diseño?

contamos con un eco diseño que tiene como objetivo el de reducir los impactos ambientales producidos por el plástico tradicional.

¿Usa eficientemente el agua? ... ¿como?

Contaremos con un uso adecuado de nuestra red hidráulica con medidores donde se puede determinar el volumen de agua que se consume en la producción, llaves ahorradoras y promulgamos con campañas el uso adecuado de este recurso.

¿Reduce el consumo de energía? ... ¿como? ¿Qué equipos utiliza?

Siendo un producto donde se habla del cuidado del medio se contribuye con el ahorro de energía con bombillos ahorradores, realizando mantenimiento a nuestra maquinaria al dejar la oficina y bodega durante la noche desenchufa la mayor cantidad de aparatos posibles.

¿Reduce los insumos, si ¿cómo?

Aprovechando al máximo nuestra materia prima que por lo que es un producto vegetal las partes que sobran se pueden volver a procesar evitando con esto el desperdicio de nuestra materia prima. Se contará con una máquina extrusora, una máquina de corte y sellado una cortadora.

¿utiliza químicos NO se utilizan químicos ya que el aditivo sintético se incorpora en mínimas cantidades en la elaboración del producto para desarrollar firmeza y consistencia en el mismo,

¿Cuáles? N/A

¿Qué empaque y embalaje utiliza? el embalaje se realizará en rollos 100 unidades

¿A medido su huella de carbono?, NO ¿cuál es el resultado? N/A

¿Qué residuos recicla?

Después del proceso de laminado y soplado en la elaboración de la bolsa, no se producen gran cantidad de residuos, ya que se optimizan al máximo los ingredientes usados en la producción del producto, de igual forma, los componentes administrados en la elaboración del elemento, no poseen ingredientes dañinos para el medio ambiente

¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?

En el manejo de publicidad del producto, manejamos campañas personalizadas internas presentadas en las empresas donde encontramos el cliente potencial, ya que en nuestra propuesta de valor, nos destacamos por el sometimiento y la adaptación de nuestro logo o producto de acuerdo al producto tercero que impulsamos; ejemplo: La marca de detergentes ARIEL, manejamos una campaña exclusiva en donde se presenta la necesidad de hacer

de sus empaques, un elemento amigable con el ambiente y adaptable para lo que requiere el cumplimiento de las normas ambientales territoriales, de una forma atractiva, técnica y económica.

En ¿qué medios de transporte utiliza?

Dentro de los procesos de distribución del producto, teniendo en cuenta que se maneja dos tipos de reparto, la venta virtual requiere que cierta cantidad sea entregada en un determinado lugar, al igual que la venta física y la adquisición de nuestra materia prima y la venta física, se requiere movilidad activa, por lo cual se cuenta con una camioneta tipo platón, con combustible a gas.

¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?

Para el marketing usamos principalmente tarjetas de presentación, folletos de presentación e información básica del producto atractiva, materiales promocionales como bolígrafos, USB, agendas, material corporativo, contacto vía telefónica, correo electrónico, y posterior visita para presentar la propuesta de anclaje. Y en marketing digital, lo que se mencionó anteriormente.

6. OCEANO AZUL / FUERZAS DE POTER

. Identifique: ¿Quién es su competencia?

Encontramos en primer lugar a los productores de bolsas plásticas que han estado en el mercado por años.

Productores de bolsas en materiales como polipropileno, rafia, cumbrel y tela impermeable.

Empresas de bolsas biodegradables Indonesia ¿Defina las variables importantes para su idea de negocio?

Variables de control de calidad

variables de control de producción

variables de costo

. Dele un valor de (1 a 5)

VARIABLES DE CONTROL DE CALIDAD (5)

(variables de control de producción (4

variables de costo 4)

7. DESARROLLE LA ESTRATEGIA CON SU EXPLICACIÓN DE (INCREMENTAR, REDUCIR, ELIMINAR O MANTENER)

La estrategia del proyecto, busca disminuir los índices del consumo de bolsas plásticas para reemplazarlas por nuestro producto, CEROPLASS, la bolsa biodegradable que contribuye al sostenimiento del medio ambiente, y reduce efectivamente el efecto invernadero que deteriora constantemente la capa de ozono.

Entre las más importantes, Disminuir la afectación negativa en el medio ambiente, con elementos nocivos; destacar de forma positiva y visual, nuestras herramientas de marketing Digital, la forma masiva de concientizar el daño causado por el plástico en el planeta, así mismo dentro de las publicaciones en los blogs y demás redes sociales, los videos cortos pero impactantes que generen conciencia a partir del primer vistazo; como promover todo tipo de comentarios positivos, imágenes de sensibilización de tipo surrealista, persiguiendo siempre el objetivo de crear conciencia.

Dentro de la estrategia de incrementar la producción y comercialización del producto CEROPLASS, se busca obtener y conservar aliados estratégicos como lo son los productores de yuca y las empresas

que comercializan jabón de tipo detergentes, inicialmente con el fin aprovechar sus puntos fuertes en características de venta del material usado, lo que nos llevará a tener no solo clientes y proveedores sino aliados que nos ayudarán a incrementar nuestras ventas y reducir nuestros costos teniendo un mejor aprovechamiento de los recursos, logrando así un crecimiento mancomunado económico.

8. 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"

Genera la estrategia para cada uno:

9. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.

Nuestra estrategia se basa en la comunicación directa y el diálogo constante con nuestros clientes con el fin de poder conocer y estudiar sus necesidades para dar respectiva solución y de paso a satisfacer los requerimientos a través de nuestras propuestas individuales eco amigables para las marcas.

10. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.

Nuestra estrategia se basa en conocer los beneficios obtenidos y facilidades de pago que nos puedan ofrecer nuestros proveedores, así mismo se analiza el tiempo de entrega y la calidad de los productos obtenidos.

11. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

Nuestra estrategia para considerar la amenaza de productos sustitutos, se basa en detectar los movimientos de la competencia y hacer un seguimiento constante a los cambios que se generan en productos similares al nuestro con el fin de seguir con un proceso de mejoramiento continuo y adelantos tecnológicos en variaciones de precio, empaque, tamaños y demás características que se consideran variables para optimizar la comercialización masiva de CEROPLASS, logrando así fidelizar a nuestros clientes

12. AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.

Nuestra estrategia para los productos entrantes se basará en realizar campañas de marketing donde daremos a conocer los beneficios de nuestro producto. Y los beneficios al medio ambiente que genera el mismo.

13. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

Nuestra estrategia se basará en dar a conocer las características del producto y del acompañamiento personalizado que le daremos a nuestros clientes.

Nuestra estrategia para considerar la amenaza de productos sustitutos, se basa en detectar los movimientos de la competencia y hacer un seguimiento constante a los cambios que se generan en productos similares al nuestro con el fin de seguir con un proceso de mejoramiento continuo y adelantos tecnológicos en variaciones de precio, empaque, tamaños y demás características que se consideran variables para optimizar la comercialización masiva de CEROPLASS, logrando así fidelizar a nuestros clientes

14. MARKETING MIX

ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS PARA CLIENTES

- Recolección de datos de las características del producto que vamos a comercializar.
- En nuestro proyecto se lleva a cabo el reemplazo progresivo del plástico como elemento de uso primario, a cambio de un envase envolvente para detergentes elaborado con materiales amigables con el ambiente, hecho de almidones naturales como la yuca y el maíz, Pigmentos naturales, Adictivo Pro biodegradable D2W, Polietileno de baja densidad 641,

que lo hacen un producto sostenible y apto para el cuidado y preservación del medio ambiente.

- Cuadro de Recolección

<ul style="list-style-type: none"> • NUCLEO: Características físicas, químicas y técnicas del producto, que lo hace apto para determinadas funciones 	<p>Las materias primas que se van a emplear para el producto terminado son producir un tipo de bolsa de este tipo se necesita contar con un porcentaje amplio de Almidón de Yuca (gr), es un polvo fino que es obtenido de moler la yuca, tubérculo que es originario de Brasil, producido en las zonas tropicales y subtropicales. Los pigmentos naturales (gr) es un componente importante son estructuras químicas que por medio de la refracción de la luz permite dar color a diversas materias, en el caso de este proyecto se usará pigmentos orgánicos. El Adictivo Pro biodegradable</p> <p>D2W (gr), es un aditivo que se agrega durante la producción del plástico y se queda latente en la composición del producto el cual ayuda a que sea un material con una vida útil amplia, pero con una degradación confiable y segura para el medio ambiente.</p>
--	---

	<p>Y por último está el Polietileno de baja densidad 641 (gr) es un producto Polietileno de baja densidad, este puede estar disponible en Latinoamérica con altos reglamentos de seguridad.</p>
<p>CALIDAD: Elementos o cualidades que nos hacen competentes frente a la competencia.</p>	<p>Uno de nuestros elementos importantes que nos hace competentes en el mercado, es nuestra propuesta de valor, el ajuste y adaptación de las marcas de nuestros clientes para el reemplazo de los empaques plásticos actuales, por nuestro producto biodegradable.</p>
<p>ENVASE: Elemento protector del que está dotado el producto junto con su diseño, valor promocional e imagen</p>	<p>Como lo mencionamos anteriormente, el componente principal de la elaboración de nuestro producto, es el almidón de yuca, y en cuanto al diseño, se ajusta al prototipo de empaque comercial del cliente, solo varía en tamaño, el valor promocional se ajusta al pedido y la inversión en insumos y estampado de marca del cliente receptor</p>
<p>DISEÑO: Forma y tamaño, la identificación del producto y la empresa.</p>	<p>el diseño es variable de acuerdo al cliente y su marca de detergente, la forma es paquete rectangular de uso vertical, nuestro logo como empresa está impreso en la parte inferior de cada empaque, con un tamaño mínimo, con los datos de contacto de la empresa, con frase de uso ecológico y cambios positivos sostenibles</p>
<p>SERVICIO: Conjunto de valores agregados que permiten marcar la diferencia frente a los demás.</p>	<p>Ofrecer las bolsas biodegradables con la realización del logo personalizado de su empresa y su vez llevara el logo de nuestra empresa con una frase alusiva al cuidado del medio ambiente, es una de nuestras características de personalización para fidelizar nuestros clientes.</p> <p>la información del producto que están adquiriendo, la explicación y modo de consumo del mismo, nos caracteriza como una marca que fomenta confiabilidad en la exposición del</p>

	<p>producto y la garantía del mismo, es importante que el cliente conozca lo que compra.</p> <p>le experiencia de compra y el precio, es un detalle al que le prestamos mucha atención al momento de marcar la diferencia, obtener la atención del cliente por medio de este proceso de compra, relativamente es complejo, pero no imposible, así que destacamos la creación de conciencia de forma dinámica, para ofrecer nuestro producto.</p> <p>Realizaremos conferencias para atraer a clientes potenciales y de esta manera concientizarlos del cuidado del medioambiente con la utilización de nuestro producto.</p> <p>Ventaja en precio.se maneja al por mayor, porque seleccionamos un selecto nicho de mercado. los fabricantes de detergentes y sus marcas.</p> <p>Menor riesgo de contaminación frente al ambiente, en comparación a otros productos, se degradará en menor tiempo.</p>
--	--

15. PORTAFOLIO

Suma de todas las líneas de productos o servicios que ofrezco al cliente,

todas nuestras bolsas irán con el logo de la empresa del cliente que contrate, se manejan al

por mayor, en diferentes tamaños, por el contenido del producto a empaçar, ofrecemos las

siguientes referencias

- Rollos de 30 Bolsas de 23cm*30cm
- Rollos de 30 Bolsas 30x40cm

- Rollos de 25 Bolsas 48x53cm
- Rollos de 10 bolsas 65x95cm

PORTAFOLIO DE SERVICIOS

Somos una empresa colombiana dedicada al diseño, fabricación, y comercialización de paquetes personalizados biodegradables para la industria de aseo.

CEROPLASS
BIOLOGICAMENTE EMPRESARIAL

Contamos con el compromiso de cuidar el medio ambiente y la satisfacción de nuestros clientes como uno de los objetivos sostenibles, nos proyectamos como líder en innovación en el sector de biocuidado y la industria.

CEROPLASS

Líneas de VENTA

- Rollos de 30 Bolsas de 23cm x 35cm
- Rollos de 30 Bolsas 30x40cm
- Rollos de 25 Bolsas 48x53cm
- Rollos de 10 bolsas 65x95cm

EMPAQUE 100% ECOLÓGICO
BIODEGRADABLE - AJUSTADO
AL TAMAÑO QUE REQUIERA-
LOGO EMPRESARIAL- SIN
CAMBIO EN LA PRESENTACIÓN

CEROPLASS

Contactos -CEROPLASS

• Artículo 79 y 80 de la Constitución política de Colombia.

• Artículo 15621 de 2017 Norma Técnica Colombiana (Impuesto al consumo)

• ISO 14001. Establecimiento de política Ambiental

CEROPLASS

16. ¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una empresa Colombiana, ubicada en el departamento de Cundinamarca, dedicada al diseño, fabricación, comercialización y distribución de empaques personalizados biodegradables para la industria de aseo, como fabricantes de detergentes y sus marcas de limpieza y aseo, contamos con un gran compromiso con el medio ambiente y la satisfacción de nuestros clientes como uno de nuestros objetivos sostenibles, nos proyectamos como líder en innovación en el sector de biocuidado y la industria, de esta manera contribuimos en el cambio positivo del futuro de las generaciones que vienen.

17. DESCRIPCIÓN FOTOGRÁFICA DE LAS LÍNEAS DEL PRODUCTO



18. FIJACION DE PRECIOS BASADOS EN PRECIOS ESTRATEGIA DE PRECIOS

Nuestra estrategia de precios estará basada en el valor agregado ya que no solo se venderá la bolsa biodegradable, le ofreceremos a los clientes una alternativa diferente para cuidado y proteger el medio ambiente con esto queremos que los clientes nos ayuden a disminuir los efectos que causa el uso indiscriminado de los plásticos. esto solo se logrará si como empresa nos comprometemos a estimular el uso de nuestro producto dando a conocer los beneficios, y calidad de nuestro producto ya que no se puede competir con precio por que producir una bolsa biodegradable tiene unos costos adicionales lo que nos lleva a competir por el valor agregado que tiene nuestro producto y por la atención

COSTO Y PRECIO	
Almidón de yuca gr 5gr	\$ 45
Pigmentos naturales gr 1 gr	\$ 15
Aditivos biodegradables gr 1.5gr	\$ 21
Polietileno de baja densidad gr 0.05 gr	\$ 2
TOTAL 7.55 gr	\$ 83

19. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

En la comercialización y distribución de nuestro producto, tenemos en cuenta los canales que permiten minimizar los costos de logística y transporte o para minimizar este proceso, dentro de nuestra estrategia directa, tenemos presente a la hora de entregar el

producto, el recorrido corto de comercialización , es decir, nosotros como productor vendemos de manera inmediata el producto al consumidor final, sin ningún tipo de intermediario, todo esto con el fin de lograr una reducción de los gastos de control, la colocación del producto en el lugar adecuado, y la reducción de los costos que conlleva el producto, ya que se facilita el almacenaje, la conservación y la transportación.

20. DISTRIBUCIÓN INTENSIVA

En la estrategia de distribución intensiva que se utilizará en nuestros canales de distribución, se trata de llegar a todos los puntos de ventas estratégicos del sector aseo que maneje de forma mayorista la producción de detergente, de esta forma proyectamos el producto para que pueda llegar a ser consumido de forma masiva, al alcance de todos los clientes, en el mercado, ya que se aplica a productos de uso básico, diario o continuo por parte del consumidor.

De ahí que las estrategias de distribución intensiva puedan verse por ejemplo en cualquier establecimiento comercial. Y las principales ventajas de este tipo de estrategia distribución es que tu producto está presente en varios establecimientos lo que facilita y hace más accesible su compra. se hará como para reforzar el proceso de fidelización de cliente.

21. DISTRIBUCIÓN SELECTIVA

Nuestro producto se aplica a lugares específicos e intermediarios muy reducidos, ya que se comercializa el producto a un selecto nicho de mercado, los productores de detergentes.

22. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD: teniendo en cuenta la situación actual, se maneja todo el contacto comercial y de ventas, a través de plataformas digitales y las opciones mencionadas anteriormente, como la promoción e impulso del producto biodegradable para nuestros clientes en potencia. Los avances tecnológicos ayudan al buen desarrollo de la comunicación entre todos, tenemos presente manejar E-commerce o comercio digital, como tienda online, publicidad a través de anuncios en redes sociales, Facebook, videos creativos de creación de conciencia, por medio de publicaciones en Instagram, frases interactivas usando twitter, entre otras actividades que hacen parte de la transformación de nuestra marca y su impulso para lograr un incremento en ventas.

PROMOCIÓN EN VENTAS: antes de la situación pandémica, se planeó hacer posibles descuentos de entrada, como parte de la buena impresión con nuestros clientes, y la posterior fidelización de los mismos, en el momento de ofrecer nuestro producto, contamos con la ubicación y contacto de los encargado de compras y gerencia de las compañías estrella en el sector de fabricación de detergentes, es decir, tenemos cita de presentación personalizada para presentar la propuesta y plan de negocios ante el cliente, con la oportunidad de concientizar sobre el cuidado del medio ambiente y la necesidad de

introducir en la compañía, en el uso de las normas ambientales para empresas que otorga la ONU, donde se debe desarrollar un producto que sea sostenible y que contribuya con el medio que nos rodea.

dependiendo de los acuerdos realizados comercialmente, se procede a la fabricación y la entrega de un lote obsequio, en su primera adquisición.

VENTAS PERSONALES: se maneja las presentaciones en ventas de acuerdo a las líneas de variedad que tenemos en nuestro producto, la exhibición del producto en blanco, se puede visualizar en video actualmente, por cuestiones de bioseguridad se implementa únicamente en donde nos permiten el ingreso del personal para la presentación y exposición del mismo.

23. RELACIONES PÚBLICAS

- No manejamos boletines de prensa, pero tenemos en cuenta el medio digital de revistas de temáticas de sostenibilidad, ecología, e innovación, emprendimiento y demás temas relacionados con la contribución al cuidado y preservación del medio ambiente, manejamos imágenes publicitarias distribuidas en diferentes medios digitales, a través de grupos ambientalistas de Facebook, líneas empresariales ecológicas, y demás redes que nos permiten impartir y visualizar nuestro producto.
- El marketing digital, se tiene en cuenta de forma completa al implementar en nuestra marca, como herramientas de divulgación, diseño, publicidad y comercialización de nuestro producto, descrito anteriormente.

ESTRATEGIA	DESARROLLO	CÓMO (Cómo llevo al objetivo)	QUIEN (o con qué medios me apoya)	CUANDO (fecha) CUANDO (fecha)	DONDE (lugar donde realizará)	VALOR (aproximación al costo)
PRODUCTO adaptable al cliente-fabricación a la necesidad de consumo - diseño personalizado	tamaño, envase, marca, calidad	A través del diseño personalizado, y por la necesidad de contribuir al cuidado del ambiente	Con mano de obra calificada - Buenas prácticas de manufactura- uso de elementos naturales			
PRECIO	precio de lista - descuentos- forma de pago					
PROMOCIÓN Web- Redes sociales - plataformas de ventas - Ecommerce	publicidad- relaciones públicas- eventos virtual es publicidad- relaciones públicas- eventos virtuales					
PLAZA	Canales Cobertura Surtido Inventarios Transporte Logística	distribución masiva- uso de canales - distribuidores único				

24. MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

ESTRATEGIA	DESARROLLO	CÓMO (Cómo llevo al objetivo)	QUIEN (o con qué medios me apoya)	CUANDO (fecha) CUANDO (fecha)	DONDE (lugar donde realizará)	VALOR (aproximación al costo)
PRODUCTO adaptable al cliente-fabricación a la necesidad de consumo -	tamaño, envase, marca, calidad	A través del diseño personalizado, y por la necesidad de contribuir al	Con mano de obra calificada - Buenas prácticas de manufactura- uso de			

diseño personalizado		cuidado del ambiente	elementos naturales			
PRECIO	precio de lista - descuentos- forma de pago					
PROMOCIÓN Web- Redes sociales - plataformas de ventas - Ecommerce	publicidad- relaciones públicas- eventos virtuales publicidad- relaciones públicas- eventos virtuales					
PLAZA	Canales Cobertura Surtido Inventarios Transporte Logística	distribución masiva- uso de canales - distribuidores único				

25. ESTRATEGIA MARKETING DIGITAL



Análisis

Queremos que todos nuestros clientes puedan experimentar el nivel de profesionalismo de nuestro equipo al colaborar con CEROPCLASS. La razón de ser de nuestros servicios, especialmente de este, es mejorar su vida. Tenemos los mejores productos y nuestra atención al cliente es incomparable. Para saber más, póngase en contacto con nosotros.





CEROPASS >

GRUPO PÚBLICO · 11 MIEMBROS

Unirte al grupo

Información [Ver todo](#)

- Público**
Cualquier persona puede ver quién pertenece al grupo y lo que se publica
- Visible**
Cualquier persona puede encontrar este grupo.
- Ver historial del grupo**
Grupo creado el 16 de septiembre de 2020

Nueva actividad

Juan Sebastian Castiblanco Romero
20 min ·



<https://castiblancoromeroj.wixsite.com/website/blog>

<https://www.facebook.com/groups/974957332983600/?ref=share>

<https://www.instagram.com/ceroplasm/?hl=es-la>

26. LOCALIZACION DEL PROYECTO

MICROLOCALIZACION

Tener en cuenta que se debe definir una ubicación óptima en la macro zona, desde los diferentes aspectos del proyecto.

27. GEOGRÁFICO:

Dentro del área geográfica a tener en cuenta, nos interesamos en la zona industrial de la sabana norte de Bogotá, Distrito capital, en el municipio de Tocancipá, ya que es una región, basta en mercado industrial y zonas francas, que nos permiten movernos en un ambiente manufacturero, nos permite tener el reconocimiento ante posibles clientes, genera confiabilidad por la ubicación.

También se tiene en cuenta la condición climática, ya que nuestro producto se desarrolla en el proceso de fabricación a temperatura ambiente, estamos hablando de 18° a 21° de temperatura, como somos una empresa comprometida en el cuidado del ambiente, tenemos presente la sostenibilidad dentro de todos los procesos de producción, nuestro producto es eco amigable.

Dentro de las características y disponibilidad de las vías de comunicación, contamos con una ubicación geográfica central de zona industrial, se encuentra en zona rural del municipio ubicado, se accede fácilmente en transporte público terrestres o particular, ya que en esta zona, las carreteras y calles de acceso a las zonas franca cuentan con un estdo de perfecto mantenimiento.

28. SOCIOECONÓMICO

Se estudió la adecuación del proyecto a la comunidad y al ambiente, específicamente, nos enfocamos en las tendencias de desarrollo de la región, a nivel general de servicios sociales y las condiciones de vida que tiene la colectividad para el desarrollo contributivo de la manufactura, también se tiene en cuenta la

condición de la comunidad ante el reconocimiento y ubicación, la actividad y el producto que representa el establecimiento, nuestra empresa y el interés de las fuerzas sociales y comunitarias que pueda influir.

Dentro del aspecto económico, tenemos presente los costos de insumos y suministros tales como materias primas, mano de obra, servicios públicos y maquinaria y equipos, finalmente, transportes; se cuenta con disponibilidad de los diferentes medios de transporte, además de sus costos para la distribución del producto final, así como la disponibilidad de las comunicaciones, en lo que se refiere a líneas telefónicas y el acceso a Internet.

29. INFRAESTRUCTURA

Dentro del análisis realizado al obtener las instalaciones, se verifica que tenga una estructura funcional para una inversión segura, y tenemos en cuenta los factores claves de localización, como son la estructura de la población, lo que mencionamos anteriormente, las tendencias de la comunidad, empleo y desarrollo económico, el grado de diversificación de la estructura económica local, y las instituciones públicas a las que debemos acudir.

30. INSTITUCIONALES

En la zona donde tenemos ubicadas las instalaciones, se ha provisto todo tipo de permisos y cumplimiento de estudios de suelo, normatividad legal con el municipio cabeza de la zona, damos cumplimiento a los estándares solicitados por planeación y medio ambiente, todo relacionado con las estrategias que posee nuestra empresa para ejecutar los planes o programas de desarrollo con toda la normatividad y reglamentos o regulaciones específicas requeridas.

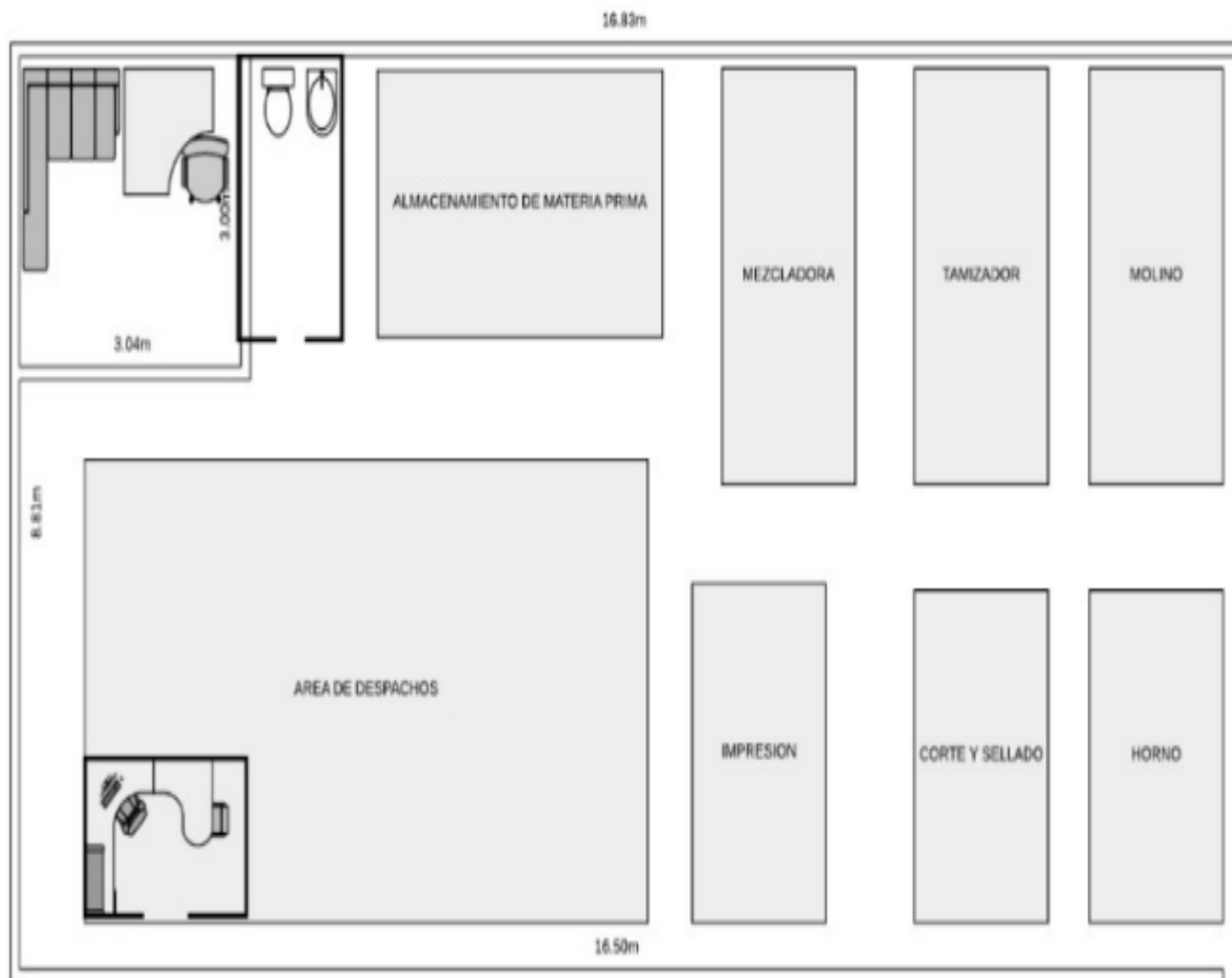
Tomamos en consideración las leyes y políticas regionales, en cuanto a infraestructura y de los servicios públicos, el impacto del proyecto en el medio ambiente de forma positiva, contando con la aprobación de las instituciones correspondientes para las licencias de funcionamiento

31. TECNICAS DE INFARESTRUCTURA

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Requisitos técnicos
Infraestructura	Bodega 10X10	1	5.000.000	<ul style="list-style-type: none"> • Medición de temperatura ambiente • Ductos de ventilación • Iluminación • Capacidad de almacenamiento de 200.000 unidades • normas: NTC-5991-2014 (Norma Técnica Colombia), ASTM D6400-04, UNE-EN-ISO 13432:2000-11 o DIN V54900-2. normas: NTC-5991-2014 (Norma Técnica Colombia), ASTM D6400-04, UNE-EN-ISO 13432:2000-11 o DIN V54900-2.
Adecuaciones				
Maquinaria y	<ul style="list-style-type: none"> • Mezcladora • Tamizador 	1	8.250.000	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionamiento de las máquinas

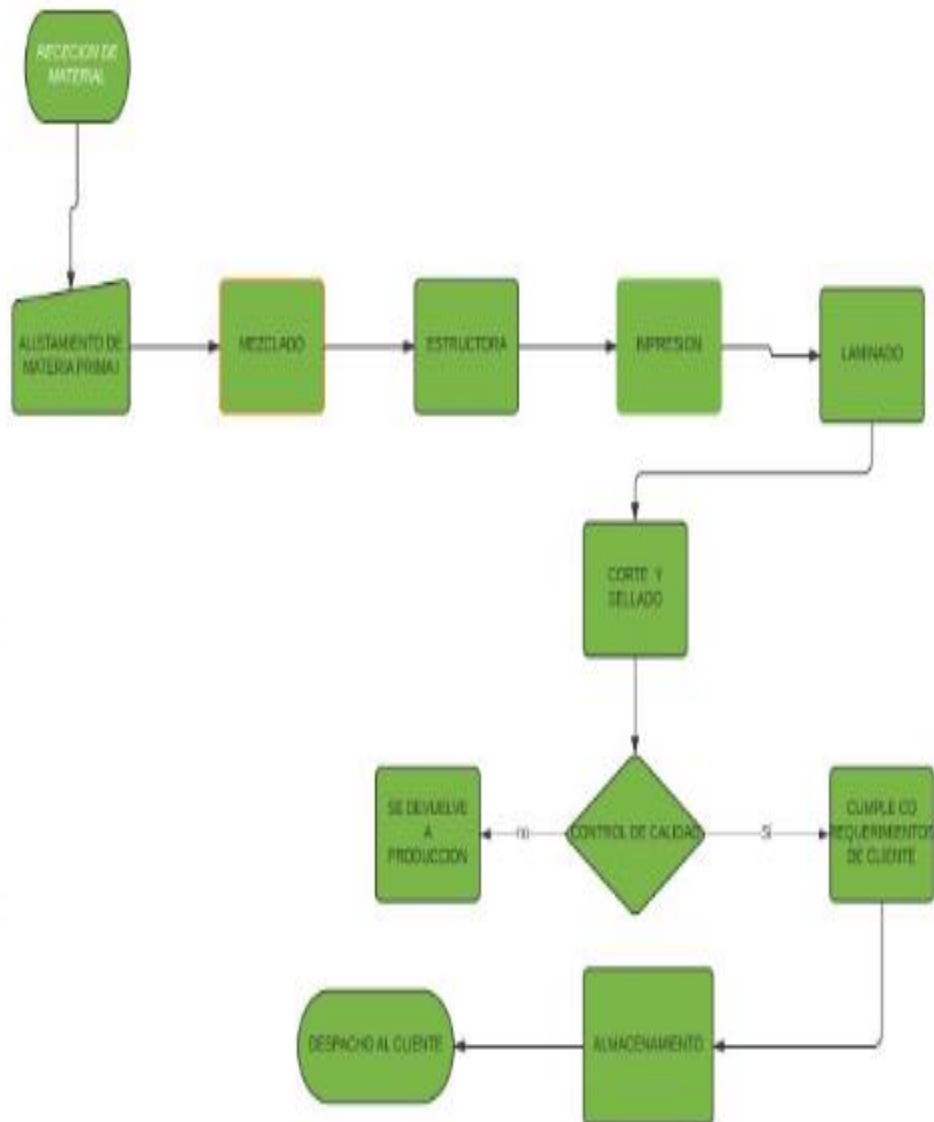
equipo	<ul style="list-style-type: none"> • Molino horizontal • Horno • Selladora cortadora • Impresión 	1 1 1 1 1	7.500.000 5.000.000 2.500.000 15.000.000 15.000.000	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha técnica de cada máquina. • Manual de operaciones.
Equipo de comunicación y computo	<ul style="list-style-type: none"> • Computadores • Impresora • Radios de comunicación 	2 1 4	1.500.0000 800.000 150.000	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionamiento del equipo • Ficha técnica del equipo. • Manual de operaciones.
Muebles y Enceres y otros	<ul style="list-style-type: none"> • Escritorio • Sillas • Estante • Sofá 	2 4 1 1	1.200.000 200.000 100.000 600.000	<ul style="list-style-type: none"> • Sillas ergonómicas • Estante capacidad mínima de 2 toneladas
Herramientas	<ul style="list-style-type: none"> • Kit Útiles para Aseo General • Kit primeros Auxilios • Kit de Cafetería 	1 1 1	50.000 40.000 30.000	N.A
Gastos pre operativos	<ul style="list-style-type: none"> • Marco legal de la empresa • Estudio de viabilidad • Estudio de mercado • Formalización de la empresa 	1	3.000.000	<ul style="list-style-type: none"> • Según la Normatividad

32. PLANO DEL PROYECTO



33. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

DIAGRAMA DE PROCESO CEROPLASS



34. CAPACIDAD DE PRODUCCION

ACTIVIDAD	TIEMPO ESTIMADO DE FABRICACION DE 500 KILOS DE REALIZACION DEL PRODUCTO	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	NUMERO DE PERSONAS QUE INTERVIENEN POR CARGO	EQUIPOS Y MAQUINARIA
RESEPCION DE MATERIA PRIMA	13 MINUTOS	CORDINADOR DE ALMACEN OPERARIO DE DESCARGUE	1 1	MONTACARGAS
MEZCLADO	120 MINUTOS	OPERARIOS	2	BANDAS TRANSPOTADORAS MAQUINA MEZCLADORA
EXTRUCTORA	30 MINUTOS	OPERARIO	1	BANDA TRANSPORTADORA EXTURCTORA
IMPRECION	30 MINUTOS	OPERARIO	1	MAQUINA DE IMPRESORA
LAMINADO	30 MINUTOS	OPERARIO	1	MAQUINA DE LAMINADO
CORTE Y SELLADO	30 MINUTOS	OPERARIO	1	MAQUINA DE CORTE Y SELLADO
CONTROL DE CALIDAD	10 MINUTOS	SUPERVISOR DE PROCESOS	1	LABORATORIO

36. STORIBOARD

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?
 <p>Vaya! una bolsa plastica tarda 400 años en desaparecer?</p> <p>El daño que causa el plástico en el planeta es irreversible..</p>	 <p>Podemos crear algo que pueda reemplazar el plástico</p>
<p>CEROPLASS BUSCA REDUCIR LOS ALTOS INDICES DE CONTAMINACIÓN EN EL USO DE PLÁSTICO DE PRIMER USO INICIANDO EN EL SECTOR DE PRODUCCIÓN DE ELEMENTOS DE ASEO.</p>	<p>CEROPLASS BUSCA IMPACTAR LA INDUSTRIA FABRICANTE DE ELEMENTOS DE ASEO - EMPRESAS PRODUCTORAS -</p>

¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
 <p>Reemplazar el plástico por algo biodegradable</p> <p>Planteando la alternativa de cambio en pro del cuidado ambiental, conservando la marca de su producto</p>	 <p>Invadir las redes sociales y medios visuales para persuadir</p> <p>Quien no quiere disfruta este hermoso planeta?... APORTEMOS EN EL CAMBIO PARA CONSERVARLO</p>
<p>CEROPLASS APORTA UNA ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN ECOAMIGABLE CON EL AMBIENTE EN LA SUSTITUCIÓN DEL USO DEL ENVASE PLÁSTICO, POR UNO BIODEGRADABLE</p>	<p>GENERAR CONCIENCIA, A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD CREATIVA CON LA REALIDAD ACTUAL Y LOS RESULTADOS CONCRETOS, PARA ASI ATACAR LA INDUSTRIA PRODUCTORA.</p>

Qué Ofrece al mercado?	Cual puede ser el resultado?
 <p>Reemplazar el plástico por algo biodegradable</p> <p>La alternativa de cambio en pro del cuidado ambiental, conservando la marca de su producto</p>	 <p>EL CAMBIO PROGRESIVO DESDE UN SECTOR, HASTA ALCANZAR TODO TIPO DE INDUSTRIA EN EMPAQUES</p>
<p>EN PRIMERA MEDIDA, CEROPLASS OFRECE UN EMPAQUE, UN PRODUCTO BIODEGRADABLE QUE CONSERVA SU MARCA COMO ENVASE DEL PRODUCTO QUE LA EMPRESA TERCERAMANEJE</p>	<p>EL CUIDADO Y PRESERVACIÓN DEL AMBIENTE Y LA RESPONSABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS QUE ADQUIERAN EL PRODUCTO.</p>

37. BIBLIOGRAFÍA

- Caniffi, S, 2016, Los océanos reciben 200 kilos de plástico por segundo, 2019, <https://geoinnova.org/blog-territorio/httpgeoinnova-orgblog-territoriop11421/>
- Royte, E, 2019, El plástico es una amenaza para la salud de los humanos 2019, https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/grandes-reportajes/es-plastico-amenaza-para-nuestra-salud_12739/2
- Moscoso, P, 2019, Datos impresionantes sobre el consumo de bolsas de plástico, 2019, <https://www.natura-medioambiental.com/datos-impresionantes-sobre-el-consumo-de-bolsas-de-plastico/>
- PlasticsEurope, 2018, Un análisis de los datos sobre producción, demanda y residuos de plásticos en Europa, 2019, <https://www.plasticseurope.org/es/resources/publications/363-plasticos-situacion-en-2017>
- MundoPlast, 2019, La revista profesional del plástico y sus tecnologías, 2019, <https://mundoplast.com/produccion-mundial-plasticos-2017/>
- Sostenible, S, 2019, Colombia da un paso hacia la prohibición de los plásticos de un solo uso, 2019, <https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/colombia-da-un-paso-hacia-la-prohibicion-de-los-plasticos-de-un-solo-uso/43504>

