

**ECOLOGIC CONNECTION**

**Opción de Grado II**

Por:

**DIEGO ANDRES HERNANDEZ GOMEZ**

**HECTOR LUIS URREA**

**OSCAR BARRETO GARZON**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR - CUN**

**ADMINISTRACION EMPRESAS**

**BOGOTA D.C**

**2018**

**ECOLOGIC CONNECTION**

**Opción de Grado II**

Por:

**DIEGO ANDRES HERNANDEZ GOMEZ**

**HECTOR LUIS URREA**

**OSCAR BARRETO GARZON**

**OSCAR JAVIER MORENO MARTINEZ**

**Docente**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR - CUN**

**ADMINISTRACION EMPRESAS**

**BOGOTA D.C**

**2018**

## TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS .....	6
INDICE DE ILUSTRACIONES .....	7
INTRODUCCIÓN .....	10
JUSTIFICACION .....	12
1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA .....	14
1.1 Descripción del negocio:.....	14
1.1.1 Análisis ciclo inicial .....	17
1.1.2 Identificación del Servicio (Breve descripción): .....	18
1.2 Objetivo general: .....	19
1.3 Marco legal: .....	20
1.4 Misión: .....	24
1.5 Visión: .....	25
1.6 Valores: .....	26
1.6.1 Análisis Valores Corporativos: .....	27
1.7 Objetivos específicos: .....	28
1.8 Análisis PESTEL:.....	29
1.8.1 Grafica PESTEL: .....	31
1.8.2 Análisis grafica PESTEL:.....	31
1.9 Análisis de las cinco fuerzas de Porter: .....	32
1.9.1. Poder de negociación de los clientes: .....	32
1.9.2. Poder de negociación con los proveedores: .....	33
1.9.3 Amenaza de Productos o servicios sustitutos: .....	34
1.9.4 Amenazas de nuevos entrantes: .....	34
1.9.5 Rivalidad entre los competidores existentes: .....	35
1.10 Análisis DOFA:.....	36
FACTORES.....	36
EXTERNOS.....	36
FACTORES .....	36
INTERNOS .....	36
1.10.1. Análisis DOFA general:.....	38
1.11. Fuerzas Inductoras (Oportunidades y Fortalezas):.....	39
Fuerzas Inductoras (Oportunidades y Fortalezas).....	39
1.11.1. Análisis inductor: .....	40
1.12. Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas):.....	41

Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas) .....	41
1.12.1. Análisis Opositor:.....	42
1.13. Cadena de valor .....	43
1.14. Estrategia competitiva (componente innovador): .....	45
2. ESTUDIO DE MERCADOS.....	46
2.1 Objetivos del estudio de mercado: .....	46
2.2. Segmentación .....	47
2.3 Metodología del estudio de mercado .....	50
2.4 Análisis concluyente .....	57
3. PLAN DE MARKETING .....	58
3.1. Estrategia del producto: .....	58
3.2. Estrategia del precio:.....	59
3.3. Estrategia de publicidad: .....	60
3.3.1. Ventajas del perifoneo como estrategia de publicidad:.....	60
3.4. Desarrollo de marca: .....	61
3.5. Marca:.....	62
3.6. Logo: .....	63
3.7. Slogan: .....	64
3.8. Ventaja competitiva .....	65
3.9.Ventaja comparativa .....	66
3.10.Estrategia de promoción .....	67
3.10.1 Conclusión estrategia campaña promoción:.....	68
3.11.Campaña publicitaria.....	69
3.11.1. Productos comunicacionales:.....	69
3.11.2. Charlas educativas:.....	70
3.11.4. Implementar jornadas pedagógicas: .....	71
3.11.5. Conclusión estrategia campaña publicitaria: .....	72
3.12.Estrategia de distribución.....	73
3.13.Canales .....	74
3.14. Logística .....	78
3.14.1. Descripción de cargos:.....	78
3.14.2. Nomina inicial:.....	80
3.14.3. Costo materia prima (compra material clasificado):.....	81
3.14.4. Presupuesto:.....	82
3.15.Ejecución comercial.....	85

3.16.Habilidades comerciales y administrativas .....	88
3.17.Proyección de ventas: .....	90
3.17.Política de cartera:.....	92
3.18. Presupuesto del plan de mercado:.....	94
3.19.Conclusiones.....	98
ANEXOS.....	100
BIBLIOGRAFÍA .....	104

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis ciclo inicial.

Tabla 2. Marco legal.

Tabla 3. Valores corporativos.

Tabla 4. Análisis PESTEL.

Tabla 5. Análisis DOFA.

Tabla 6. Fuerzas inductoras.

Tabla 7. Fuerzas opositoras.

Tabla 8. Requerimientos legales.

Tabla 9. Requerimientos de vehículo.

Tabla 10. Requerimientos Personales.

Tabla 11. Nomina inicial.

Tabla 12. Costo materia prima.

Tabla 13. Presupuesto.

Tabla 14. Proyección de venta.

Tabla 15. Establecimiento de crédito.

Tabla 16. Amortización préstamo bancario.

## **INDICE DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1. Ciclo Inicial.

Ilustración 2. Valores Corporativos.

Ilustración 3. Grafica PESTEL.

Ilustración 4. Cinco Fuerzas de Porter.

Ilustración 5. Propuesta de valor.

Ilustración 6. Análisis inmobiliario 2016 -2017.

Ilustración 7. Estratificación socioeconómica urbana localidad N- 7 Bosa.

Ilustración 8. Análisis pregunta 1.

Ilustración 9. Análisis pregunta 2.

Ilustración 10. Análisis pregunta 3.

Ilustración 11. Análisis pregunta 4.

Ilustración 12. Análisis pregunta 5.

Ilustración 13. Análisis pregunta 6.

Ilustración 14. Análisis pregunta 7.

Ilustración 15. Análisis pregunta 8.

Ilustración 16. Análisis pregunta 9.

Ilustración 17. Análisis pregunta 10.

Ilustración 18: Ecología colaborativa.

Ilustración 19: Perifoneo en bicicleta.

Ilustración 20: Marca.

Ilustración 21: Descripción logo empresarial.

Ilustración 22: Slogan Empresarial.

Ilustración 23: Estrategia de promoción.

Ilustración 24: Productos comunicacionales.

Ilustración 25: Charlas educativas.

Ilustración 26: Redes sociales.

Ilustración 27: Jornadas pedagógicas.

Ilustración 28: Estrategia de distribución.

Ilustración 28: Canales.

Ilustración 29: Ejecución comercial.

Ilustración 30: Producto.

Ilustración 31: Precio.

Ilustración 32: Plaza.

Ilustración 33: Habilidades administrativas.



Ilustración 34: Habilidades comerciales.

Ilustración 35. Directorio Empresas Recolectoras.

## INTRODUCCIÓN

La creación de la empresa ECOLOGIC CONNECTION va a desarrollar una planeación y direccionamiento estratégico con el propósito de generar beneficios ambientales y socioeconómicos que contribuyen a una mejor calidad de vida, creando conciencia ambiental en el manejo de estos residuos hacia las personas del común, hogar, empresas, entidades educativas, municipios, ciudades, comunidades, barrios entre otros.

Uno de los principales enfoques como empresa, es la recolección y clasificación de materiales que son aptos para el reciclaje, de ahí se partirá en la movilización adecuada y logística más viable de tal manera que se contara con proveedores (Residentes del conjunto objetivo) para el manejo adecuado de estos residuos, su transformación y comercialización a empresas dedicadas a la generación de nuevos productos a base materiales reutilizables y así contribuir como convenio directo e indirecto en la generación de recursos económicos sostenibles, beneficiando en primera instancia nuestros proveedores mediante el trabajo colaborativo y remunerando la aplicación de las capacitaciones realizadas en los conjuntos residenciales los residentes.

Esta organización se enfoca hacia la educación ambiental basada en el cuidado del medio ambiente, el desarrollo y el crecimiento mediante una economía colaborativa como empresa rentable y competitiva, ya que se puede desarrollar por medio de investigaciones y antecedentes como lo son, la ineficiencia del manejo de residuos en las calles y el compromiso de la gente en la conciencia ciudadana, este sería nuestro fuerte para promover nuestra organización para poder contribuir y posicionarse en el mercado como una empresa innovadora de servicios, donde se contara con un personal previamente capacitado, de gran responsabilidad líder y de gran compromiso para la conservación de los recursos naturales y dar el cumplimiento a la normatividad ambiental.

Esta información esta complementada por el decreto 312 de 2006, por el cual se adopta el plan maestro para el manejo integral de residuos sólidos para Bogotá distrito capital, el cual describe el aprovechamiento y tratamiento de estos residuos sólidos, por medio de equipamientos y planes maestros para desempeñar esta actividad de trabajo en la ciudad.

Según el artículo 212 del decreto 190 de 2004, se emplea un sistema de gestión de residuos sólidos para la adecuada manipulación y trabajo del sistema de reciclaje, describiendo el tipo de proceso, los tipos de residuos a manejar y el material de equipamiento que se emplea para esta operación.

Mediante el decreto 400 de 2004 se estipula el aprovechamiento eficiente de los residuos sólidos producidos por entidades distritales, impulsando la sensibilización, capacitación, inducción practica y formación en el manejo de los residuos sólidos.

## JUSTIFICACION

Este proyecto ha sido realizado con el fin de cubrir una necesidad fundamental que vivimos y la cual nos exponemos día a día, como lo es el cuidado y la calidad ambiental. Una de las problemáticas sin lugar a duda es inculcar el manejo adecuado que debe darse a las basuras (residuos sólidos) los cuales no han sido tratados de la mejor manera por parte de las personas del común, es por eso que con ayuda de este proyecto empresarial daremos a conocer la importancia del manejo, la clasificación y la concientización del buen uso residuos sólidos (reciclaje) buscando así una mejor calidad de vida para nuestros colaboradores, los cuales serán nuestro objetivo clave para la recolección, así estos desechos de manera masiva podremos transportarlos para su venta a empresas calificadas para su transformación en nuevos productos, buscando una sostenibilidad económica como empresa y un cuidado ambiental en la sociedad.

Para este, se necesita fortalecer y capacitar en el área de manipulación de recursos sólidos a nuestros colaboradores con el fin de que desarrollen habilidades, destrezas y competencias necesarias para combatir la problemática ambiental.

A la vez, se contribuirá al cambio en la conducta y disciplina de las personas con campañas de concientización ambiental que promuevan las buenas prácticas de manejo de estos residuos sólidos, lo cual facilitara a nuestra empresa contar con proveedores de material de reciclaje para el logro de las metas y objetivos generando un buen desempeño en la actividad comercial y ecológica.

El proyecto busca implementar prácticas de campañas publicitarias comunicacionales, charlas educativas, creación de perfiles por medio de redes sociales, nuestra plataforma virtual de servicios y jornadas pedagógicas, con el único objetivo de contrarrestar un impacto social ,

ambiental y de bienestar con ayuda de la optimización de los residuos sólidos en su manejo adecuado, logrando minimizar, mitigar y compensar los impactos negativos que se han causado hasta el momento por las personas debido a la contaminación y desconocimiento del manejo adecuado de estos residuos sólidos.

Esta idea de negocio también es planteada con el único fin de reclutar personas de gran compromiso e interés por el cuidado ambiental y calidad de vida, logrando crear oportunidades por medio de una economía colaborativa y una conciencia ecológica.

# 1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA

## 1.1 Descripción del negocio:

La idea de negocio nace de la cultura que tienen las personas a la hora de no conocer el manejo de sus basuras y/o desechos, el proyecto fundamentalmente busca brindar una educación ambiental basada en la conciencia ambiental, con conocimientos técnicos tecnológicos para cuidar el medio ambiente de una manera sencilla moderna, viable y sostenible mediante la difusión de información sobre la separación de basuras y/o materiales de doble función tales como : Periódicos; Papel mixto; Papel blanco; Cartón; Revistas; Directorios telefónicos; Latas de aluminio, Chatarra, Envases de plástico; Botellas de vidrio; Latas de acero Latas de aerosol, etc.

Uno de los aspectos diferenciadores está basado principalmente en la educación ambiental y la remuneración económica de estas prácticas, con el fin de recolectar de manera masiva estos residuos sólidos de reciclaje , clasificarlos por material , transportarlos y venderlos a un tercero o empresa que trate y transforme esta materia en nuevos productos, así generamos rentabilidad como empresa prestadora de servicios y mejora en la calidad de vida como lo es en nuestros clientes y proveedores (residentes del conjunto), que permita transmitir conocimientos a la población y en la comunidad en general, tanto en aspectos biológicos y físicos como en aspectos sociales y culturales, dando a conocer las ideas y/u objetivos fundamentales del reciclaje como lo son:

- **Reducir:**

Acciones para reducir la producción de objetos susceptibles de convertirse en residuos.

- **Reutilizar:**

Acciones que permiten el volver a usar un producto para darle una segunda vida, con el mismo uso u otro diferente.

- **Reciclar:**

El conjunto de operaciones de recogida y tratamiento de residuos que permiten reintroducirlos en un ciclo de vida.

Generando en primera instancia un sentido de pertenencia y participación a las personas en contribuir en la conservación y cuidado del medio ambiente mediante una economía sostenible y colaborativa.

La empresa ECOLOGIC CONNECTION se enfocará en los conjuntos residenciales, se observará y estudiará la acogida que se obtendrá por parte de los residentes sobre los diferentes manejos y métodos de separación de residuos y su fácil implementación a través de los diferentes canales de información como lo son capacitaciones, inducciones, y actividades del manejo de desechos orgánicos, inorgánicos y reutilizables.

Esto mediante el estudio de acuerdos de doble participación con el ente administrativo del conjunto al que se aplique, dejando en claro la objetividad de la empresa y lo que se busca de parte y parte.

Ya dejando en claro el previo acuerdo con el ente administrativo, se dará a conocer los beneficios que obtendrán los residentes de las edificaciones generado por las buenas prácticas y buen manejo de los materiales reciclables, se verá reflejado en inversión por parte de nuestra empresa, como lo es la compra del material separado, pesado y clasificado a los residentes del

conjunto teniendo en cuenta la aplicación de la información, capacitación de los diferentes medios y modos de reciclar, generando de esta manera, una economía colaborativa y la materialización del acuerdo de parte y parte.

Después de la compra del material separado reutilizable a los residentes de los conjuntos por un precio el cual se estipula en los acuerdos durante las capacitaciones dadas, se llevara a cabo la venta por parte de la empresa ECOLOGIC CONNETION del material acumulado a las entidades encargadas de la trasformación y creación de productos hechos a base de materiales reutilizables a un precio mayor del que se hizo en la compra a los residentes del conjunto residencial.



Fuente: Creación propia.

Ilustración 1. Ciclo Inicial.



### 1.1.1 Análisis ciclo inicial


	ETAPAS	DESCRIPCIÓN
1.	<b>Visita</b>	En esta etapa nos encargaremos de la presentación de la empresa y su funcionamiento
2.	<b>Dialogo con el ente administrativo del conjunto</b>	Aquí se le hablara con admón. del conjunto acerca del plan de mejoramiento económico y ambiental planeado.
3.	<b>Presentación de la idea a la administración</b>	Ya con todos los encargados de la admón. del conjunto presentaremos la idea de negocio se dará a conocer en que consiste y como se manejara todo el proceso.
4.	<b>Redacción de manejo y beneficios</b>	En esta etapa de la negociación se dará a conocer los beneficios que tendrán el conjunto y sus residentes por la participación.
5.	<b>Sensibilización a los residentes</b>	Se realizarán capacitaciones a los residentes para sembrar una cultural ambiental basada en el reciclaje sobre los manejos y utilidades.
6.	<b>Tratamiento de productos y clasificación</b>	En esta etapa es donde el residente se encargara del reciclaje, de sus desechos y nosotros como empresa de su clasificación y compra del material a los mismos.
7.	<b>Venta y clasificación a la empresa certificada para su transformación</b>	Ya con el material reciclado clasificado se transportara a una empresa que compre estos materiales y a su vez los transforme.
8.	<b>Materialización de beneficios para el conjunto residencial</b>	Se les dará a los residentes los beneficios para el conjunto como anteriormente se había plasmado como incentivo para continuar con esta actividad.

Tabla 1. Análisis ciclo inicial


### **1.1.2 Identificación del Servicio (Breve descripción):**

ECOLOGIC CONNECTION ofrece el Servicio de recolección de residuos reutilizables para propiedad horizontal (conjuntos residenciales) a domicilio, el cual consiste en visitar a nuestros colaboradores, dialogar con la administración y los residentes, proponer los componentes pedagógicos o el método que se utilizara para infundir y difundir la información sobre los correctos manejos de residuos, generar un acuerdo de doble participación, esto con el fin de generar una conciencia ambiental, y beneficios a través de una economía colaborativa sostenible, buscando la participación mediante la fomentación y/o inclusión en nuestros procesos como una empresa recolectora; ya clasificado el material se distribuye a las o la empresa especializada en el tratamiento y transformación de estos materiales generando de esta manera ingresos económicos por la venta del material para dicha transformación y así mismo continuar, siendo partícipes e influyentes con el pensamiento ecológico a través de una economía colaborativa.

## **1.2 Objetivo general:**

Buscaremos inculcar en las personas las buenas prácticas en el manejo de residuos reutilizables producidos en los hogares diariamente, a través de una capacitación, difusión y aplicación ejemplar de esta actividad, generando de esta manera una economía sostenible y colaborativa a través de la incentivación económica a nuestros colaboradores, con el fin de generar y garantizar espacios auto sostenibles que permitan la conservación ambiental y de esta forma lograr ser competitiva, rentable y eficiente, que genere un impacto tanto social como ambiental en una comunidad enfocada a un futuro sostenible.

### 1.3 Marco legal:

	<b>NORMA (LEY, DECRETO)</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>BENEFICIO</b>
<b>1.</b>	<b>CONSTITUCIÓN POLÍTICA:</b>  <b>Artículos 333</b>	<p>Principalmente, su artículo 38 sobre Libertad de Asociación y el artículo 333 sobre Libertad Económica.</p> <p>La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.</p>	<p>La actividad económica y la iniciativa privada, en efecto, son libres y se reconoce a la empresa como base del desarrollo. Sin embargo, sólo en virtud de la ley, se podrán exigir permisos previos o requisitos para su ejercicio. Esa libertad de empresa implica, entre otras, que todo aquel que desee ingresar a desarrollar una actividad económica es libre de ello, que se pueden combinar las actividades económicas de la manera cómo se crea más conveniente, que cada agente económico está en libertad de conducir y administrar sus negocios de la manera que crea mejor y de ofrecer los servicios y bienes que estime apropiado.</p>
<b>2.</b>	<b>Artículo 38</b>	<p>Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad.</p> <p>Esta norma constitucional es la que garantiza a los colombianos la libertad de asociación de personas (sean personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras) en Colombia.</p>	<p>Nuestra empresa no tiene impedimentos para generar acuerdos de doble participación con los residentes y o conjuntos con los cuales se generaran acuerdos, buscando de esta manera garantizar una economía inclusiva y colaborativa.</p>

3.	<b>ISO 14001 SISTEMA GESTION AMBIENTAL</b>	La norma ISO 14001 es la norma internacional de sistemas de gestión ambiental (SGA), que ayuda a su organización a identificar, priorizar y gestionar los riesgos ambientales, como parte de sus prácticas de negocios habituales. Se ha sido diseñada para poder ser implementada en cualquier organización independientemente de su tamaño, sector y ubicación geográfica.	Actúa como una herramienta esencial para el manejo adecuado o procesos del cuidado ambiental, mediante políticas exigidas por nuestros entes reguladores con el fin de dar cumplimiento a la norma y que todas las empresas trabajen o implementen sobre el mismo sistema. Así optaremos un buen reconocimiento en el trabajo de nuestros procesos.
4.	<b>CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA DE 1991</b>	En esta constitución se toma el ambiente como un derecho fundamental que dando en el Título II, Capítulo 3 “De los derechos colectivos y del ambiente”. En sus artículos 78 al 83.	Ha sido un importante mecanismo para la protección de los derechos relativos del cuidado del ambiente, derecho a la salud de las personas, calidad de vida, y la diversidad de la contaminación de los recursos como aire, aguas, licencias ambientales, así creemos como empresa de responsabilidad social y ambiental.
5.	<b>LEY 99 DE 1993 MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE</b>	Por medio de esta ley se creó el Ministerio del Medio Ambiente, se reordenó el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organizó el Sistema Nacional Ambiental (SINA), y se dictaron otras disposiciones.	Fomentamos el cuidado del medio ambiente mediante políticas establecidas por nuestros entes reguladores, con el fin de integrar un sistema óptimo, regular las condiciones generales el cual conduce al crecimiento económico. Elevación calidad de vida y bienestar social.

6.	<b>LEY 115 DE 1994 LEY GENERAL DE EDUCACIÓN</b>	<p>Artículo 5. Consagra como uno de los fines de la educación la adquisición de una conciencia para la conservación, protección y mejoramiento del medio ambiente, de la calidad de vida, del uso racional de los recursos naturales, de la prevención de desastres, dentro de una cultura de la nación.</p> <p>En el artículo 78 se habla de los “Lineamientos Curriculares para el área de ciencias naturales y educación ambiental”</p>	<p>Por medio de esta ley se fundamenta en los principios de la constitución política el derecho a la educación que tiene todas las personas, un proceso de formación que adaptaremos en nuestro proceso de trabajo sobre el cuidado y manejo de residuos sólidos de reciclaje, actuando como un ente que capacita a nuestro personal de trabajo y generamos conciencia del cuidado ambiental a nuestros clientes.</p>
7.	<b>CODIGO DE LA INFANCIA ADOLECENCIA LEY 1098 DE 2006</b>	<p>ARTICULO 46, Obligaciones especiales del sistema de seguridad social en salud de los niños y niñas y los adolescentes, numeral 11, Diseñar y ofrecer programas encaminados a educar a los niños, las niñas y los adolescentes, a los miembros de la familia y a la comunidad en general en prácticas de higiene y sanidad; en el manejo de residuos sólidos, el reciclaje de basuras y la protección del ambiente.</p>	<p>Mediante esta actividad empleada al sistema de reciclaje y cuidado ambiental, daremos conciencia educativa para fomentar el desarrollo a la calidad de vida y un ambiente sano para todo tipo de personas en especial los niños, esto genera condiciones orientadas al fortalecimiento de la educación ambiental.</p>
8.	<b>MIISTERIO DE VIVIENDA, CUIDAD Y TERRITORIO</b>	<p>Con el que se busca formalizar el trabajo de los recicladores y vincularlos al sistema público de aseo, <b>cómo se debe reciclar en la fuente, es decir, desde el hogar, para ayudar a dignificar su trabajo</b> y aportar a la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente.</p> <p>Por el cual se modifica y adiciona el Decreto 1077 de 2015 en lo relativo con el esquema de la actividad de aprovechamiento del servicio público de</p>	<p>Seremos una empresa que brindara oportunidades de empleos a personas sin baja educación superior o de pocas oportunidades laborales las cuales serán capacitadas, siendo autónomas por beneficio y oportunidad, la cual generaran gran interés empleando una actividad de trabajo eficiente y ayuda a grupos de familia de escasos recursos.</p>

		aseo y el régimen transitorio para la formalización de los recicladores de oficio, y se dictan otras disposiciones.	
9.	<b>DECRETO 2820 DE 2010, MINISTERIO DE AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL.</b>	Por el cual se reglamenta el Título VIII de la Ley 99 de 1993 sobre licencias ambientales", los artículos 50 y 51 de la citada ley consagraron que se entiende por Licencia Ambiental la autorización que otorga la autoridad ambiental competente para la ejecución de una obra o actividad, sujeta al cumplimiento por el beneficiario de la licencia de los requisitos que la misma establezca en relación con la prevención, mitigación, corrección, compensación y manejo de los efectos ambientales de la obra o actividad autorizada, las cuales serán otorgadas por el hoy Ministerio de Ambiente.	Por medio de este permiso, autorización estaremos implícitos en el manejo adecuado de nuestra actividad de trabajo, la ejecución de nuestro proyecto con el fin de gestionar el cuidado y perseverarían del cuidado del medio ambiente el uso y aprovechamiento de esta, como lo son los residuos sólidos de reciclaje.

*Tabla 2. Marco Legal*

#### **1.4 Misión:**

La empresa ECOLOGIC CONNECTION busca fomentar las buenas prácticas del uso en cuanto a materiales desechos renovables, generando un bienestar social enfocado a una mejor cultura ciudadana, espacios óptimos para la ciudadanía y minimizar el impacto ambiental en los entornos urbanísticos de nuestro presente y mejorarla para el futuro.



### **1.5 Visión:**

La empresa ECOLOGIC CONNECTION se posicionará como una empresa innovadora mediante procesos eficientes y eficaces en cuanto al manejo de residuos renovables en el año 2021.


## 1.6 Valores:



Fuente: Creación propia.

Ilustración 2. Valores Corporativos.

### 1.6.1 Análisis Valores Corporativos:


	VALORES CORPORATIVOS
<b><i>Proactividad</i></b>	Inculcamos la participación de todos los empleados y directivos de la organización trabajando de manera conjunta y aunando sus esfuerzos para el logro de los objetivos generando una cultura de confianza y comunicación donde la iniciativa y la autonomía son de gran valor u aporte para la empresa.
<b><i>Eficiencia</i></b>	Somos eficientes en el tratamiento de los recursos que se encuentran a nuestra disposición buscando la manera de minimizar los tiempos improductivos para un desarrollo empresarial constante.
<b><i>Ética</i></b>	Nos enfocamos en la inclusión de lineamientos basados en principios y valores, que fomenten la transparencia en los procesos internos de la organización y que contribuyan al desarrollo de nuestros colaboradores, para que laboren con honradez y responsabilidad sin anteponer los criterios propios sobre lo correcto.
<b><i>Seguridad</i></b>	Velamos por la integridad de las personas en nuestro entorno y el cuidado del medio ambiente como fin principal de nuestro crecimiento personal y empresarial.
<b><i>Innovación</i></b>	Innovamos de manera concurrente ante los ámbitos de nuestro negocio para agregar valor a nuestros servicios generando nuevas maneras de acercarnos a las personas.
<b><i>Responsabilidad</i></b>	Somos responsables en adquirir conciencia de las decisiones que tomamos antes, durante y después de nuestra gestión empresarial tanto interna, externa y hacia nuestro entorno en general.
<b><i>Respeto</i></b>	Cada uno de nosotros merece el reconocimiento de su valor personal y sus derechos. Es por eso que en nuestra empresa mantenemos relaciones personales y de negocio respetuosas que nos ayuden a desarrollarnos más.

***Tabla 3. Valores Corporativos.***

### **1.7 Objetivos específicos:**

- ❖ lograr un cambio de raíz sobre el comportamiento y el hábito de reciclar en los residentes de los conjuntos seleccionados para la muestra, a través de campañas de concientización y enseñanza sobre el manejo adecuado de estos residuos sólidos de reciclaje, para generar el cuidado del medio ambiente, una ciudad más limpia y una mejor calidad de vida en las personas.
  
- ❖ Realizar un estudio de características en cuanto al interés y aplicación en los conjuntos seleccionados, analizando la viabilidad y el posicionamiento de la empresa, como en su desarrollo y en como contribuirá en beneficios mediante una economía colaborativa.
  
- ❖ Disminuir la contaminación ambiental, mediante la disciplina, incentivando la responsabilidad en el manejo de los residuos, y de esta forma incrementar e incentivar a nuestros colaboradores mediante acuerdos de doble participación, disminución en la contaminación visual, generando mejor calidad de vida a través de una conexión ecológica.
  
- ❖ Promover en el mercado el uso de productos hechos a base de materiales reciclados, de menor costo.
  
- ❖ Brindar una oportunidad de ingreso extra a los residentes del conjunto mediante la aplicación, uso de la información y capacitación dada a los residentes del conjunto en la compra por parte de la empresa ECOLOGIC CONNECTION tal y como se llega al acuerdo estipulado.

### 1.8 Análisis PESTEL:

	Análisis PESTEL	
Factor	Descripción	
	+	-
P	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Decreto 312 de 2006 Proyecto de Ley 04 de 2007.</b> Por el cual se adopta el Plan Maestro para el Manejo Integral de Residuos Sólidos para Bogotá Distrito Capital</li> <li>✓ <b>DECRETO 400 de 2004.</b> "Por el cual se impulsa el aprovechamiento eficiente de los residuos sólidos producidos en las entidades distritales"</li> <li>✓ <b>DECRETO 605 de 1996.</b> En relación con la prestación del servicio público domiciliario de aseo.</li> <li>✓ <b>DECRETO 1713 DE 2002</b> En relación con la Gestión Integral de Residuos Sólidos</li> <li>✓ <b>DECRETO 1505 de 2003.</b> En relación con los planes de gestión integral de residuos sólidos y se dictan otras disposiciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desconocer de los beneficios que otorgan el estado para una empresa de reciclaje</li> <li>✓ no tener el total conocimiento del manejo de los residuos</li> </ul>
E	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tendencias de estilo de vida.</li> <li>✓ Mejorar la calidad de vida de las personas</li> <li>✓ Actitudes y opiniones de los consumidores.</li> <li>✓ Generar conciencia ambiental en las personas</li> <li>✓ Generar gran cantidad de materia prima a bajos costos</li> <li>✓ Contar con recursos reciclables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Demográfica</li> <li>✓ Poco cubrimiento</li> <li>✓ Marca, empresa, imagen</li> <li>✓ No se encuentra posicionada en el mercado</li> <li>✓ Grandes eventos e influencias</li> <li>✓ Poco musculo financiero</li> <li>✓ Cuestiones éticas</li> <li>✓ Poca cultura de las personas a la hora de reciclar.</li> </ul>

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Generar conciencia ambiental en las personas</li> <li>✓ Creación de nuevos empleos</li> <li>✓ mejorar el estilo de vida de las personas</li> <li>✓ Contribuir con la mejora de salud de las personas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No contar con el personal adecuado que de las capacitaciones a estos conjuntos.</li> </ul>
T	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aprovechar las nuevas tecnologías como medios de comunicación para darnos a conocer</li> <li>✓ Utilización de los canales de transacción para disminuir costos</li> <li>✓ Utilizar las nuevas tecnologías para contar con buena información</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No contar con los recursos necesarios para tener.</li> <li>✓ la adecuada tecnología y explotar al máximo esta</li> </ul>
E	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Colaborar con el cuidado del medio ambiente</li> <li>✓ Reducción de residuos que afectan las fuentes hídricas y terrenos</li> <li>✓ Desarrollo competitivo de empresa en el sector</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poca cultura de las personas a la hora de reciclar</li> </ul>
L	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Licencia Ambiental la autorización que otorga la autoridad ambiental Aprovechamiento de los recursos naturales renovables y el medio ambiente de la Nación, a fin de asegurar el desarrollo sostenible.</li> <li>✓ Diseñar y ofrecer programas encaminados a educar a los niños, las niñas y los adolescentes, a los miembros de la familia y a la comunidad en general (capacitaciones)</li> <li>✓ <b>ISO 14001 SISTEMA GESTION AMBIENTAL</b>, priorizar y gestionar los riesgos ambientales, como parte de sus prácticas de negocios habituales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poco conocimiento del alcance legal y oportuno.</li> </ul>

**Tabla 4. Análisis PESTEL**

### 1.8.1 Grafica PESTEL:



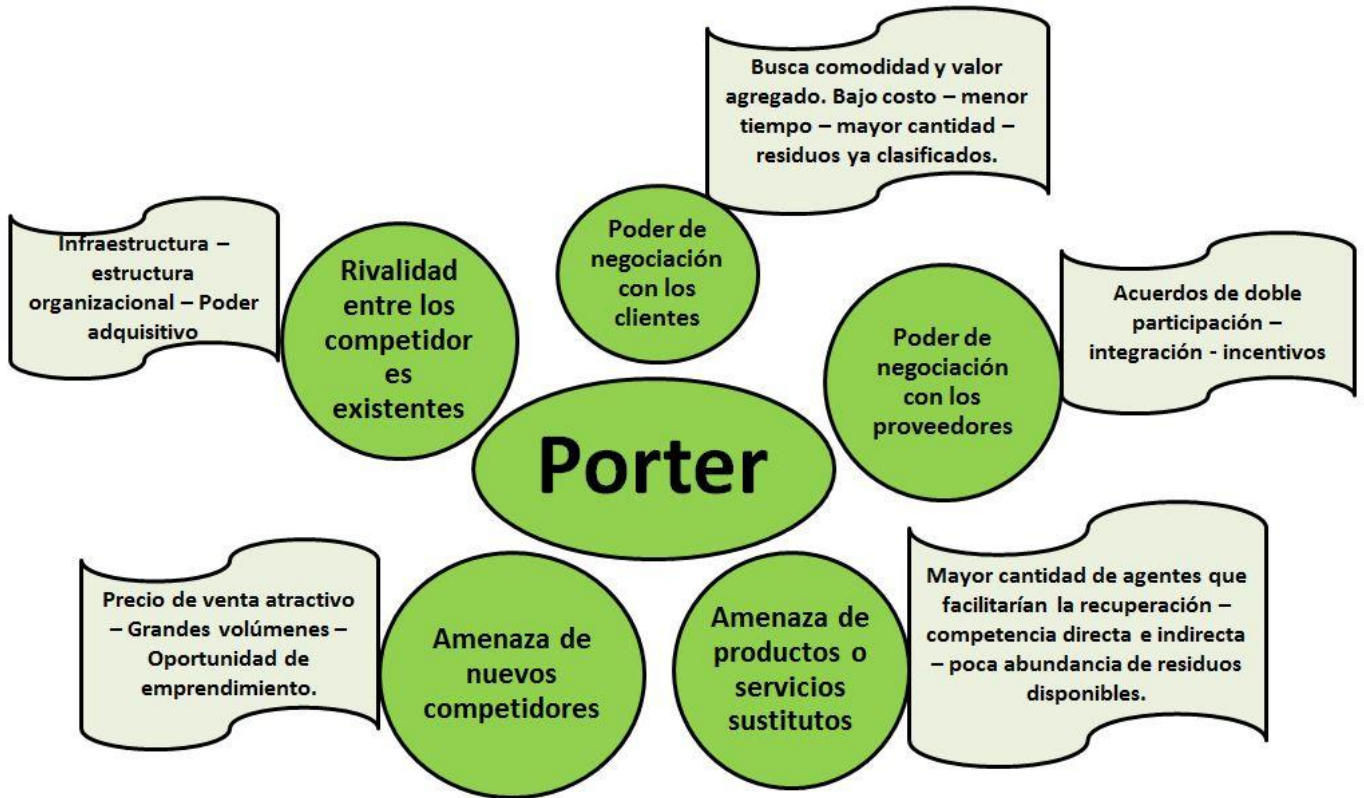
Fuente: Creación propia.

Ilustración 3. Gráfica **PESTEL**

### 1.8.2 Análisis grafica PESTEL:

Con el análisis PESTEL encontramos ventajas y desventajas competitivas que a la hora de la creación de la empresas son de mucha ayuda ya que nos conocemos de una manera minuciosa tanto interna como externamente y así saber cómo estamos y nos vemos en el mercado para cada día mejorar siempre en pro de la mejora continua de la compañía y así obtener el máximo rendimiento de la empresa

## 1.9 Análisis de las cinco fuerzas de Porter:



Fuente: Creación propia.

Ilustración 4. Cinco Fuerzas de Porter

### 1.9.1. Poder de negociación de los clientes:

Son las empresas ya legalmente constituidas que ocupan una posición dominante en la industria del reciclaje, una de las consecuencias de este dominio se traduce en que el precio del mercado de los residuos está influenciado por el poder de compra, el cual es determinado por una escasa competencia entre los agentes.



Una alternativa es comercializar RSD (residuos sólidos degradables) en mercados alternativos, sin embargo, el mercado se ve dominado por empresas nacionales que consiguen una parte significativa de la recolección total residuos, sin que exista competencia por la compra.

Otro aspecto que determina la existencia de compradores es el escaso valor del Residuo Sólido Domiciliario al ser considerado como un producto estándar, con muy pocos atributos de diferenciación y de una calidad degradada. (ANEXO 1: Listado de Posibles empresas compradoras)

### **1.9.2. Poder de negociación con los proveedores:**

Este esquema de negocio, distingue la figura de un proveedor diferente a la que se conoce tradicionalmente, en este sentido una de las características que hacen la diferencia central, es que no existen barreras de entrada, además su participación en la cadena de suministro es voluntaria y está determinada por un programa que reúne un conjunto de incentivos, así podemos señalar que cualquier persona es un potencial proveedor, en este respectivo caso y como enfoque más notorio son los conjuntos residenciales seleccionados para la muestra.

Además, otra característica que diferencia este tipo de proveedor es el aporte de un producto y servicio con calidad y organizado en cuanto estándares de clasificación de residuos respectivamente a la capacitación y aplicación de la mima.

La viabilidad de la empresa y el éxito del negocio, depende de la participación de los proveedores, su integración es fundamental, para conseguir rescatar las materias primas que se generan diariamente en los respectivos hogares y/o conjuntos residenciales donde abarquemos e inculquemos las buenas prácticas en cuanto al manejo de residuos reciclables.

Otra característica diferente a otras industrias, es que el número de proveedores no tiene límites, así la expansión hacia un mayor número de estos protagonistas, permite conseguir un aumento de la recolección a través de un mayor número participaciones.

### **1.9.3 Amenaza de Productos o servicios sustitutos:**

Los residuos no tienen las dimensiones ni atributos normales de un producto elaborado, el cual cumple con requisitos asociados a funcionalidad, calidad y precio, los atributos son valorados por los clientes, los RSD (residuos sólidos domiciliarios) en consecuencia por ser un producto de desecho reutilizable se producirán una mayor cantidad de agentes que facilitarían la recuperación, eventualmente se podrían generar efectos de abundancia en la oferta que ocasionarían caídas en el precio y una poca abundancia de residuos disponibles para la recolección y venta.

Los RSD están sometidos a competencia directa e indirecta, por lo tanto, se distingue amenaza de sustitución de los servicios a prestar, ya que es un mercado poco explorado y de gran oportunidad de emprendimiento.


### **1.9.4 Amenazas de nuevos entrantes:**

En la medida que el precio de venta se haga más atractivo existirá un mayor incentivo para que en la industria ingresen nuevos competidores, sin embargo, es importante apreciar que la comercialización en grandes volúmenes genera rendimientos crecientes, lo que constituye una gran oportunidad de emprendimiento en este sector, siempre y cuando se destaquen en su valor agregado como factor de diferenciación de las empresas ya constituidas y con un nicho ya trabajado.

### **1.9.5 Rivalidad entre los competidores existentes:**

Los residuos a trabajar se basan en un volumen de almacenaje masivo y controlado, esto quiere decir que es necesario tener una infraestructura adecuada y veraz, para llevar a cabo las labores de direccionamiento de la materia a transformar (transporte y separación de residuos), una mano de obra eficiente y eficaz, capaz de cumplir con las metas siendo efectiva a la hora de manipular, distribuir y/o transformar el volumen de residuos otorgados, para el cumplimiento de metas propuestas por las diferentes empresas ya constituidas.

### 1.10 Análisis DOFA:

	<b>ANÁLISIS DOFA - ECOLOGIC CONNECTION</b>	
<p style="text-align: center;"><b>FACTORES EXTERNOS</b></p> <p><b>FACTORES INTERNOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generación de calidad de vida</li> <li>- Generación de empleo</li> <li>- Bajo costo de implementación</li> <li>- Bajo costo en mantenimiento</li> <li>- Futuros cambios en la legislación que favorece el reciclaje</li> <li>- Ser pionero como empresa recicladora y prestadora de servicios de calidad.</li> <li>- Regular problemas de contaminación ambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desinterés de empresa recicladora por incumplimiento de metas o exigencias.</li> <li>- competencia</li> <li>- materiales contaminados</li> <li>- mal manejo de los recursos solidos reciclables</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitación del personal, en capacidad logística.</li> <li>- Personal con alto sentido de pertenencia en reciclaje</li> <li>- Reconocimiento de nuestro servicio</li> <li>- Alto nivel de nuestros colaboradores</li> <li>- Trabajadores empoderados en sus cargos trabajo previo en reciclaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimiento en el mercado con el fin de mejorar el medio ambiente.</li> <li>✓ Fomentar el empleo a través del transporte y manejo del material reciclable.</li> <li>✓ Generar ganancias con la venta a empresas encargadas de la reutilización de estos productos, Crecer como empresa.</li> <li>✓ Mejorar los beneficios de la administración de los conjuntos con temas de manejo de basura y calidad de vida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mejorar el conocimiento y manejo de estos residuos de reciclaje.</li> <li>✓ Generar beneficios, mejorar las ideas sobre productos contaminados.</li> <li>✓ Tener un buen manejo de los recursos reciclados</li> </ul>


<ul style="list-style-type: none"> <li>- Malas prácticas arraigadas</li> <li>- Poca cultura de reciclaje</li> <li>- Poca capacitación en temas de reciclaje</li> <li>- Desconocimiento de los beneficios directos e indirectos a reciclar</li> <li>- Resistencia de los colaboradores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El no desempeño en ayuda a contribuir en la disminución de la contaminación del medio ambiente.</li> <li>✓ El no saber cómo se acopla el reciclaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Empeño en buscar en la competencia sabiduría en temas de reciclaje.</li> <li>✓ Buscar el mejor manejo de los materiales contaminados al momento de reciclarlos.</li> <li>✓ Aumentar la concientización a las personas con sentido de reciclaje.</li> <li>✓ Fortalecer el conocimiento del manejo de estos recursos.</li> </ul>
--	--	---

***Tabla 5. Análisis DOFA***

### **1.10.1. Análisis DOFA general:**

- Analizando las diferentes estrategias que nos da el cuadro matriz DOFA, se puede ver cuáles son los campos de acción que debemos atacar y enfocarnos para lograr como empresa nuestros objetivos principales.
- Las estrategias que se establecen para poder ser una empresa altamente competitiva y logrando visualizar las amenazas existentes en el medio, nos llevan a concluir una correcta implementación de modelos de servicio, manejo de materiales aptos para el reciclaje y así contribuir a la mejora del cuidado del medio ambiente y buscando acciones para la innovación y generación de nuevos productos.

### 1.11. Fuerzas Inductoras (Oportunidades y Fortalezas):

	<p align="center"><b>Fuerzas Inductoras (Oportunidades y Fortalezas)</b></p>
<p align="center"><b>O</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debido a la contaminación en nuestra ciudad de Bogotá en la localidad 7- BOSA, por medio de este proyecto de empresa podemos minimizar esta problemática induciendo la concientización del manejo de residuos sólidos reciclables en los conjuntos residenciales y así creciendo de manera eficiente a medida del tiempo mediante el incentivo económico por las buenas prácticas.</li> <li>• Mediante un personal altamente capacitado daremos a conocer nuestra calidad de servicio hacia las personas y los beneficios sociales, culturales, económicos y personales que ofrecemos.</li> <li>• Generaremos fuentes de ingreso extras a medida de que nuestro empresa vaya adquiriendo reconocimiento a nivel y transformación de productos en el ámbito de la ecología y economía sostenible.</li> </ul>
<p align="center"><b>F</b></p>	


**Tabla 6. Fuerzas Inductoras.**

### **1.11.1. Análisis inductor:**

- Una de las principales ventajas de nuestro plan de negocio es que el tema de reciclaje es un sector muy poco explorado y aplicado por las personas del común, así que gracias al tema ambiental se está adoptando medidas para incentivar a estas personas a reciclar, gracias a esta actividad se genera una buena rentabilidad orientadas al cuidado del medio ambiente y disminución de la contaminación por medio de estos residuos. Una de las oportunidades se presenta en el hecho de constituir una organización legal y formalizada que ofrece beneficios a nuestros colaboradores, a nuestros clientes y fomentar innovación de nuevos productos en el mercado con bajos costos para su adquisición.
- Gracias a este plan de trabajo como empresa recicladora principalmente daremos un proceso productivo mediante el fomento de empleo, con el fin de incorporar recicladores a este oficio, la cual presenta una ventaja en ámbito social y calidad de vida de nuestros colaboradores, para así convertir su desempeño y compromiso con nuestra organización.



### 1.12. Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas):

	<p style="text-align: center;"><b>Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas)</b></p>
<b>D</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La capacidad de producción frente a nuestros competidores, esta puede ser una debilidad ya que al ser una empresa nueva no vamos a tener la misma capacidad que una gran empresa establecida con máquinas de última tecnología y experiencia en el campo de la recolección y venta de material reciclable.</li> <li>• Las leyes y los controles de los residuos de las basuras ya que si algún decreto impide algún detalle de nuestro proceso se vería en problemas la recolección de la empresa.</li> </ul>
<b>A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que el gobierno se quiera adueñar de las basuras de la ciudad o poner un impuesto o condiciones que perjudiquen nuestra labor.</li> <li>• El clima, ya que al ser nuestra materia prima productos como cartón, papel y plástico puede darse la situación de que haga invierno y no lleguen en buenas condiciones a nuestras instalaciones, ya que si se moja el cartón o se arruga el papel el proceso de reciclaje es más duro o en algunos casos imposible.</li> </ul>

***Tabla 7. Fuerzas Opositoras***

### **1.12.1. Análisis Opositor:**

- Una de nuestras problemáticas sería el abastecimiento, ya que esto depende de nuestros colaboradores (residentes del conjunto), la cantidad de residuos, el nivel de la contaminación y muchas variables que se encuentran fuera del control de nuestra organización.
- Una de las amenazas sería nuestras empresas competidoras, su plus en la pre - transformación y manejo de residuos sólidos de reciclaje.

### 1.13. Cadena de valor

#### Propuesta de valor:

Con la creación y formación de esta nueva empresa recicladora ECOLOGIC CONNECTION, se pretende inculcar a nuestros colaboradores el concepto de creación de empresa, con el objetivo de lograr una economía sostenible, cuidado del medio ambiente, calidad en los procesos con responsabilidad social, inculcando la conciencia ecológica y el manejo de estos residuos en los hogares ofreciendo un servicio de alta calidad social y cultural..

Nosotros como empresa proponemos la siguiente Cadena de valor, basada en las necesidades de nuestra compañía con el objetivo de satisfacer las expectativas de nuestros clientes:



Fuente: Creación propia.

Ilustración 5. Propuesta de valor

Podemos ver que, por medio de esta cadena de valor, se ilustra el ciclo el cual inicia desde el momento en que los residuos ingresan en las canecas de basura, luego son recogidos y seleccionados de forma práctica ya que con anterioridad a las personas que realizaron la capacitación se les inculco e informo sobre el uso, adecuadas formas y la puesta en marcha de dicha separación de los residuos reutilizables, con el fin de transportarlos y comercializarlos en las plantas caracterizadas en la transformación de estos residuos para su reutilización.

Desde las visitas a los conjuntos residenciales podemos dar a conocer las ventajas que con lleva el manejo de los materiales reciclables y sus variados usos, por lo cual las administraciones aceptan nuestros servicios y desde este, aplicar a los mismos en base a las necesidades y bajos costos de la aplicación de ese método.

Indagaremos en las necesidades y expectativas que surjan con cuestiones en el tema de reciclaje y nuestra empresa, estableciendo un vínculo de confianza entre los conjuntos residenciales y nuestra labor, así estableciendo la marca y nombre en el mercado gracias a nuestra calidad de servicio, acuerdos de doble partida y economía sostenible.

#### **1.14. Estrategia competitiva (componente innovador):**

Con la creación y formación de la nueva empresa recicladora llamada ECOLOGIC CONNECTION se pretende inculcar en sus colaboradores el concepto de creación de empresa, para el logro de una economía sustentable y un entorno más limpio. Ofreciendo calidad en los procesos, con responsabilidad social y conciencia ecológica mediante la fomentación de las buenas prácticas en el manejo de residuos reutilizables, de tal forma que el contacto con nuestro colaboradores externos se realizara de manera directa para llevar a cabo una fomentación, una capacitación, y en el momento de llevar a cabo las prácticas de esta, se tomaran seguimientos y por último la remuneración económica por parte de la empresa a nuestros colaboradores externos (compra del material por peso ya clasificado según la capacitación dada a las personas del conjunto residencial), buscando de esta manera generar ingresos y conocimientos extras además de inculcar en nuestros colaboradores el uso y las buenas prácticas que conlleva la aplicación del reciclaje en sus hogares dando como resultado el impulso para incentivar a la mejora social y cultural hacia un futuro próspero de economías sostenibles y espacios de calidad.

## **2. ESTUDIO DE MERCADOS**

### **2.1 Objetivos del estudio de mercado:**

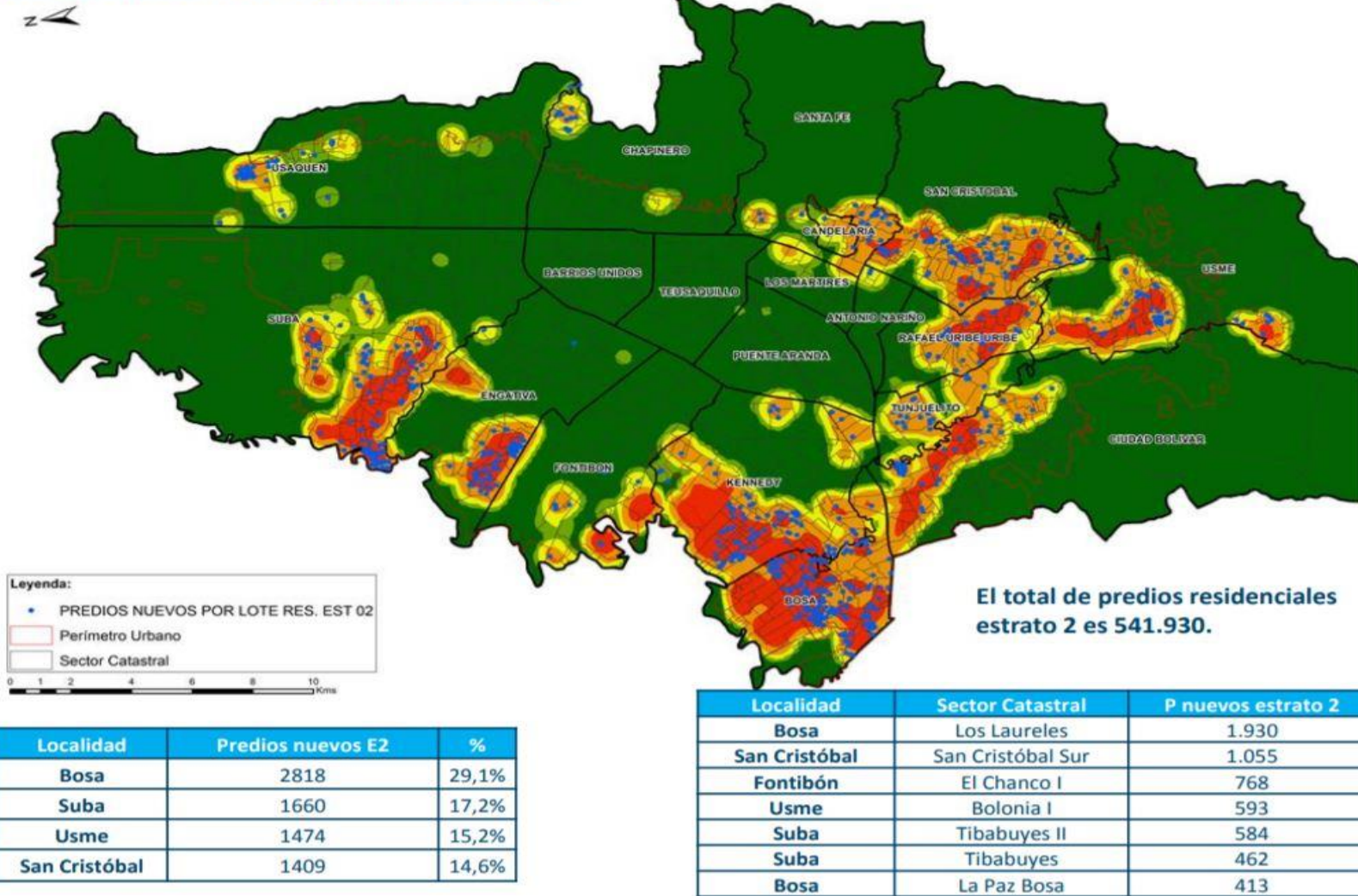
Con este estudio de mercado pretendemos buscar la viabilidad sostenible en base al tema de reciclaje, debido a la deficiencia que se ha venido presentando lo largo del tiempo por falta de conocimiento y manejo de estos materiales sólidos (desechos), optaremos en conocer su deficiencia y la necesidad de las personas para que puedan llegar a implementar un sistema nuevo de reciclaje en su lugar de residencia.

## 2.2. Segmentación

La segmentación que se realizó previamente permitió establecer el estudio de mercado para que nuestro servicio pueda ser enfocado en los conjuntos residenciales de estrato dos (2) y tres (3) en la localidad 7 de Bosa en Bogotá, la cual está ubicada en el extremo suroccidental de la ciudad. Su extensión es de 2.466 hectáreas, correspondiente a un 2.87% del total del territorio del Distrito. Limita al sur con la Autopista Sur, la localidad de Ciudad Bolívar y el municipio de Soacha; al occidente con los municipios de Soacha y Mosquera; al norte con Mosquera y el río Bogotá; y por el oriente con las localidades de Ciudad Bolívar y Kennedy. Cuenta con 508.828 habitantes y cinco UPZ (Unidades de Planeamiento Zonal): Apogeo, Bosa Occidental, Bosa Central, El Porvenir y Tintal Sur.

En esta localidad, se han establecido conjuntos residenciales nuevos desde el año 2016 a 2017, se estima de esta manera un total mil novecientos (1900) predios nuevos en la localidad Bosa de estratos dos (2) y tres (3) según el análisis inmobiliario 2016 – 2017 de la alcaldía mayor de Bogotá, lo cual indica que aproximadamente una construcción de quinientos (500) a novecientos (900) conjuntos residenciales con las siguientes características: tres (3) a cuatro (4) torres; cada una aproximadamente de 17 pisos, los cuales por piso cuentan con cuatro (4) apartamentos para un total aproximado de doscientos veinte (220) a trescientos cincuenta (350) por conjunto residencial, siendo estos nuestro enfoque principal para la prestación de nuestros servicios.

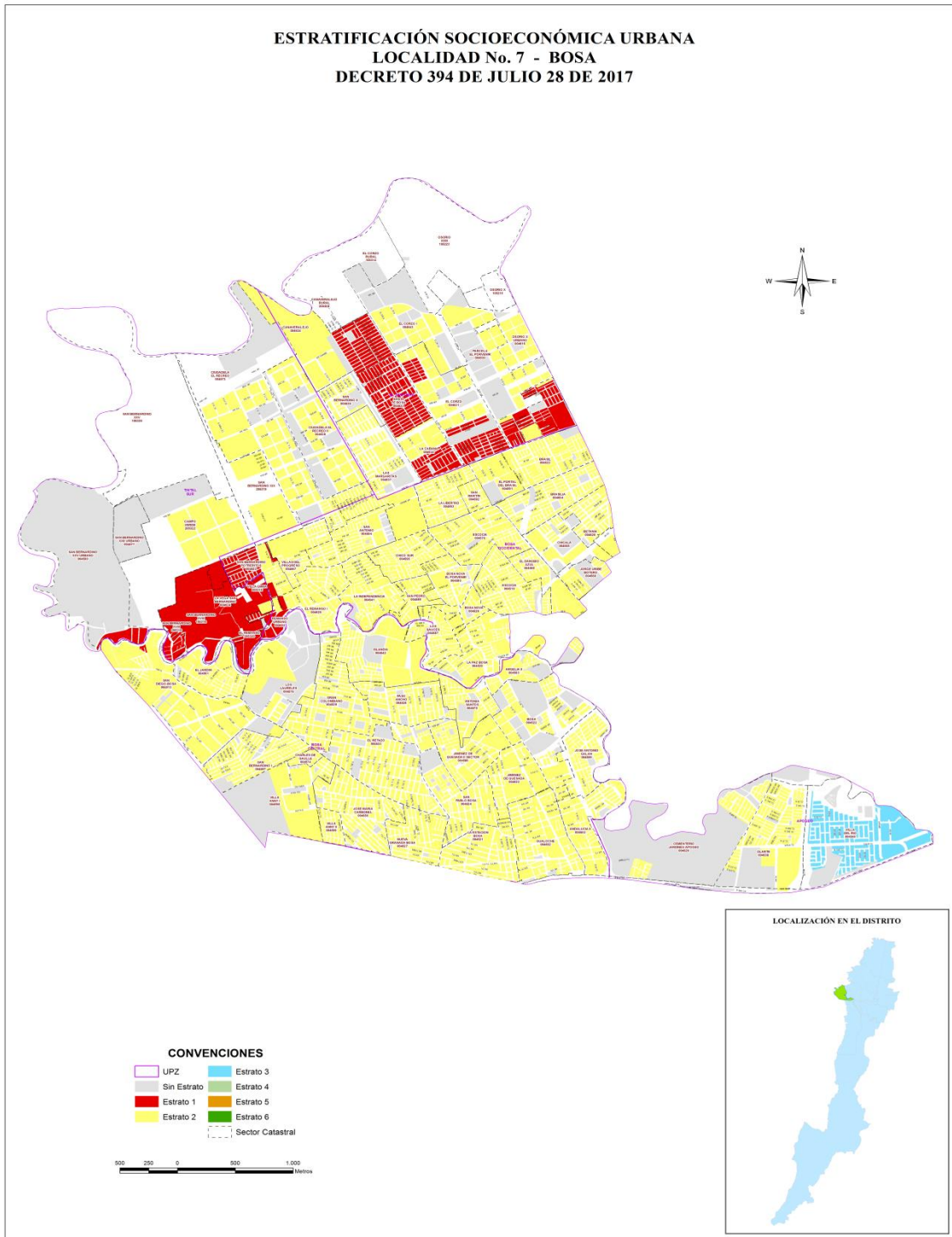
## Residencial estrato 2 (9.671 predios nuevos)



Fuente: [https://www.catastrobogota.gov.co/sites/default/files/Resultados\\_Censo\\_2017%20version%20final.pdf](https://www.catastrobogota.gov.co/sites/default/files/Resultados_Censo_2017%20version%20final.pdf)

Ilustración 6. Análisis inmobiliario 2016 - 2017





Fuente: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/bogotanitos/bogodatos/bogota-y-sus-localidades>

Ilustración 7. Estratificación socioeconómica urbana localidad N- 7 Bosa

### 2.3 Metodología del estudio de mercado

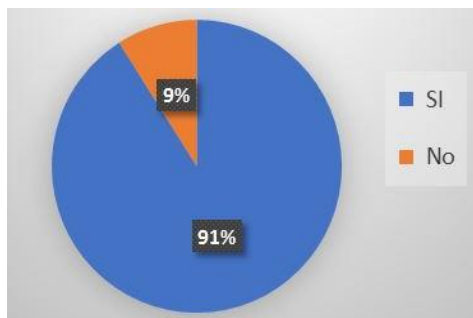
La metodología utilizada para nuestro estudio de mercado ya segmentado, está basado a través de la captación de datos, basado en la recolección de datos a través de encuestas a los residentes de los conjuntos residenciales que entran en las características descritas en la segmentación realizada previamente.( ANEXO 2) : Evidencias fotográficas de encuesta.

La encuesta tiene como objetivo principal conocer e indagar si los residentes tienen hábitos de reciclar, si lo hacen de una u otra manera y si reciben algún incentivo por ello, también teniendo en cuenta el por qué no realizan esta actividad o que les dificulta tener este hábito.

Las preguntas y sus respectivos análisis son:

- **1. ¿Sabe que es el reciclaje?**

Se evidencia claramente que con un 91% de los encuestados de la mayor parte de las personas conocen sobre el tema de reciclaje, ya que el 9% de los encuestados no sabe que es o que beneficios les pueden traer, con esto podemos decir que nuestra actividad la cual vamos a trabajar e implementar es viable frente a esta conocimiento y deficiencia ambiental que sea generado a lo largo del tiempo.

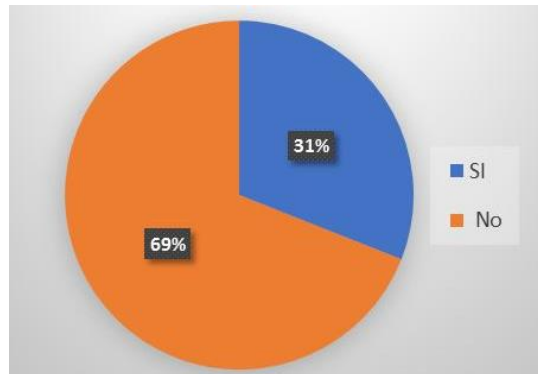


Fuente: Creación propia

Ilustración 8. Análisis pregunta 1.

- **2. ¿Sabe usted que son las 3 R?**

Como se puede observar el 69% de las personas encuestadas no conocen el concepto sobre que trata (las 3 R,) esto no quiere decir que no estén de acuerdo con el reciclaje, el 31% restante sabe y conoce el tema de las 3r y tienen conocimientos de reciclaje por lo anterior se puede deducir que la población requiere de información y motivación para que tomen la iniciativa de reciclar.

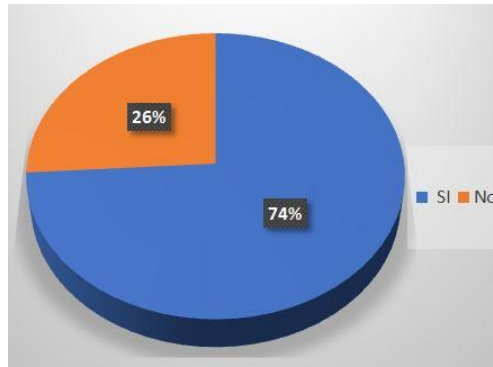


Fuente: Creación propia

Ilustración 9. Análisis pregunta 2.

- **3. ¿Usted recicla?**

Se evidencia claramente que la mayoría de las personas del 74% de la población encuestada recicla, el porcentaje restante del 26% no lo hace, por lo anterior podemos decir que este grupo de personas están interesadas en preservar y proteger el medio ambiente, es allí donde optaremos e brindar nuestro servicio de manera eficiente para contribuir en mejorar esta actividad de gran beneficio tanto para las personas y empresa.

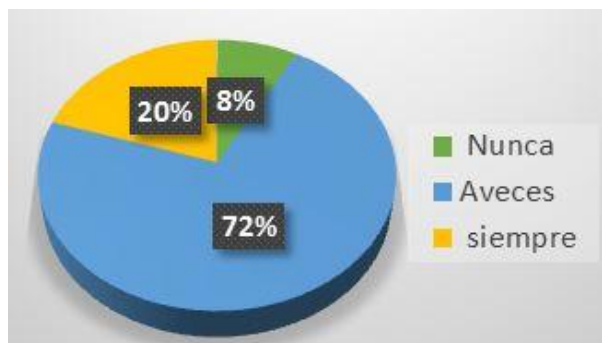


Fuente: Creación propia

Ilustración 10. Análisis pregunta 3.

- **4. ¿Con que frecuencia recicla?**

Como se observa con el 72% de los encuestados la gente a veces recicla, El 20% siguiente siempre lo hace y el 8% restante nunca, esto nos da a entender que uno de los principales problemas al que se enfrentan las personas que emprenden un proceso de reciclaje es la falta de cultura Y esto se nos vuelve una oportunidad a hora de implementar nuestros servicios como empresa destinada en el tratamiento de estos desperdicios reciclables.

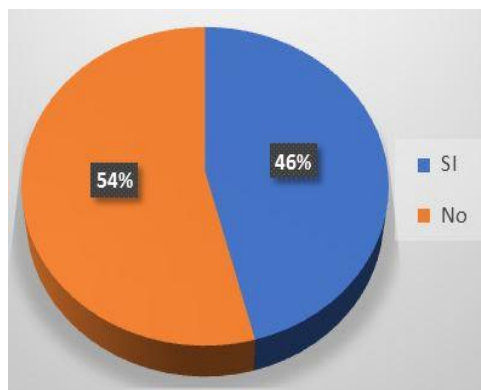


Fuente: Creación propia.

Ilustración 11. Análisis pregunta 4.

- **5. ¿Cerca a su domicilio hay contenedores específicos para reciclar?**

Se puede evidenciar en esta gráfica que la gran parte del 54% no cuentan con contenedores específicos de reciclaje, el cual como empresa podemos impactar de manera eficiente esta problemática de recolección y clasificación de residuos para así disminuir el impacto que genera la basura (malos olores, contaminación, proliferación de plagas) con el fin de generar comodidad y calidad de vida para este grupo de personas (clientes).



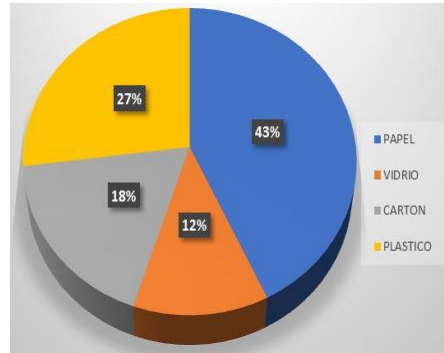
Fuente: Creación propia.

Ilustración 12. Análisis pregunta 5.

- **6. ¿Qué recicla?**

Se puede evidenciar en la siguiente gráfica que la mayoría de personas conocen y abarcan el tema de reciclaje, el cual el residuo más tratado para reciclar ha sido el papel equivaliendo al (43%), junto con plástico que equivale al (27%), material que se genera de manera masiva, fácil manejo y constante en los hogares o departamentos. Con esta información recolectada podemos ver una oportunidad y/o ventaja de trabajo, agilidad en la clasificación y recolección de residuos, ya que las personas si están interesadas y son conscientes sobre el tema de reciclaje y esto nos ayuda a generar impacto al momento de implementar nuestro servicio y cuidado ambiental.

(Constatamos que todos residuos serán de igualmente tratados y optaremos en implementar su manejo).

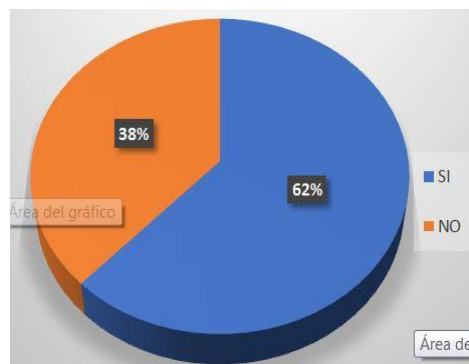


Fuente: Creación propia.

Ilustración 13. Análisis pregunta 6.

- **7. ¿Esta consiente del impacto Ambiental a la hora de no reciclar?**

Como se observa en la siguiente grafica la mayoría de las personas si conocen y son conscientes del impacto que puede generar esta actividad de reciclaje ya que contrae beneficios como (cálida de vida, menos contaminación, ahorra dinero, aprovechamiento desperdicios sólidos, reduce a recolección de basura) tanto para nuestra empresa como usuarios (clientes) y podemos optar esta idea buscando un 100 % de interés implementando nuestro servicio de forma creciente.

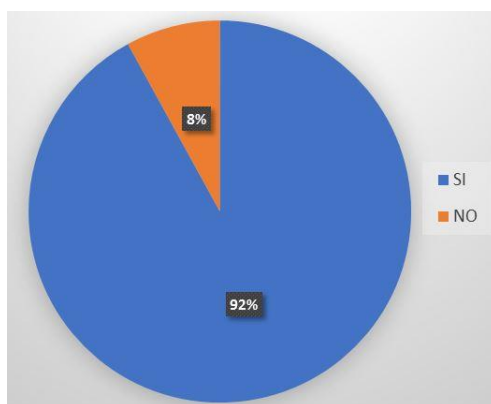


Fuente: Creación propia.

Ilustración 14. Análisis pregunta 7.

- **8. ¿Le gustaría implementar un sistema de reciclaje donde usted vive?**

En la siguiente grafica de datos nos muestra que el 92 % las personas si están interesadas en adquirir un sistema de reciclaje, debido a eso tomamos como oportunidad implementar nuestro servicio en estos lugares que presentan falta de atención en optimizar el reciclaje, allí tomaremos fuerza para generar beneficios económicos y ambientales.

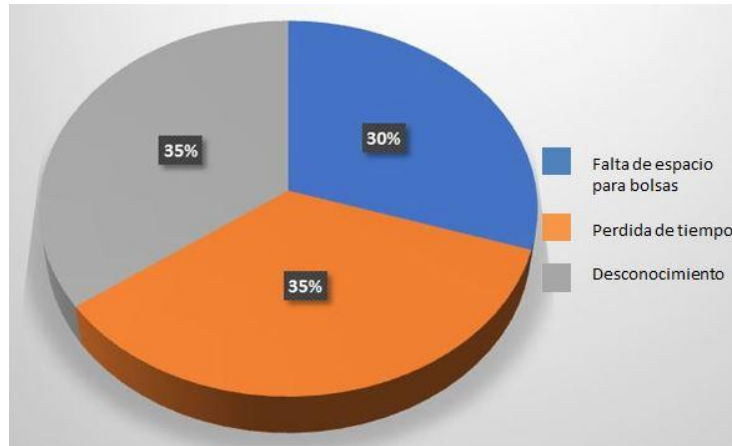


Fuente: Creación propia.

Ilustración 15. Análisis pregunta 8.

- **9. ¿Qué aspectos creen que dificultan la clasificación de estos residuos?**

En lo siguiente se puede analizar que los aspectos que dificultan la clasificación de estos materiales son muy parejas a la hora de trabajar e implementar por parte de las personas, es allí donde brindaremos los recursos y capacitación de trabajo necesaria para desarrollar un buen ambiente de trabajo y satisfacción para nuestros usuarios, limitando estas dificultades y desarrollando estrategias de trabajo logístico para el trato de estos materiales sólidos de reciclaje.

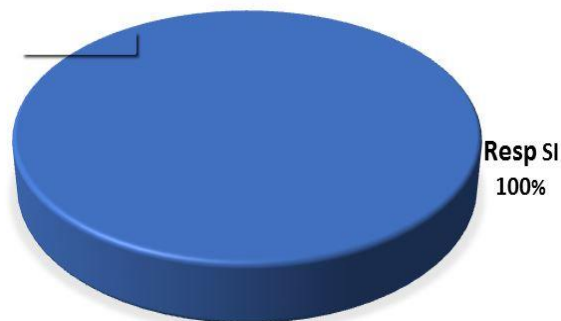


Fuente: Creación propia

Ilustración 16. Análisis pregunta 9.

- **10. ¿Le gustaría recibir beneficios por reciclar?**

En lo siguiente se ha demostrado que el total de las personas se encuentran interesadas por recibir beneficios al momento de realizar este tipo de actividades de reciclaje, es así que como empresa de servicios optamos por implementar modalidades de manejo, recolección y mejora calidad de vida con el fin satisfacer a nuestros clientes, aprovechando todos estos recursos (desperdicios sólidos) las cuales se captaran de manera oportuna dándoles el debido aprovechamiento.



Fuente: Creación propia.

Ilustración 17. Análisis pregunta 10.



## **2.4 Análisis concluyente**

Se puede concluir que con esta información recolectada y obtenida en base a las encuestas, las personas muestran su interés y desconocimiento al no implementar o contribuir con el reciclaje, es así que como empresa de servicios buscamos aprovechar esta oportunidad e implementar estrategias que contribuyan al mejoramiento de esta problemática fortaleciendo este plan de manejo y reciclaje, en búsqueda de una rentabilidad económica al momento de captar y manejar estos recursos solidos (desechos) de manera masiva y satisfacer a nuestra base de clientes en una mejor calidad de vida.

### 3. PLAN DE MARKETING

#### 3.1. Estrategia del producto:

El servicio prestado por ECOLOGIC CONNETION está basado en el reconocimiento del entorno en el que se vive actualmente, buscando la creación de un nuevo pensamiento consiente del posible cambio que generara al ser parte de una nueva generación de personas con un pensamiento crítico y consiente del desarrollo a través de procesos y economías sostenibles, buscando la participación activa en procesos colaborativos de recolección y reutilización de materiales reutilizables.



Fuente: <http://www.previsorageneral.com/no-todo-es-economia-colaborativa/>

Ilustración 18: Ecología colaborativa.

### **3.2. Estrategia del precio:**

Nuestra estrategia de precio como empresa recolectora de materiales reutilizables está basada en los acuerdos propuestos en las capacitaciones dadas para el manejo de estos desechos en los conjuntos, en su clasificación, en la recolección, y por parte de nosotros la compra a nuestros colaboradores a un precio cómodo ya estipulado y caracterizado generando un incentivo a la participación y una economía colaborativa, también está basada en el transporte y en la venta a las empresas ya especializadas en la compra y transformación de residuos reutilizables.

### 3.3. Estrategia de publicidad:

La divulgación de la idea de negocio es fundamental para llevar a buen término los principios planteados en ella, para ello se tienen unas fases de planeación que serán capaces de darle la divulgación que permita llegar a un nicho de mercado capaz de asumir de buena manera las proposiciones hechas con respecto a la recuperación de residuos, para ello se hará perifoneo por las zonas de intervención, entrega de volantes y redes sociales para generar el impacto necesario en la campaña de reciclaje.



Fuente: <https://mediazonal.wordpress.com/2011/11/14/perifoneo-el-unico-medio-que-toma-en-serio-el-impacto-auditivo/>

Ilustración 19: Perifoneo en bicicleta.

#### 3.3.1. Ventajas del perifoneo como estrategia de publicidad:

- Genera un alto impacto en los consumidores ya que estimula sentidos donde no se han desarrollado defensas psicológicas anti publicidad como en lo visual.
- Por ser un medio sonoro se basa en otros principios físicos que hacen que el mensaje llegue a más personas porque vence barreras físicas (muros, cortinas, vidrios etc) a diferencia del sentido de la vista.
- Tiene la facilidad de adaptarse a los requerimientos de cualquier cliente como ejecución inmediata, disponibilidad inmediata en rutas y zonas geográficas.

### **3.4. Desarrollo de marca:**

Nuestro desarrollo lo basamos en la antropología de marca la cual consiste en conocer mejor a los clientes y colaboradores por sus hábitos de cultura y relaciones en su localidad o contexto real. Basándonos en un desarrollo cultural inspirado e infundido por nuestros servicios, de tal manera que el estudio de la cultura local se haga excesivamente importante para generalizar un cambio en las costumbres y enfocar a nuestro nicho en una misión y visión en conjunto con los adjetivos de nuestra empresa generando “UNA CONEXIÓN CON EL FUTURO”.

Buscamos que nuestra marca genere una diferencia y sobresalga en el pensamiento de las personas garantizando el funcionamiento de nuestros servicios y enfoques, dando como resultado un cambio en las costumbres y en la cultura general fomentándola por sí misma siendo nuestra marca influenciadora y conectora, capaz de crear un pensamiento de conciencia ecológica a través de nuestros servicios y objetivos.

### 3.5. Marca:

La marca de nuestro servicio está basada en el enfoque de nuestra organización, buscando en ella la identificación de nuestros objetivos, generando en ella una diferencia formalmente de las demás organizaciones, ya que en ella se encuentra la suma de nuestros atributos tangibles e intangibles de calidad.

Nuestra marca o nombre está dividida en dos, con los siguientes significados:

- **Ecología:** La ecología es la especialidad científica centrada en el estudio y análisis del vínculo que surge entre los seres vivos y el entorno que los rodea, entendido como la combinación de los factores abióticos. (<https://definicion.de/ecologia/2008>).
- **Conexión:** es un enlace o una atadura que une una cosa con otra. El término nombra a la acción y efecto de conectar (unir, enlazar, establecer relaciones). (<https://definicion.de/ecologia/2008>).

Realizamos la unión de estas dos palabras, buscando la interpretación enfocada a nuestros objetivos como organización, generando como resultado:



**ECOLOGIC CONNECTION**  
ECOLOGIC CONNECTION

Fuente: Creación Propia

Ilustración 20: Marca

### 3.6. Logo:

La creación del logo empresarial surge como una idea básica de la implementación de nuestro nombre como empresa ilustrando la conexión directa con la actividad a desarrollar, nuestra misión, visión como un fuerte y espina dorsal enfocada como una organización creada para generar un impacto, un beneficio, una conexión, y una participación en la creación de un futuro sostenible.

Buscamos en nuestra imagen representativa generar una conexión y una interpretación de nuestro pacto con los nuevos modelos de procesos auto sostenible basado en una economía sostenible a través de la reutilización y transformación de residuos reutilizables.



Fuente: Creación Propia

Ilustración 21: Descripción logo empresarial.

### 3.7. Slogan:

En la creación de nuestro “slogan”, nos basamos en una técnica de fácil memorización, buscando de esta manera una relación más directa a nuestros servicios por medio de una frase relacionada con nuestra razón social y a donde queremos llegar, conectándonos con nuestros colaboradores internos y externos.



Fuente: Creación Propia

Ilustración 22: Slogan Empresarial



### **3.8. Ventaja competitiva**

Nuestra ventaja competitiva la consideramos como la capacidad que tenemos como empresa de sobresalir en nuestro mercado basado en recolección y venta de material reutilizable, identificando cuáles son nuestras ventajas sobresalientes en cuanto a procesos y estrategias resaltando nuestra oportunidad en el sector, las cuales las ventajas son:

- Se cuenta con la ayuda de profesionales (docentes de la institución), como supervisores para la asesoría en la creación y puesta en marcha de la empresa recolectora.
- Ubicación estratégica, debido a que en el barrio BOSA LA PAZ hubo un alza considerable en la construcción de nuevos conjuntos residenciales los cuales cumplen con las características segmentadas a donde queremos enfocar nuestro servicio, no existe ninguna empresa dedicada a la recolección.
- La inversión inicial del proyecto no requiere de grandes desembolsos en maquinaria, equipos e instalaciones locativas.
- Establecer un sistema de calidad, brindando asesoría técnica gratuita hacia los colaboradores que son aquellos residentes que opten por poner en práctica las capacitaciones ofrecidas por la empresa, dando como resultado la compra de este producto como un incentivo promoviendo la economía colaborativa.
- El transporte del producto a las empresas especializadas en la transformación de residuos reutilizables será de forma directa y por cantidad estipulada por nuestra empresa recolectora, haciendo de esta una forma más rápida para una distribución y venta directa.
- Responsabilidad social ambiental otorgando educación en ecología y creación de oportunidades a través de una economía colaborativa.

### **3.9.Ventaja comparativa**

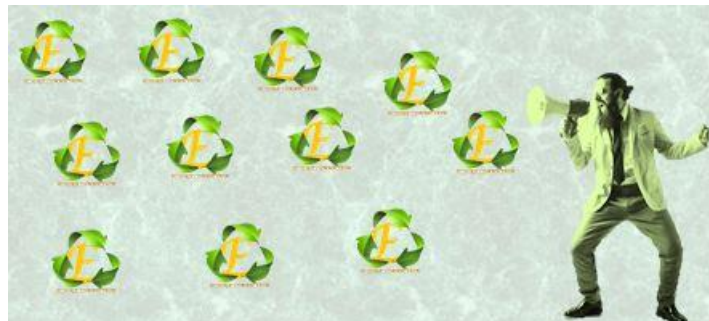
La empresa ECOLOGIC CONNETION basado en la recolección de residuos sólidos muestran ventajas comparativas en:

- Términos de optimizar inversiones.
- Reducción costos.
- Minimizar riesgos del negocio.
- Reconocer las específicas necesidades de los clientes.
- Buscar soluciones técnicas y en aspectos administrativos de selección de personal, facturación y cobros.
- Ubicación estratégica factible por la inclusión en los círculos familiares nuevos en el sector
- Activación de un nuevo pensamiento y desarrollo cultural basado en un futuro ecológico.

### 3.10.Estrategia de promoción

La promoción de ECOLOGIC CONNECTION es primordial a la hora de dar a conocer nuestro servicio de (reciclaje) creando la necesidad a nuestros colaboradores de una mejor calidad de vida mediante un cuidado ambiental y así mismo garantizar que la empresa sea rentable y auto sostenible.

Por otra parte, nuestra empresa promocionara el servicio por distintos métodos para que la gente obtenga la información y conozcan de nosotros, los servicios a prestar y las ventajas que puede obtener al relacionarse con nuestra organización, además que nuestros clientes nos elijan como primera opción a la hora de reciclar.



Fuente: Creación Propia

Ilustración 23: Estrategia de promoción.

- Motivar a las personas a clasificar sus basuras.
- Generar alianzas con el administrador del conjunto con el fin de gestionar un programa de reciclaje.
- Promover beneficios del reciclaje realizando eventos tanto para niños como para los adultos.

- Hacer campañas de educación ambiental.
- Elaboración de un sitio web donde posicionara la imagen corporativa de la empresa y divulgar el modelo de negocio de nuestra empresa.
- Diseñar campañas educativas difundiendo los beneficios del reciclaje.
- Realizar actividades tales como charlas, obras de teatro y entrega de material audiovisual.

### **3.10.1 Conclusión estrategia campaña promoción:**

Con esta estrategia de promoción lo que buscamos primordialmente es darnos a conocer generando un impacto positivo, llamativo e innovador de tal manera que tendremos mejores resultados y expansión.

### 3.11.Campaña publicitaria

Una de nuestras estrategias como empresa de servicios, consiste en promover a la ciudadanía la cultura de reciclaje, el aprovechamiento de los residuos sólidos (reciclables), conciencia del cuidado ambiental, calidad de vida y el manejo adecuado de depósito de estos residuos en las canecas específicas, a través del desarrollo de actividades basadas por medios de comunicación la cual impactaremos y desarrollaremos actividades publicitarias, como lo son los medios de comunicación, canales , dinámicas de comunicación y campañas, con el único fin de influenciar y ponerla en práctica para un óptimo resultado y beneficio propio.

#### 3.11.1. Productos comunicacionales:

De forma general los productos comunicacionales para el desarrollo de la campaña serán, pendones, avisos, volantes, publicidad impresa y publicidad de voz a voz, etc.

La infografía presenta la información de la empresa ECOLOGIC CONNECTION, organizada en secciones con imágenes y texto:

- Nuestro servicio:** Incluye una imagen de una mano sosteniendo un cartel con el símbolo de reciclaje. El texto describe el servicio de recolección de residuos reciclables para propiedad horizontal, con un enfoque en la educación y la participación ciudadana.
- Misión:** Busca fomentar las buenas prácticas del uso en cuanto a materiales desechos renovables, generando un bienestar social enfocado a una mejor cultura ciudadana.
- Visión:** Se posicionará como una empresa innovadora en el manejo de residuos renovables en el año 2021.
- Nuestro fundamento:** Se basa en la participación mediante fomentación y/o inclusión en nuestros procesos como una empresa recicladora y clasificadora de material.
- Nuestros servicios:** Listados como charlas educativas, capacitaciones, jornadas pedagógicas y recolección de residuos clasificados.
- Contacto:** Proporciona la información de la oficina en Bogotá, Colombia, incluyendo teléfono y correo electrónico.

Fuente: Creación Propia

Ilustración 24: Productos comunicacionales.

### **3.11.2. Charlas educativas:**

El desarrollo de charlas educativas (una cada 2 meses, dentro de las instalaciones o fuera de los conjuntos residenciales), con el fin de comparar y analizar los resultados, el objetivo fundamental es de brindar información y crear conciencia sobre el reciclaje del día a día, donde estas charlas van dirigidas a jóvenes y adultos de diferentes tipos de edades para que fomenten esta información a su grupo familiar y amigos y así crear un efecto a vos a vos sobre el cuidado y la importancia del reciclaje.



Fuente: Creación Propia

Ilustración 25: Charlas educativas.

### **3.11.3. Creación de perfil en redes sociales para la comunicación interna y externa con nuestros clientes (Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram):**

Consiste en la implementación de un diseño de perfil, donde se reúna la mayor cantidad de usuarios y seguidores que apoyen nuestro objetivo de trabajo, donde se pueda evidenciar las campañas, videos, audios, capacitaciones, fotografías y planes de trabajo que abarque el tema del reciclaje, con el objetivo fundamental de facilitar la comunicación interna y externa, así poder crear nuestra propia plataforma virtual de servicios.



Fuente: Creación Propia

Ilustración 26: Redes sociales.

#### **3.11.4. Implementar jornadas pedagógicas:**

Esta actividad se propone con el fin de realizar actividades de bienestar social, como lo son (días fines de semana), fomentando información por medio de actividades del cuidado y métodos de manejo e importancia de residuos sólidos de reciclaje, donde brindaremos accesorios de publicidad como (gorras, camisetas, bolsas) fortaleciendo la práctica de estas actividades y dando la respectiva motivación de este gran beneficio y así contribuir con nuestro reconocimiento de empresa con una gran responsabilidad fomentando cuidado del medio ambiente y generando conciencia para sí ponerlos en práctica como un equipo de trabajo.



Fuente: Creación Propia

Ilustración 27: Jornadas pedagógicas.

### **3.11.5. Conclusión estrategia campaña publicitaria:**

El reciclaje es un tema fundamental de carácter social y ambiental, que como empresa buscamos optimizar estos recursos sólidos de reciclaje, utilizados en la cotidianidad de la gente del día a día, este trabajo nos permite generar compromiso comunicación y disciplina, con el fin de llegar a nuestros clientes de manera más rápida, didáctica y pedagogía la cual genera una relación positiva y constante por medio de resultados de trabajo positivos trazados por nuestras herramientas de publicidad, así pondremos en práctica estas actividades no solo como empresa si no creamos conciencia a nivel general de la población obteniendo mejores resultados y crecimiento.



### 3.12.Estrategia de distribución

ECOLOGIC CONECTION incorpora una estrategia de optimizar el servicio mediante la distribución directa con nuestros clientes y de igual manera la adquisición directa con nuestros proveedores, ya que por medio de esta, aseguramos la calidad de entrega de estos residuos sólidos (reciclables), a la empresa certificada para su manejo y transformación de dichos materiales, con el fin de que en el proceso de transporte (logística) nuestra materia prima (residuos sólidos reciclables) no se dañen o presenten alguna novedad, por lo tanto anulamos la cadena de intermediarios reduciendo los costos en pro de mejora y beneficio para nuestra empresa asegurando una calidad, cobertura y oportunidad.



Fuente: Creación Propia

Ilustración 28: Estrategia de distribución.

### 3.13. Canales

El enfoque de nuestra empresa de servicios ECOLOGIC CONNECTION para el transporte de nuestros recursos es por medio del canal informal a través contratos con personas independientes que dispongan de un vehículo de carga en óptimas condiciones para realizar la distribución por días requeridos, con el fin maximizar la rentabilidad, a través de la combinación adecuada de los niveles de servicios fundamentales hacia al cliente al menor tiempo y costo posible, apoyando a su vez la consecución de los objetivos para la clasificación de residuos (reciclables), ventas, rentabilidad y satisfacción de nuestros clientes.






Fuente: Creación Propia



Ilustración 28: Canales.


Como empresa prestadora de servicios de recolección, buscamos que nuestros compradores del material reutilizable clasificado llegue en óptimas condiciones

independientemente de las adversidades que puedan llegar a suceder, de esta forma se solicitara a la persona independiente encargada del transporte que cumpla con los siguientes requerimientos:


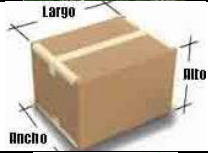



<b>LEGAL</b>	
<b>Soat vigente</b>	
<b>Revisión tecno mecánica al día</b>	
<b>Carpeta de revisiones preventivas</b>	
<b>Licencia de conducción vigente y categorizada</b>	
<b>No tener comparendos</b>	

*Tabla 8. Requerimientos legales.*

<b>VEHICULO</b>	
<b>Tipo vehículo Turbo</b>	
<b>Carga máxima: 5.5 toneladas</b>	
<b>Alto:</b>	2.20 y 2.30 metros
<b>Largo:</b>	4 y 5 metros
<b>Ancho:</b>	2.10 y 2.20 metros
<b>Cubicaje máximo: 18 m3</b>	18 m3

<p><b>Tipo de carrocería: plataforma cubierta</b></p>	
---	---

*Tabla 9. Requerimientos de vehículo.*

<p><b>PERSONAL</b></p>	
<p><b>Conocimiento de rutas</b></p>	
<p><b>Conocimiento de cubicaje</b></p>	
<p><b>Disponibilidad permanente</b></p>	
<p><b>Conocimiento de mecánica</b></p>	
<p><b>Disponibilidad mediante comunicación vía celular</b></p>	

*Tabla 10. Requerimientos personales.*

### **3.14. Logística**

En resultado de nuestra labor como empresa tenemos la responsabilidad de capacitar, guiar, recolectar, incentivar y gestionar los ingresos de nuestra empresa a través de una economía sostenible, para ello se necesitara un personal capacitado para realizar las labores de la logística y control, para que de esta forma la empresa funcione acorde a los objetivos planteados; para ello solicitaremos un personal de nómina inicial con unos cargos específicos y un presupuesto inicial que abarque todos aquellos gastos que conlleva nuestro proceso para el cumplimiento de nuestra razón de ser.

#### **3.14.1. Descripción de cargos:**

##### **Administrador (Mediador, negociador):**

###### **Descripción del cargo:**

- Conocimientos derivados de la administración de empresas a partir de la minimización de recursos para conseguir eficiencia y eficacia a través del desarrollo de la planeación, excelente dirección y continúa evaluación.
- Garantizar las mejores negociaciones con los proveedores del material, mantener al día inventario de material para el desarrollo de las labores operacionales y funciones administrativos en general, tener buena disposición para el alcance y cumplimiento de las metas de la organización a nivel comercial.

##### **Asesor:**

###### **Descripción del cargo:**

- Experiencia en negociación, visión para determinar clientes potenciales, experiencia en compras – ventas, conocimientos en estrategias de mercadeo y conocimientos de registros contables.
- mantener al día inventario de material para el desarrollo de las labores operativas y funciones administrativos en general, tener buena disposición para el alcance y cumplimiento de las metas de la organización a nivel comercial y financiera.

**Secretario:**

**Descripción del cargo:**

- Estudiante de carreras administrativas, tecnológico o técnico en gestión empresarial o carreras afines con actitud al servicio y a la atención del cliente, con competencias y capacidades en labores secretariales y documentales.
- Atención de Reclamos, Quejas y Sugerencias recibidas telefónicamente, personalmente o vía mail de los clientes o proveedores.
- Recepción y entrega de correspondencia recibida entre áreas y externa para proceder a dar respuesta al remitente.
- Atención al usuario proveedor o colaborador según sea el caso.
- Recepción y distribución de la mensajería de y para la empresa.
- Informe diario de los servicios programados y confirmados y pendientes.
- Redacción y elaboración de Oficios, cartas y demás escritos solicitados.

**3.14.2. Nomina inicial:**

<b>NÓMINA INICIAL</b>			
<b>PERSONAL</b>	<b>CARGO</b>	<b>EXPERIENCIA REQUERIDA</b>	<b>TOTAL SALARIO</b> (Prestaciones de ley)
Juan Carlos Benites	Administrador (Mediador, negociador)	5 Años	\$2.100.000
Felipe contreras	Asesor	2 años	\$790.000
Sebastián Rodriguez	Secretario	5 años	\$800.000
Neto a pagar			\$3.690.000

***Tabla 11. Nomina inicial.***



### 3.14.3. Costo materia prima (compra material clasificado):

COSTO MATERIA PRIMA															
MATERIAL ES	\$ KG	# KG	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	COSTO TOTAL
VIDRIO	200	600	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1'440.000
PLASTICO	200	450	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	1.080.000
PAPEL, ARCHIVO Y PERIODICO	300	530	159.000	159.000	159.000	159.000	159.000	159.000	159.000	159.000	159.000	159.000	159.000	159.000	1.908.000
CARTON	350	450	157.500	157.500	157.500	157.500	157.500	157.500	157.500	157.500	157.500	157.500	157.500	157.500	1'890.000
ENVASE PLASTICO	300	680	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	2.448.000
ALUMINIO	1.000	430	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	5.160.000
CHATARRA	180	300	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	648.000
INVERSION			1.214.500	1.214.500	1.214.500	1.214.500	1.214.500	1.214.500	1.214.500	1.214.500	1.214.500	1.214.500	1.214.500	1.214.500	14.574.000

*Tabla 12. Costo materia prima.*

#### **3.14.4. Presupuesto:**

Para el cumplimiento de nuestros objetivos se realiza un cálculo anticipado del presupuesto que inicialmente solicitaremos para el desarrollo de cada una de las labores que conlleva nuestro proceso de recolección y venta, para ilustrar más los requerimientos estimados, se realizó una investigación de cada uno de los materiales, maquinaria, equipos, entre otros para poder llevar abarcar nuestro presupuesto:

<b>Presupuesto</b>			
<b>CAN TIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALO R UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>			
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
2	Basculas	230.000	460.000
20	Canecas metálicas	35.000	700.000
2	Carretilla	140.000	280.000
2	Caja de herramientas	329.000	658.000
1	Compactadora hidráulica	<b>12.000.000</b>	12.000.000
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
1	Escritorios	125.000	125.000
2	Archivadores	90.000	180.000
2	Estantería	80.000	160.000
3	Sillas de oficina	65.000	195.000
3	Vitrinas	95.000	285.000
2	Muebles	70.000	140.000
<b>EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACIÓN</b>			
1	Equipos de procesamiento de datos	1.180.000	1.180.000
1	Impresoras	549.000	549.000
1	software para gestión contable y administrativa	710.000	710.000
<b>TOTAL, PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		<b>17.622.000</b>	
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>			
1	NOMINA Y PAGO DE SALARIOS EMPLEADOS (ver nomina)	3.690.000	3.690.000
1	HONORARIOS ASESORIAS (contador público)	350.000	350.000
1	ARRENDAMIENTOS DE LOCAL	840.000	840.000
<b>SERVICIOS</b>			
1	Aseo y vigilancia	150.000	150.000
1	Acueducto y alcantarillado	90.000	90.000
1	Energía eléctrica	80.000	80.000
1	Teléfono local y celular	120.000	120.000
1	Acarreos (Alquiler de un camión por 12 días en el mes)	45.000	540.000
1	Gas natural	7.000	7.000
<b>GASTOS LEGALES</b>			

1	NOTARIALES	410.000	410.000
1	REGISTRO MERCANTIL	210.000	210.000
1	TRAMITES Y LICENCIAS	180.000	180.000
1	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	60.000	60.000
1	EXTINTOR Y BOTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS	280.000	280.000
1	UTILES PAPELERIA Y FOTOCOPIAS	60.000	60.000
1	TAXIS Y BUSES	250.000	250.000
<b>TOTAL, GASTOS OPERACIONALES</b>		7.327.000	
<b>GASTOS FINANCIEROS (Cuota mensual al banco)</b>			766.532
1	PUBLICIDAD (VOLANTES-PERIFONEO-PENDONES ETC.	2.600.000	2.600.000
<b>COSTOS</b>			
<b>MATERIA PRIMA DEL PRODUCTO</b>			1.214.500
<b>TOTAL, PRESUPUESTO</b>		28.753.500	
<b>Total presupuesto con cuota de banco</b>		29.520.032	

*Tabla 13. Presupuesto.*

### 3.15. Ejecución comercial

Como empresa implantaremos estrategias y haremos la diferencia frente a nuestra competencia en nuestros procesos de planeación, la cual es clave de alcanzar nuestras metas y objetivos hacia el manejo y recolección de estos residuos sólidos de reciclaje de una manera integrada por medio de:



Fuente: <https://www.sintec.com/expertise/soluciones-por-industria/>

Ilustración 29: Ejecución comercial.

- **Producto** (servicios): atención, asesorías, manejo, capacitación, recolección, separación, distribución de materiales reutilizables.



Fuente: Creación propia.

Ilustración 30: Producto.

- **Precio:** La compra es dependiente al servicio y/o contrato con la administración residencial y acuerdos de doble participación; La venta es estipulada y regulada por el valor y demanda de los materiales recolectados ofrecidos a las empresas encargadas de la transformación de estos productos.



Fuente: Creación propia.

Ilustración 31: Precio.

- **Plaza:** Refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen, en este caso sería las empresas encargadas y especializadas en la transformación de productos reutilizables, este proceso se ilustra de la siguiente forma.



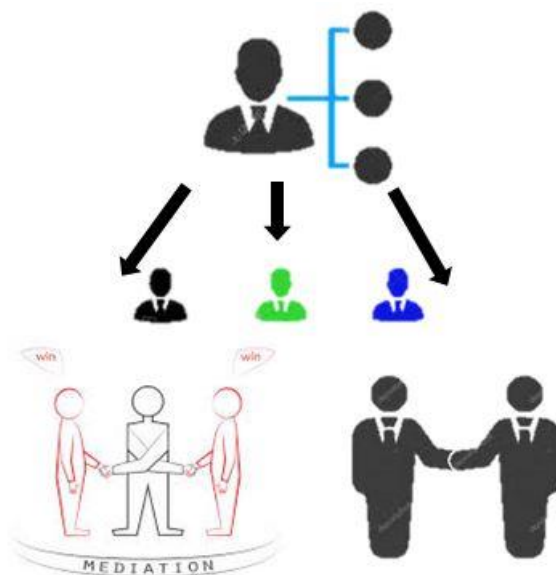
Fuente: Creación propia.

Ilustración 32: Plaza.

- **Promoción:** Incentivos frente a las personas con mayor compromiso de reciclaje, capacitaciones, estudio frente a la conciencia ambiental, mejoramiento calidad de vida, generación de espacios de calidad visual resultado del compromiso y participación de nuestros colaboradores.

### 3.16. Habilidades comerciales y administrativas

Para hacer de manera estratégica un relacionamiento con las comunidades que vamos a intervenir se requiere un funcionario especializado en el tema, que pueda asumir el papel de un mediador, un negociador y un administrador de las propuestas que van llegando y que nutren el plan estratégico de negocios, por ello será fundamental lograr hablar con los administradores de los conjuntos residenciales, con los residentes para que generen el voz a voz, así como con los colaboradores tanto internos como externos y en general la opinión pública para empoderar la imagen corporativa de la idea de negocio.



Fuente: Creación propia.

Ilustración 33: Habilidades administrativas.

El material que se requiere para lograr divulgar la idea de negocio es fundamental para llegar al público objetivo; los edificios de propiedad horizontal, para ello se utilizara inicialmente volantes, voz a voz, perifoneo, cliente satisfecho atrae otro, redes sociales: Facebook, Instagram que permitan tener un impacto en varias generaciones, desde los más jóvenes hasta los adultos



mayores con el fin de tener una marca de alto impacto y para nuestros colaboradores tener una visión para un futuro sustentable.



Fuente: Creación propia.

Ilustración 34: Habilidades comerciales.

### **3.17. Proyección de ventas:**

A continuación, se evidencian los valores del costo en cuanto a la venta del material recolectado, servicios que serán ofrecidos por la unidad de negocio en los conjuntos residenciales de propiedad horizontal, teniendo en cuenta cantidades, precios, con el fin de presupuestar los ingresos, y de esta manera lograr controlar los gastos operativos y de funcionamiento en general:

## COSTO DE VENTA:

MATERIALES	KG	KG	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	VENTA TOTAL
VIDRIO	1.200	600	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	8.640.000
PLASTICO	950	450	27.500	427.500	27.500	27.500	27.500	427.500	427.500	427.500	427.500	427.500	427.500	427.500	5.130.000
PAPEL, ARCHIVO Y PERIODICO	900	530	477.000	477.000	477.000	477.000	477.000	477.000	477.000	477.000	477.000	477.000	477.000	477.000	5.724.000
CARTON	850	450	382.500	382.500	382.500	382.500	382.500	382.500	382.500	382.500	382.500	382.500	382.500	382.500	4.320.000
ENVASE PLASTICO	2.100	680	1.428.000	1.428.000	1.428.000	1.428.000	1.428.000	1.428.000	1.428.000	1.428.000	1.428.000	1.428.000	1.428.000	1.428.000	17.136.000
ALUMINIO	6.200	430	2.666.000	2.666.000	2.666.000	2.666.000	2.666.000	2.666.000	2.666.000	2.666.000	2.666.000	2.666.000	2.666.000	2.666.000	31.992.000
CHATARRA	550	300	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	1.980.000
INVERSION			6.266.000	6.266.000	6.266.000	6.266.000	6.266.000	6.266.000	6.266.000	6.266.000	6.266.000	6.266.000	6.266.000	6.266.000	75.192.000

Tabla 14. Proyección de venta.

### **3.17.Política de cartera:**

Nuestra política de cartera es el eje sobre el cual gira la liquidez de la empresa, es el componente principal del flujo del efectivo, por lo tanto se trabajara sobre un CICLO NETO DE CAJA, el cual consiste en constante permanencia de cobro a nuestros clientes claro sin tornarse un poco acosadores si no en un ambiente de tiempo acordado por la empresa. A continuación, algunas especificaciones que vamos a tener en cuenta para el manejo de un buen control interno de nuestra cartera:

- Análisis de crédito a otorgar: Se debe tener en cuenta hacer un estudio de crédito al cliente, observar su data crédito, su cupo máximo teniendo en cuenta que somos una empresa nueva es este ámbito laboral, lo ideal es relacionarse con empresa con un poder adquisitivo idóneo para un ingreso de efectivo oportuno acorde a lo estipulado según lo requerido.
- Preparar mínimo mensualmente un estado de cartera clasificado por fechas de vencimiento: Se debe tener en constante análisis las facturas que se han ido venciendo con el fin de iniciar el cobro personalizado por parte de la empresa.

- Visitas periódicas a los clientes para control de la cartera; cuando el cliente ya se le han pasado varias fechas de vencimiento de pago de cuotas es recomendable hacerle seguimientos personalizados con el fin de conciliar formas de pago.
- .Debe existir una nota credito que coincida con la mercancía: Debe coincidir cada nota crédito con lo que se le vende al cliente para evitar complicaciones.
- Teniendo en cuenta la capacidad adquisitiva de la empresa compradora de nuestros residuos reutilizables, se dará un lapso máximo para la cancelación de estos no mayor a 30 días, teniendo en cuenta que no va se incluirá un interés extra por la materia prima vendida a crédito, a excepción de sobrepasar la fecha limite se le aumentara el valor en un 5% respectivo a valor de la deuda.

### 3.18. Presupuesto del plan de mercado:

El recurso económico es un factor fundamental que lleva a preguntarse de ¿dónde va a salir el dinero necesario para poner a funcionar la idea de negocio?, para ello se contará con unos recursos propios, y préstamos de la banca a largo plazo para iniciar y mantener una operación acorde a la expectativa planteada, de esta manera se enuncia la manera como se hará posible.

- se realizara la solicitud de un crédito comercial ordinario a la entidad “Banco Davivienda” la cual posee un establecimiento de crédito de la siguiente forma.

<b>Banco Davivienda</b>		
<b>TIEMPO</b>	<b>Interés anual</b>	<b>Interés mensual</b>
Entre 1 y 30 días	17.46 %	1.45%
Entre 31 y 365 días (1 mes y 1 año)	12.39 %	1.032%
Entre 366 y 1095 días	11.59%	0.97%
<b>Entre 1096 y 1825 días</b>	<b>12.20%</b>	<b>1.01%</b>
A más de 1825 días	12.00%	1%

**Tabla 15. Establecimiento de crédito.**

- Basado en las diferentes tasa de interés y los respectivos tiempos se realiza la solicitud de crédito comercial ordinario por un valor de veintinueve millones de pesos ( \$29.000.000), a un plazo de cuarenta y ocho meses (48), con una tasa de interés fija anual del doce punto veinte por ciento (12.20%) de tal forma que mensualmente se paga un interés de uno punto cero uno por ciento (1.016%) durante toda la vigencia del crédito, quedando los aportes a interés, pago a capital y el estado de la deuda durante el tiempo escogido de la siguiente forma:

<b>Plazo</b>	<b>Deuda</b>	<b>Pago a Intereses (a) 1.01%</b>	<b>Pago a Capital (b)</b>	<b>Cuota (a+b)</b>
1	2900000	294833	471699	766532
2	28528301	290038	476494	766532
3	28051807	285193	481339	766532
4	27570468	280300	486232	766532
5	27084236	275356	491176	766532
6	26593060	270363	496169	766532
7	26096891	265318	501214	766532
8	25595677	260223	506309	766532
9	25089368	255075	511457	766532
10	24577911	249875	516657	766532
11	24061254	244623	521909	766532
12	23539345	239317	527215	766532
13	23012130	233957	532575	766532
14	22479554	228542	537990	766532
15	21941564	223073	543460	766532
16	21398105	217547	548985	766532
17	20849120	211966	554566	766532
18	20294554	206328	560204	766532
19	19734350	200633	565900	766532
20	19168450	194879	571653	766532
21	18596798	189067	577465	766532
22	18019333	183197	583336	766532
23	17435997	177266	589266	766532
24	16846731	171275	595257	766532
25	16251474	165223	601309	766532
26	15650166	159110	607422	766532
27	15042743	152935	613598	766532
28	14429146	146696	619836	766532

29	13809310	140395	626137	766532
30	13183173	134029	632503	766532
31	12550670	127598	638934	766532
32	11911736	121103	645429	766532
33	11266307	114541	651991	766532
34	10614315	107912	658620	766532
35	9955695	101216	665316	766532
36	9290380	94452	672080	766532
37	8618300	87619	678913	766532
38	7939387	80717	685815	766532
39	7253572	73745	692787	766532
40	6560785	66701	699831	766532
41	5860954	59586	706946	766532
42	5154008	52399	714133	766532
43	4439875	45139	721393	766532
44	3718482	37805	728728	766532
45	2989754	30396	736136	766532
46	2253618	22912	743620	766532
47	1509998	15352	751180	766532
48	758817	7715	758817	766532

*Tabla 16. Amortización préstamo bancario.*



- Mensualmente deberé pagar \$ 766.532
- Al final del periodo pactado, se habrá pagado por concepto de **Intereses** la suma de \$7.793.540 y por concepto de **Capital**, la suma de \$29.000.000.

### **3.19.Conclusiones**

Teniendo en cuenta que en la misión empresarial, se propone como meta el desarrollo sostenible y por ende el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos de la localidad 7-Bosa en Bogotá, por medio de la evaluación financiera se evidencia que es un proyecto viable que puede contribuir a este propósito.

Es posible mejorar el desarrollo tecnológico, en la medida en que el mercado perteneciente a este sector aumente, lo cual permitirá a nosotros como empresarios y a las organizaciones adquirir o desarrollar nuevas tecnologías que nos permitan incrementar la competitividad, a nivel local, nacional e internacional.

Se debe en general, buscar la puesta de recursos propios, buscando entidades que presten capital semilla o que faciliten en general la adquisición de elementos útiles a la organización para cumplir con su función misional, así como con su visión a largo plazo, desde ahí es posible pensar en una entidad sería capaz de complementar los esfuerzos públicos en pro de disminuir la huella ecológica de los seres humanos en un país capaz de respetar su territorio.

La legislación existente a cerca de la adquisición de tecnología relacionada con el mejoramiento del medio ambiente y el desarrollo sostenible, permite obtener descuento en impuestos, esto de acuerdo a artículo 170 de la ley 223 /1995 y a la Ley 788 / 2002 en el artículo 95 literal i.

Desde ahí se puede entonces concluir que el negocio del reciclaje en Colombia si bien es cierto está en estado subdesarrollado, tiene un gran campo potencial de trabajo y desarrollado en unidades de negocio rentable será cada día más proactivo.

Establecer pautas de trabajo económico y operacional capaces de dar cobertura a la mayor cantidad de hogares, para lograr así la mayor rentabilidad del negocio para su viabilidad.

El estudio financiero permite entrever dentro de la proyección de compras y ventas la factibilidad del proyecto a largo plazo con el fin de ser una empresa empoderada y líder del mercado del reciclaje.

Al determinante competitivo del gobierno cabe señalar que las regulaciones progresivamente van tomando acciones positivas en cuanto a la inclusión de los recicladores y a la reglamentación de sitios de disposición final de residuos sólidos. Sin embargo, estas regulaciones no son suficientes para crear plantas integrales de residuos sólidos como sitios de disposición final. Dando como resultado que si bien la normativa ha mejorado en algunos campos y aspectos aún deba incursionar en la creación de disposiciones para que existan sitios de disposición final de residuos sólidos aprovechables.

Los determinantes de competitividad expuestos poseen buenos atributos para poder aprovechar las oportunidades que brinda este comercio de residuos sólidos. A pesar de esto, las posibilidades competitivas se ven afectadas por la debilidad estructural de la economía y su carácter periférico que crea pocas capacidades para la innovación, la inversión y por lo tanto el crecimiento sostenido. En consecuencia, el principal reto de la economía colombiana en materia de residuos sólidos es superar sus barreras estructurales para mejorar las posibilidades comerciales en un sector con posibilidades competitivas y de exportación promisorias.

## ANEXOS

### - ANEXO 1: Listado de Posibles empresas compradoras



**DIRECTORIO DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE RESIDUOS DE CONSTRUCCIÓN Y DEMOLICIÓN – RCD  
SUBDIRECCIÓN DE CONTROL AMBIENTAL AL SECTOR PÚBLICO – SCASP  
SECRETARÍA DISTRITAL DE AMBIENTE – SDA**

No.	NOMBRE DE EMPRESA	TELEFONO	DIRECCION	CORREO	MATERIALES QUE RECICLAN
1	ABASTECER DEMOLICIONES	6773060, 6796646	CL 185 15 16	<a href="mailto:gerencia@abastecerdemoliciones.com">gerencia@abastecerdemoliciones.com</a>	Ventanas, puertas, cocinas, muebles de baño, grifería, hierro, implementos metálicos.
2	ABECOL DEMOLICIONES Y CONSTRUCCIONES LTDA	6692717	CL 183 7 C-29	<a href="http://www.demolicionesabecol.com">www.demolicionesabecol.com</a>	Todos los materiales en general, cocinas, ornamentación, baños, closets, maderas, puertas, muebles, divisiones, escombros.
3	ABDECOL DEMOLICIONES	7613021	No reporta	<a href="mailto:abdecoldemoliciones@hotmail.com">abdecoldemoliciones@hotmail.com</a>	Todo de las demoliciones.
4	ACOPIO DE CHATARRA & AFINES	533 4040, 534 0090, 3212307964, 6250770	Avenida Suba # 97-57	<a href="mailto:cisalpa@hotmail.com">cisalpa@hotmail.com</a>	Excedentes industriales, chatarra metálica, maquinaria y equipos obsoletos, chatarra de cobre bronce latón, chatarra de aluminio, en general materiales de demolición.
5	ALCOSTO DEMOLICIONES	6129632, 2141614	KR 7 No 155-27	<a href="http://www.demolicionesalcosto.com">www.demolicionesalcosto.com</a>	Cocinas, ornamentación, baños, closets, maderas.
6	AMERICANA DE DEMOLICIONES	3125354984	AK 7 No 160-98	<a href="mailto:America.nademoliciones@hotmail.com">America.nademoliciones@hotmail.com</a>	Ventanas, puertas, cocinas, muebles de baño, grifería, hierro, implementos metálicos, escombros pétreos.
7	ANG DEMOLICIONES	6771467, 3108651951, 3144606991	CL 183 9ª 17	<a href="mailto:ang_figurados183@hotmail.com.ar">ang_figurados183@hotmail.com.ar</a>	Puertas de madera y metálicas, ventanas, closet, tejas, cocinas integrales, varillas, cerchas, lámparas, hierro, canales.
9	ARCOL DEMOLICIONES	6839654	CL 103 C BIS 139-81	<a href="mailto:williambernal2013@hotmail.com">williambernal2013@hotmail.com</a>	Implementos metálicos, tubería PVC.
8	FUNDACION VERDE NATURA	615 41 33 -311 508 54 20	KR 14 N. 127- 10 OF. 208.	<a href="mailto:informacion@fundacionverdenatura.org">informacion@fundacionverdenatura.org</a>	Icopor.
9	DEMOLICION BOGOTA	3112459639	CALLE 183 N.14-02	No reporta	Ventanas, puertas, cocinas, muebles de baño, grifería, hierro, implementos metálicos, divisiones de baño, ornamentación en general.
10	MI TOLIMA CHATARRERIA Y RECIKLADORA	6311252 - 6311251-320 4089 531, 321 2163 511	Calle 80 No 69P-20	<a href="mailto:cmitolima@gmail.com">cmitolima@gmail.com</a>	Cobre, hierro, aluminio, antigüedades, maquinaria vieja, toda clase de residuos industriales.
11	DEMOLICIONES EL TORNADO	2706519- 2309107 3133721130, 3133366537	AUTOP SUR 56-60	<a href="mailto:demolicionestornado@hotmail.com.ar">demolicionestornado@hotmail.com.ar</a>	Carpintería metálica, hierros, aluminios, cobre, maderas, dry wall, bronce.
12	CANTARRANA	2180440- 2180173 3153776412	VIA USME COSTADO OCCIDENTAL	<a href="mailto:csincogaf@etb.net.co">csincogaf@etb.net.co</a>	Disposición final de escombros limpios (demolición de concreto y mampostería) , material de excavación ( tierra negra) y reciben lodo en condiciones de humedad mínimas.
13	CEMEX	6039100-311209179	CL 99 No 9ª 54 ED 100 STREET, Torre 3, Piso 7 y 8	<a href="mailto:Escombreratunjuelo.fiscalia@cemex.com">Escombreratunjuelo.fiscalia@cemex.com</a>	Disposición final de escombros limpios (demolición de concreto y mampostería) , material de excavación ( tierra negra) y reciben lodo en condiciones de humedad mínimas.
14	CICLOMAT	310 309 15 68	No reporta	<a href="mailto:cicломatcolombia@gmail.com">cicломatcolombia@gmail.com</a>	Reciclaje de escombros limpios (demolición de concreto y mampostería).
15	CLICKONGREEN	3112438321	No reporta	<a href="mailto:nleano@clickongreen.com">nleano@clickongreen.com</a>	Manejo de residuos electrónicos.
16	COMERCIALIZADORA DE CHATARRA GW	5700189	CL 41 S No. 99 C-23	<a href="http://www.comercializadorgw.com">www.comercializadorgw.com</a>	Cobre, chatarra, bronce, aluminio, acero, cartón, toda clase de tubería, residuos industriales.
17	DEMOLICIONES	6711027, 3125354984	AK 7 N 160-98	No reporta	Maderas, ventanera, cubiertas de zinc, teja de barro, teja termo acústicas, rejas, ventanera en aluminio, perfilera, sanitarios, cocinas integrales.
18	COMPRA Y VENTA DEMOLICIONES EL LAGO	2245307	CR73 A 77 A-14	<a href="mailto:demolicioneslago@hotmail.com">demolicioneslago@hotmail.com</a>	Estructuras metálicas, acero, tubería bronce, empaques plásticos, maquinaria.
19	DEMOLICIONES Y EXCAVACIONES JAS	2238435	CR77 BIS 68-37	<a href="http://www.jasexcavaciones.com">www.jasexcavaciones.com</a>	Compran todo de las demoliciones.
20	DEMOLICIONES ALIMAR	6745835	CL 187 No 7-11	<a href="mailto:Mac_demoalimar@hotmail.com">Mac_demoalimar@hotmail.com</a>	Estructuras metálicas, acero, bronce, empaques plásticos, maquinaria, puertas, ventanas, materiales en general.
21	DEMOLICIONES DE FULANO	246 14 90- 3125409974	CRA 6 No 1B-32 - LAS CRUCES	<a href="http://www.demolicionesdefulano.amabews.com">www.demolicionesdefulano.amabews.com</a>	Compran puertas, ornamentación, estructura metálica, mobiliarios de baños.
22	DEMOLICIONES EL PORVENIR	7165320	CL 78 A 5 36-27	No reporta	Estructuras metálicas, acero, tubería bronce, empaques plásticos, maquinaria.
23	DEMOLICIONES VECO LTDA	5709631	AV CALI 40 B-50	<a href="http://www.demolicionesveco.com">www.demolicionesveco.com</a>	Todos los materiales en general, cocinas, ornamentación, baños, closets, maderas, puertas, muebles, divisiones.
24	DEMOLICIONES PINZÓN	6709562	CL 183 7 - 37	<a href="mailto:Pedropinzon123@hotmail.com">Pedropinzon123@hotmail.com</a>	Todos los materiales en general, cocinas, ornamentación, baños, closets, maderas, puertas, muebles, divisiones, tejas, metal, vidrio.
25	DEMOLICIONES MANUEL VICENTE FETECUA	7793846	AUTOP SUR 85-09	<a href="mailto:manuelfetecua@hotmail.com">manuelfetecua@hotmail.com</a>	Cobre, hierro, aluminio, antigüedades, maquinaria vieja, toda clase de residuos industriales.
26	DEMOLICIONES SANCHEZ	7674624	AV1 USME 70 B-03	No reporta	Servicio completo, puertas ventanas, sanitarias, tejas, cerchas.
27	DEMOLICIONES TORRES CIFUENTES Y CIA.	6723391- 3102232939	AV 7 # 192-09	No reporta	Todos los materiales en general, cocinas, ornamentación, baños, closets, maderas, puertas, muebles.
28	ECOEFICIENCIA	3174317008	KM 19-20 VÍA MOSQUERA MADRID	<a href="mailto:darry.torralba@ecoeficiencia.com.co">darry.torralba@ecoeficiencia.com.co</a>	Residuos especiales y/o peligrosos.
29	ECOPOSITIVA	3107712287	No reporta	<a href="mailto:a.rojas@ecopositiva.com">a.rojas@ecopositiva.com</a>	Recolección de madera para uso agrícola residuos de PVC, reciclaje en general y también residuos peligrosos y especiales para incineración y en confinamiento en celda de seguridad.
30	FETECUA DEMOLICIONES	2051337	CR5 M 49 G-15 SUR	<a href="http://www.feteguedemoliciones.com">www.feteguedemoliciones.com</a>	Cobre, aluminio, ornamentación, maderas.
31	NACIONAL DE DEMOLICIONES	6926862	CL 139 98-75	<a href="http://www.nacionaldedemoliciones.com">www.nacionaldedemoliciones.com</a>	Compran todo de las demoliciones.
32	PAPELES EL TUNAL	3106985773	CALLE 12 No. 3 - 87 ZONA INDUSTRIAL - CAZUCA	<a href="mailto:papeleseltunal@yahoo.es">papeleseltunal@yahoo.es</a>	Residuos aprovechables y reciclables cartón, papel de archivo, plástico, residuos metálicos, vidrio, PVC, etc.
33	PROMAPLAST LTDA	3687562-3687562	KR 44 No 20B - 58	<a href="mailto:info@promaplast.net">info@promaplast.net</a>	Bolsas, fibras, rígidos y expansivos, polietilenos, polipropilenos, y polietilenos.
34	RECICLADOS INDUSTRIALES	623 43 83	AV. 19 NO. 97-31 OF. 506	<a href="mailto:info@recicladosiindustriales.co">info@recicladosiindustriales.co</a>	Aprovechamiento de escombros, residuos de construcción y demolición.
35	RFC S.A.S.	8 66 00 21	Calle 5ª No 62-28	<a href="mailto:jricardoforero@yahoo.com.co">jricardoforero@yahoo.com.co</a>	Recolección, reutilización y transformación de poliestireno expandido, cartón, papel, entre otros.
36	CHATARRERIA AMBIENTAL F.M.	317 5 38 19 67 - 4 90 36 59	CRA. 68h No. 79 – 24 Barrio Las Ferias	<a href="mailto:chatarreriaambientalfm@hotmail.com">chatarreriaambientalfm@hotmail.com</a>	Toda clase de chatarra para fundición, flejes, despuntes de varilla, cobre, aluminio, baterías y otros.
37	CASAS ARIAS Y CIA LTDA	2 88 58 90	TRANS. 1 ESTE No. 49 - 20	<a href="mailto:infocasasarias@gmail.com">infocasasarias@gmail.com</a>	Estructuras metálicas, tejas, puertas, ventanas, hierro, cobre y todo material proveniente de demolición.

38	MAAT SOLUCIONES AMBIENTALES	8052694-3184278879	KR 45 No 128-35	<a href="http://www.maat.com.co">www.maat.com.co</a>	Gestores ambientales integrales de RCD, Demoliciones y Deconstrucciones.
39	ACCES DEMOLICIONES	3112947115	CI 183 No 14-02		Todo en materiales de Demolición, puertas, ventanas, closets, tejas, cerchas, maderas, muebles de baños, tinas, chimeneas, vidrios, aluminio.
40	RECICLADORA EL SANTANDEREANO	3103130852	CL 183 No 7-61	<a href="mailto:Sandrosj@hotmail.com">Sandrosj@hotmail.com</a>	Metal, hierro, cobre, ángulos, tubos, rieles.
41	FIGURADOS 183	6771477	CL 183 No 7-71		Hierro, estructura metálica.
42	ABARCO DEMOLICIONES SAS	6701955 3125705185	KR 7 No 186-83	<a href="http://www.abarcodemoliciones.com">www.abarcodemoliciones.com</a>	Todo en materiales de Demolición, puertas, ventanas, closets, tejas, cerchas, maderas, muebles de baños, tinas, chimeneas, vidrios, aluminio.
43	DEMOLICIONES COMPRA Y VENTA DE MATERIALES	3123244555	KR 7 No 187 B 12		Todo en materiales de Demolición, puertas, ventanas, closets, tejas, cerchas, maderas, muebles de baños, mesones, tinas, chimeneas, vidrios, aluminio.

Secretaría Distrital de Ambiente  
 Av. Caracas 10° Sur 35  
 P.B. 3778888 / Fax: 3778830  
[www.ambientebogota.gov.co](http://www.ambientebogota.gov.co)  
 Bogotá, D.C. Colombia



**BOGOTÁ**  
**HUMANANA**

Fuente: <http://ambientebogota.gov.co/documents/10157/1247415/EMPRESAS-COMERCIALIZAN-RCDENERO27.pdf>

Ilustración 35. Directorio Empresas Recolectoras.

- **ANEXO 2:** Evidencias fotográficas de encuesta.







Fuente: Propia.

Ilustración 36. Recolección de datos.

## BIBLIOGRAFÍA

- <http://ambientebogota.gov.co/documents/10157/1247415/EMPRESAS-COMERCIALIZAN-RCDENERO27.pdf>
- [http://biblioteca.saludcapital.gov.co/img\\_upload/03d591f205ab80e521292987c313699c/decreto-400-de-2004.pdf](http://biblioteca.saludcapital.gov.co/img_upload/03d591f205ab80e521292987c313699c/decreto-400-de-2004.pdf)
- <http://www.cdm.gov.co/web/ciudadano/centro-de-descargas/266-decreto-605-de-1996-1/file>
- <http://corponarino.gov.co/expedientes/juridica/2002decreto1713.pdf>
- AGUILERA, FEDERICO. (1992) La preocupación por el medio ambiente en el pensamiento económico actual. ICE, n 9 711, Nov. 1992
- Salcedo, A. (2004). Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos. Recuperado de: <http://www.cali.gov.co/publico2/documentos/varios/pgris.pdf>
- De la fuente, H. Políticas Ambientales y Desarrollo Sustentable. Recuperado de: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/4496/duran.htm>
- Reciclaje en Bogotá. Recuperado de Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos. Recuperado de: [http://www.uaesp.gov.co/uaesp\\_jo/index.php?option=com\\_content&view=article&id=58&Itemid=358](http://www.uaesp.gov.co/uaesp_jo/index.php?option=com_content&view=article&id=58&Itemid=358)
- [https://www.google.com.co/search?ei=T62BW\\_-eJoSb5gLc0KeQAw&q=marco+legal+empresas+reciclaje+colombia&oq=marco+legal+empresas+reciclaje+colombia&gs\\_l=psy-ab.3..0i22i30k1.1818.9817.0.10251.28.25.0.3.3.0.201.3502.0j20j1.21.0....0...1c.1.64.psy-ab..4.24.3525...0j0i67k1.0.m5BtWG3Mkn4](https://www.google.com.co/search?ei=T62BW_-eJoSb5gLc0KeQAw&q=marco+legal+empresas+reciclaje+colombia&oq=marco+legal+empresas+reciclaje+colombia&gs_l=psy-ab.3..0i22i30k1.1818.9817.0.10251.28.25.0.3.3.0.201.3502.0j20j1.21.0....0...1c.1.64.psy-ab..4.24.3525...0j0i67k1.0.m5BtWG3Mkn4)



- <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20596%20DEL%2011%20DE%20ABRIL%20DE%202016.pdf>
- <https://es.slideshare.net/cegobu/presentacion-proyectofinal-disenodeproyectos10205816>
- <http://www.previsorageneral.com/no-todo-es-economia-colaborativa/>
- <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=21059>
- <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=15484>
- [http://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias-de-distribucionplaza\\_http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/Memorias/C%C3%B3mo%20elaborar%20un%20plan%20administrativo%20y%20un%20plan%20comercial.pdf](http://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias-de-distribucionplaza_http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/Memorias/C%C3%B3mo%20elaborar%20un%20plan%20administrativo%20y%20un%20plan%20comercial.pdf)
- <https://tiendarubbermaid.com/noticias/gestin-de-residuos/canecas-reciclaje-colores/>
- <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/901/Parrajulian2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- <https://www.universidadviu.com/la-ventaja-competitiva/>