

PLANTS & ENERGY

EDDIE MANUEL VALENCIA

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

INGENIERÍA ELECTRÓNICA

CUMBRE

OPCIÓN DE GRADO 2

BOGOTÁ D.C. 2017

PLANTS & ENERGY

Creación de Empresa

DOCENTE:

ESMERALDA ROMERO

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

INGENIERÍA ELECTRÓNICA

CUMBRE

OPCIÓN DE GRADO 2

BOGOTÁ D.C. 2017

ACEPTACIÓN

Director

Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá D.C., 29 noviembre 2017

DEDICATORIA

Dios, quien es mi inspiración y dirige mis pasos, es a ti a quien entrego mi trabajo, además a todos las personas que hicieron posible que una idea se volviera tangible, dando forma a la empresa PLANTS & ENERGY, finalmente a mis hijos quienes ven en mi su ejemplo para la construcción de sus caracteres.

AGRADECIMIENTOS

Gracias Dios por darme la fuerza y el carácter para enfrentarme a la adversidad y las opiniones contrarias.

Agradezco a todos los profesores que han ido construyendo conocimiento en mí, creando las capacidades adecuadas para enfrentar el proyecto satisfactoriamente.

Agradezco a mi familia por su apoyo y su comprensión brindada durante todo el proceso y adaptación del proyecto.

Contenido

1.	Justificación.....	8
2.	DESARROLLO DE MATRÍZ ESTRATÉGICA	9
2.1.	Descripción de la idea de negocio	9
2.2.	Identidad estratégica	10
2.3.	Futuro preferido.....	10
2.4.	Objetivo General	10
2.5.	Objetivos Específicos.....	10
2.6.	Valores	11
2.7.	Análisis de PESTEL	11
2.8.	Análisis de Porter	13
2.9.	Matriz de análisis de campos de fuerza.....	13
2.10.	Matriz de Despliegue estratégico Generativa.....	14
2.11.	Cadena de Valor	15
2.12.	Estrategia Competitiva.....	15
3.	ESTUDIO DE MERCADOS	16
3.1.	Objetivos del Estudio de Mercados	16
3.1.1.	Objetivo General	16
3.1.2.	Objetivos específicos.....	16
3.2.	Definición del mercado objetivo.....	16
3.3.	Ubicación Geográfica	17
3.4.	Metodología de Investigación.....	17
3.4.1.	Tipo de diseño de investigación.....	17
3.4.2.	Fuentes primarias	18
3.4.3.	Fuentes secundarias.....	19
3.4.4.	Modelo de encuesta	19
.....	20
3.4.5.	Recolección de datos	21

4.	MUESTREO	21
4.1.	Tipo de muestreo	21
4.2.	Muestreo por conveniencia	21
4.3.	Tamaño de la muestra y resultados	22
5.	PLAN DE MARKETING	25
5.1.	OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO	25
5.1.1.	Objetivo general.....	25
5.1.2.	Objetivos específicos.....	26
5.2.	Estrategia de Producto.....	26
5.2.1.	Prueba de mercadeo	26
5.2.2.	Estrategia de Marca	27
5.2.3.	El producto	27
5.2.4.	Estrategia de Empaque	28
5.2.5.	Logo de la empresa	28
5.2.6.	Slogan.....	28
5.2.7.	Colores	28
5.3.	Estrategia de Servicio Postventa	28
5.4.	Estrategia de Precio	29
5.5.	Estrategia de Publicidad.....	29
5.5.1.	Diseño del brochure.....	30
5.5.2.	Plan de Medios.....	30
5.6.	Estrategia de Promoción	31
5.7.	Distribución	31
5.7.1.	Tipo distribución	31
5.7.2.	Estrategia de distribución	32
5.7.3.	Canales de distribución	32
5.8.	Proyección de ventas	32
6.	Conclusiones	34

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1. Justificación

La energía eléctrica ha sido uno de los descubrimientos más importantes de la humanidad, ya que su uso en la cotidianidad de los hogares, empresas, procesos industriales, en el transporte de carga y personas, en la medicina e incluso en los deportes, entretenimiento y ocio, sugiere una dependencia difícil de reemplazar por otro tipo de energía, de hecho, la tendencia es ir reemplazando otras prácticas que tienen mayor índice de contaminación. Sin embargo esto conlleva a un reto aún mayor: ¿cómo obtener la cantidad adecuada de electricidad que se demanda en la actual?. Si bien Colombia es uno de los países líderes en la generación de electricidad con más de 236 centrales eléctricas (no todas en funcionamiento), que según la Unidad de Planeación Minas y Energía UPME en Colombia se utilizan como recurso principal, agua, gas, jet-a1, acpm, bagazo, combustóleo, carbón, viento y fueloil, es posible que en los tiempos de sequía se vea afectada esa producción debido a que la mayor parte se obtiene de las hidroeléctricas y en consecuencia se tenga que llegar a suspender el flujo (racionar) por sectores, durante ciertos periodos (antecedentes- apagón 1990). Entre las políticas implementadas para controlar esta situación se puede encontrar campañas para reducir el consumo, utilizando ambientes con luz natural, el buen uso en los hogares y entidades públicas.

Plants & Energy ofrece hermosos diseños de jardines con plantas vivos capaces de generar energía eléctrica ¿Cómo se puede lograr esto? Las plantas pueden generar voltaje, suficiente para iluminar una habitación en las noches, cargar los celulares u otros artículos

electrónicos, incluso se le puede dar otros usos. La propuesta de Plants & Energy consiste en utilizar la interacción de ciertos metales con el proceso natural de las plantas que se pueden tener en los hogares sin dificultad, por el contrario son fáciles de mantener, decoran y purifican el entorno, lo que da una ganancia triple al implementar su uso. Un sistema planta tierra puede suministrar voltaje que conectado a fases de amplificación y/o potencia podrían ser parte de la solución innovadora y amable con el medio ambiente, desde casas o empresas se generaría electricidad utilizándola en procesos básicos pero cotidianos, desconectándolos de la red eléctrica pública.

CAPITULO II

2. DESARROLLO DE MATRÍZ ESTRATÉGICA

2.1. Descripción de la idea de negocio

Plants & Energy es una empresa generadora de energía eléctrica renovable, a través de jardines con plantas vivas, ofreciendo soluciones de embellecimiento de espacios comunes o privados a nuestros clientes naturales o jurídicos, teniendo un gran interés debido a la innovación y desarrollo de nueva tecnología que nos permite brindar no solo una solución energética sostenible al aprovechar la interacción de la planta con la tierra y transformándola en energía eléctrica limpia (quedando a disposición para iluminar todo un hogar y recargar aparatos electrónicos); sino también la adecuación de jardines naturales (paisajismo).

De esta manera Plants & Energy se considera una empresa comprometida y preocupada por el medio ambiente y por el desarrollo sostenible de nuestro entorno.

2.2. Identidad estratégica

Generar energía eléctrica a través de las plantas vivas, con la capacidad de iluminar varios espacios; además de transformar espacios vacíos, en lugares eco-amigables con diseños innovadores para hogares o empresas.

2.3. Futuro preferido

En Plants & Energy, nos vemos en los próximos 4 años como una empresa líder en la generación de energía suficiente y auto sostenible para iluminar todo un hogar o una empresa. Utilizando para ello plantas vivas, que serán estratégicamente ubicadas en jardines o adaptados en espacios específicos.

2.4. Objetivo General

Crear una empresa con conciencia ambiental que tenga la capacidad de producir energía eléctrica renovable utilizando plantas vivas, generada por la reacción del cobre y el zinc junto con los azúcares propios que se dan en la interacción con la tierra.

2.5. Objetivos Específicos

Obtener recursos a través de inversionistas que vean en el proyecto una solución viable y favorable con el medio ambiente.

Dar a conocer al público la intención de crear la empresa a través de un estudio de mercado y donde se busca mostrar los beneficios de tener un jardín vivo en casa o en las empresas.

Organizar estructuralmente la empresa en tres partes: departamento de diseño, departamento eléctrico-electrónico y departamento administrativo.

2.6. Valores

- ✓ Comprometidos con el medio ambiente
- ✓ Respeto y cumplimiento hacia el cliente
- ✓ Diseños innovadores

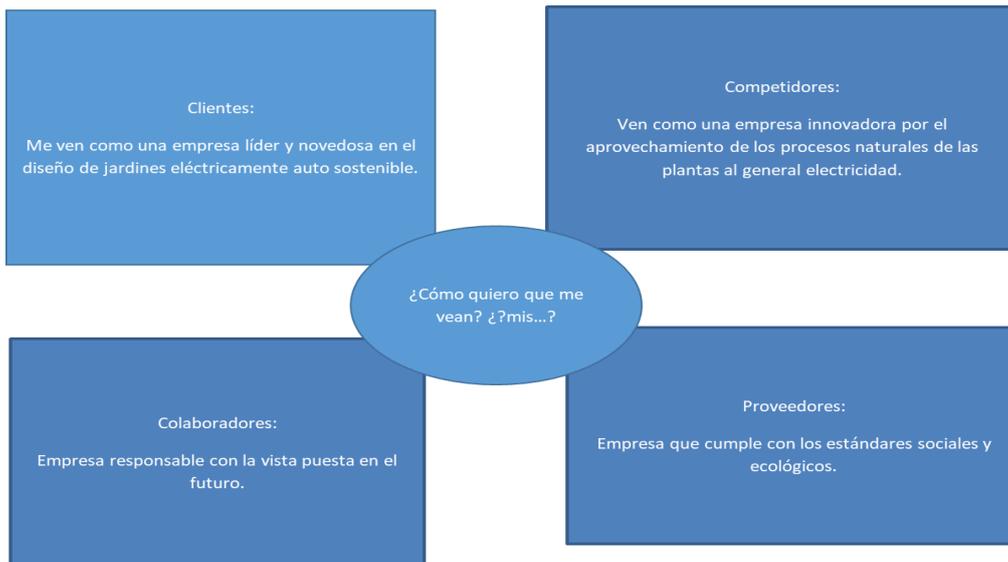
2.7. Análisis de PESTEL

Factores políticos y económicos, factores sociales, factores tecnológicos, factores jurídico-legales, factores ambientales.

P	E	S	T	E	L
- El desarrollo del país presenta una gran influencia en la conformación de una empresa, en este sentido se pueden tener en cuenta: - El microambiente; del cual hacen	- El impacto del aumento del IVA, que implicará un golpe en las finanzas de los colombianos; la inflación, y el menor crecimiento económico.	Se tiene en cuenta, la organización de la empresa, niveles jerárquicos en la misma, participación de socios, toma de decisiones etc.	Innovación y uso de tecnologías avanzadas. Desarrollo del producto que se ofrece, la innovación y la materia prima.	Uso Racional y Eficiente de la Energía – Ley 697 de 2001. Artículo 1°, Artículo 2°, Artículo	Desde esta empresa se puede visualizar el desarrollo de actividades ambientales sostenibles. El cambio climático ya que la

<p>parte la organización de la empresa, los proveedores, los intermediarios del mercado, el transporte y los intermediarios financieros.</p> <p>- El macro ambiente, que se refiere a los aspectos sociales, demográficos, políticas de libre competencia, leyes y oficinas gubernamentales.</p>	<p>Esto influye directamente en el poder de compra y gastos.</p> <p>- Un factor que podría favorecer la confianza de los consumidores es la menor incertidumbre derivada del proceso de paz y de la reforma tributaria.</p>	<p>-Impacto social y comunitario que genera esta empresa en la comunidad.</p> <p>- Integración ecológica con el medio ambiente.</p> <p>Equidad de género.</p>		<p>3°, Artículo 4°, Artículo 5°, Artículo 7o. Estímulos y sanciones, Artículo 8°, Artículo 9°, y Artículo 10</p>	<p>materia prima son las plantas. Estrategia amigable con el medio ambiente.</p>
--	---	---	--	---	--

2.8. Análisis de Porter



2.9. Matriz de análisis de campos de fuerza

Sin lugar a dudas, la estrategia de la empresa Plants & Energy está en la innovación en el diseño de los jardines y la capacidad que tendrán para generar energía eléctrica, la utilización de esa electricidad para cargar celulares, encender bombillos led para la iluminación de algunos espacios o cualquier otra actividad que se ajuste a los parámetros del diseño.

FUERZAS INDUCTORAS				
	ÁREA 1		ÁREA 2	
OPORTUNIDADES	1	Crecimiento de la empresa	2	La innovación se da en la los diseños y generación de energía eléctrica
	3	Creación de nuevos mercados	4	Interés de los inversionistas por el manejo ambiental.
	5	Reconocimiento de nuestro producto como una solución ambiental.	6	Alto impacto en la cultura ambiental, en cuanto corresponde a la generación de energía

				eléctrica limpia y renovable.
--	--	--	--	-------------------------------

	ÁREA 1		ÁREA 2	
FORTALEZAS	1	Contribución con el medio ambiente	2	Empresa con responsabilidad social.
	3	Generación de energía eléctrica desde casa	4	Tecnología de fácil uso
	5	Dependencia de la electricidad para procesos diarios en la sociedad.	6	Energía a bajo costo

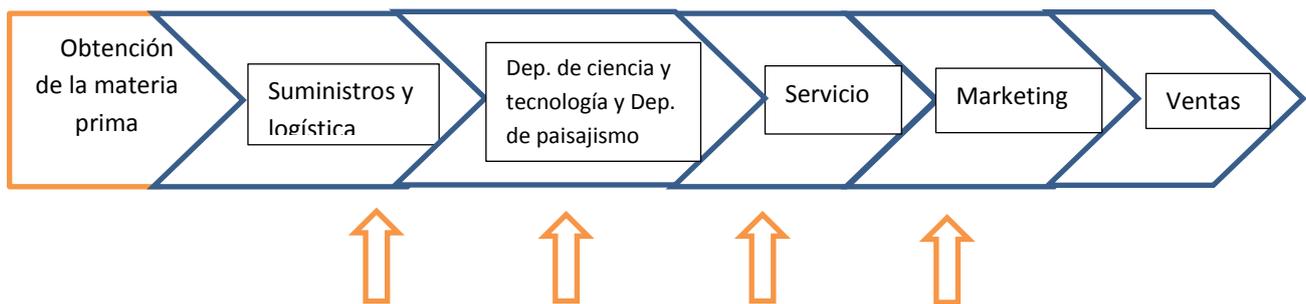
2.10. Matriz de Despliegue estratégico Generativa

ESTRATEGIAS				
	ÁREA 1		ÁREA 2	
MISIÓN	1	Generar otra forma de energía eléctrica eco-amigable.	2	Iluminación de espacios con este tipo de energía eléctrica.
	3	Embellecer espacios internos o externos con jardines.	4	Contribuir al cuidado y preservación de nuestro entorno.
	5	Utilizar esta energía eco-amigable para cargar celulares, encender bombillos etc.	6	Darle otra mirada a los beneficios de tener plantas en cualquier espacio.
	ÁREA 1		ÁREA 2	
VISIÓN	1	Transformar espacios vacíos, en lugares eco-amigables.	2	Teniendo un valor agregado que consiste en generar energía eléctrica a través de las plantas.

	3	Diseños innovadores para hogares o empresas.	4	Creación de nuevos mercados
	5	Alto impacto en la cultura ambiental (energía renovable)	6	Reconocimiento de la empresa como una solución ambiental.

2.11. Cadena de Valor

Principales actividades y costos



Actividades y costos de apoyo

Investigación del producto
Implementación de la propuesta
Mercadeo y margen de utilidad

2.12. Estrategia Competitiva

- Mostrar al público los beneficios que tiene el utilizar los productos que ofrece Plants & Energy, para ello se realizará compañías de socialización del producto
- Utilización de plantas decorativas, para la variedad de jardines que se pueden instalar de acuerdo a la preferencia del cliente.
- Uso de bombillos led y demás aparatos electrónicos que se puedan encender o recargar.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1. Objetivos del Estudio de Mercados

3.1.1. Objetivo General

Establecer la viabilidad que tiene la introducción del producto, estudiando los potenciales clientes y los proveedores necesarios en la implementación de la empresa.

3.1.2. Objetivos específicos

- ✓ Identificar los potenciales compradores del producto, generando un estudio a través de una encuesta.
- ✓ Encontrar los mejores proveedores para materia prima en cada diseño.

3.2. Definición del mercado objetivo

Esta empresa pretende diseñar jardines exteriores con énfasis en la generación de energía eléctrica renovable para el cuidado del medio. Dirigido a personas naturales o jurídicas, que se encuentren por lo pronto en la ciudad de y Bogotá con posibilidad de expansión a otras ciudades del país. Para la implementación no se tiene en cuenta el estrato socio-económico sino la capacidad de espacios para su ejecución.

3.3. Ubicación Geográfica

Para implementar esta empresa se utilizaran las redes sociales, un brochure publicitario que se entregará en las empresas y en centros comerciales para visitantes.

3.4. Metodología de Investigación

“En realidad, plantear el problema no es sino afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación” (Hernández, et al (2003) p. 42).

Una vez se realiza la investigación, la observación y el análisis de los resultados, se determina la viabilidad de proyecto, dando paso al estudio de mercado, a través de encuestas aplicadas a 100 personas, se busca en un principio dar a como la innovación del producto y conocer la inclinación a usar o no el producto.

3.4.1. Tipo de diseño de investigación

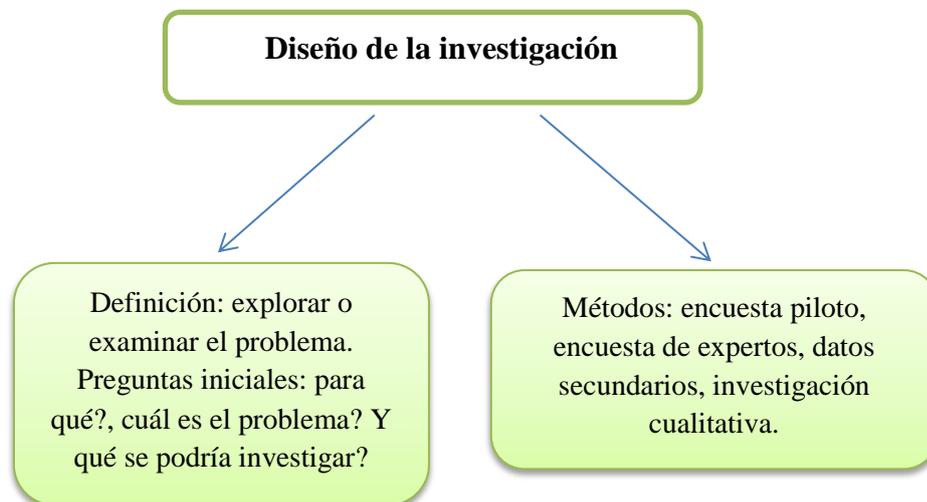
Escogemos como diseño de investigación, la exploratoria ya que nos permite indagar o examinar una situación o un problema, y así poder brindar algún conocimiento.

“La investigación exploratoria se efectúa normalmente cuando el objetivo es examinar un tema o un problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes”. (Hernández, et al (2003) p. 115).

Sabemos que el tema de desarrollo sostenible y cuidado del planeta está en este momento de globalización como punto prioritario por tanto la propuestas y proyectos que

aporten a nuestro mundo y a la disminución de la contaminación en nuestro entorno, son aceptadas en los nuevos estilos de vida y de relacionarse socioeconómicamente, es por esta razón que esta idea nace como una posibilidad innovadora para lograr un cambio.

De esta manera este tipo de diseño de investigación permite al proponente familiarizarse con la realidad, con el producto o bien que ofrece y para hallar variables importantes, conceptos, y establecer prioridades para investigaciones ulteriores.



3.4.2. Fuentes primarias

Para Plants & Energy, es importante la revisión de datos y la recolección de los mismos, para poder indagar o rastrear alguna otra investigación o proyecto que tuviese un enfoque muy similar al planteado en esta empresa. Específicamente con la generación de energía eléctrica renovable.

3.4.3. Fuentes secundarias

Como datos secundarios encontramos, las normas o leyes que hay en Colombia acerca del uso eficiente y racional de la energía, la situación económica actual de nuestro país (IVA, el post-conflicto, los indicadores económicos) y el diseño de jardines o paisajismo.

3.4.4. Modelo de encuesta

Introducción de marca (Plants & Energy)

Por favor lea las preguntas y danos tu opinión

*Obligatorio

¿Sabe usted qué significa diseños de exteriores? *

- SI
- No

¿Tiene un espacio en donde ubicar plantas vivas? *

- Si , una terraza
- Si, un patio
- Si, un muro
- No
- Otros
- Otros: _____

¿Sabía usted que se puede generar electricidad a través de plantas vivas? *

- Si
- No
- Otras

Plants & Energy, es una empresa de diseño de exteriores, creando jardines con plantas vivas que a su vez genera electricidad limpia y renovable. ¿Usted implementaría este sistema eco-amigable en su casa o empresa? *

- Si
- No
- Otras

¿Cuál de las siguientes opciones conoce para generar energía eléctrica? *

- Hidroeléctricidad
- Termoelectricidad
- Energía eólica
- Energía fotovoltaica (solar)
- Energía nuclear
- Otras
- Otros: _____

¿Sabía usted que se puede generar electricidad a través de plantas vivas? *

- Si
- No
- Otras

¿Cuál cree usted que serían los beneficios de implementar este sistema? (marque todas las que considere) *

- Reducción de costos en la factura de energía pública
- Purificación del aire
- Decoración de espacios exteriores o muros
- Contribuir a la conciencia ambiental
- Crecimiento de flora en la ciudad
- No tiene ningún beneficio
- Otros: _____

¿Quisiera tener más información del producto? (deje su correo electrónico) *

Tu respuesta _____

Gracias por sus respuestas *

3.4.5. Recolección de datos

Investigación cuantitativa: utilizamos esta técnica ya que nos permite implementar la encuesta en este caso, y luego medir y analizar la información obtenida de la misma. De esta manera podremos saber si la población interesada se enfoca más en las empresas o personas naturales.

CAPITULO IV

4. MUESTREO

Realizamos la encuesta sin excluir a ninguna persona natural o jurídica, esta muestra se toma por ahora localmente (Bogotá) por correo electrónico a 100 personas.

4.1. Tipo de muestreo

Un muestreo no probabilístico se basa en que no permite generalizar sus resultados a toda la población. No se tiene acceso a una lista completa de los individuos que forman la población (marco muestral), sin embargo son bastante útiles para estudios de carácter exploratorio, como lo es el diseño metodológico de esta investigación.

4.2. Muestreo por conveniencia

En este tipo de muestreo se selecciona un grupo de la población que sea accesible en cuanto al entorno, que fácilmente se puedan encuestar, que haya una proximidad para el

investigador. Entonces con este muestreo se puede llegar cómodamente a diferentes personas o empresas; y de esta forma el investigador obtiene datos básicos referentes al estudio, lo que se puede llamar “prueba piloto o prueba inicial”.

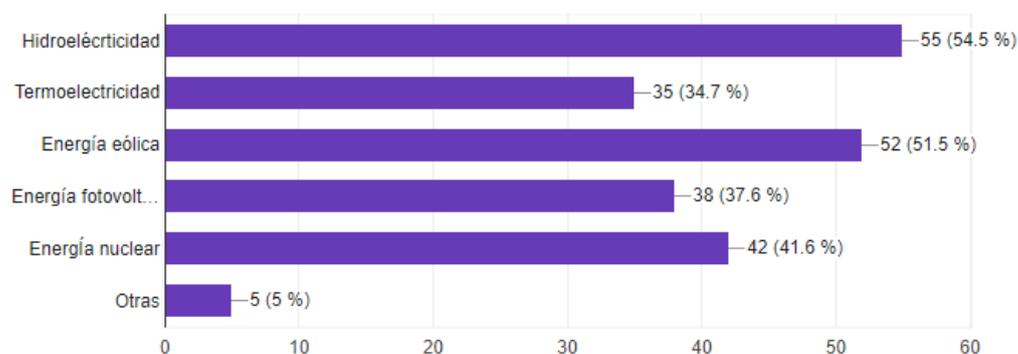
4.3. Tamaño de la muestra y resultados

Se realiza encuesta a 101 personas para obtener su opinión con relación a Plants & Energy, la encuesta está compuesta de 8 preguntas.



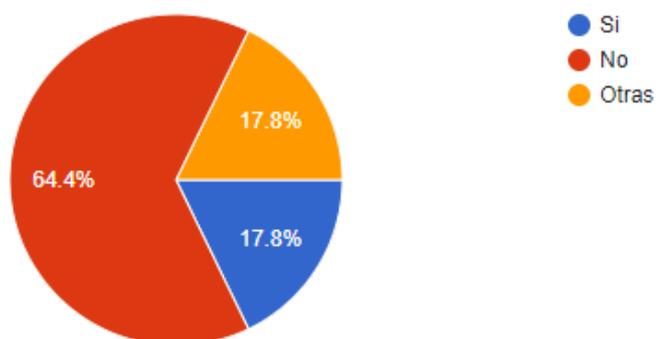
¿Cuál de las siguientes opciones conoce para generar energía eléctrica?

101 respuestas



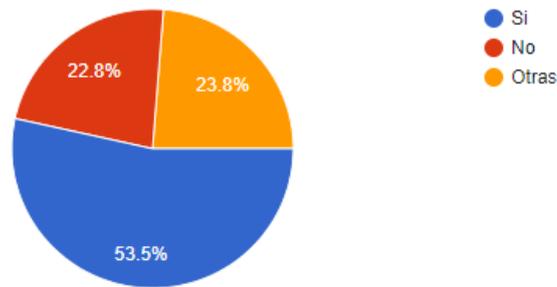
¿Sabía usted que se puede generar electricidad a través de plantas vivas?

101 respuestas



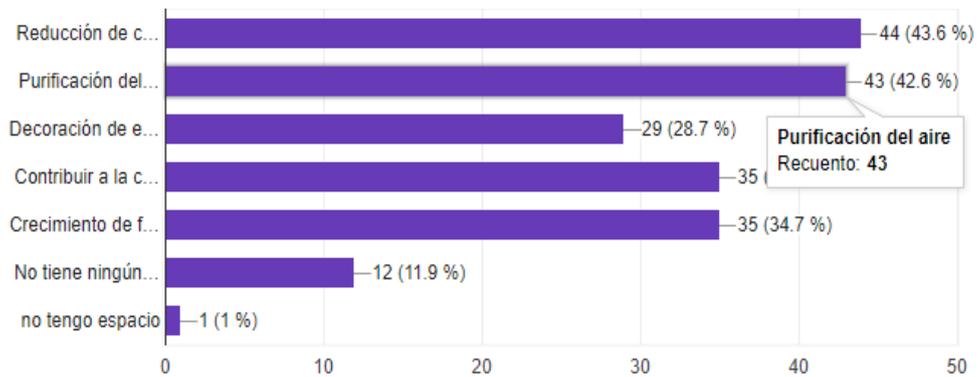
Plants & Energy, es una empresa que genera electricidad a través del diseño de exteriores, creando jardines con plantas vivas que a su vez genera dicha electricidad limpia y renovable. ¿Usted implementaría este sistema eco-amigable en su casa o empresa?

101 respuestas



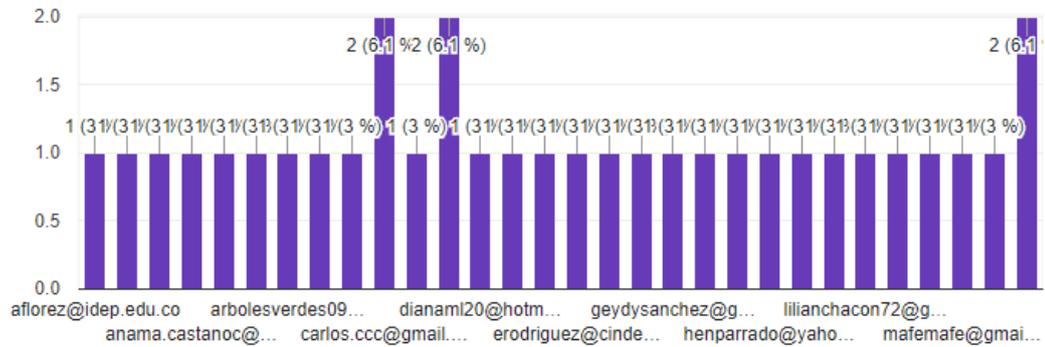
¿Cuál cree usted que serían los beneficios de implementar este sistema? (marque todas las que considere)

101 respuestas



¿Quisiera tener más información del producto? (deje su correo electrónico)

33 respuestas



CAPITULO V

5. PLAN DE MARKETING

5.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO

5.1.1. Objetivo general

Establecer una estrategia para la introducción al mercado del producto que ofrece Plants & Energy durante los primeros 6 meses de su lanzamiento.

Plants & Energy está enfocada a toda la población natural o jurídica que quiera iluminar espacios utilizando energía eléctrica renovable obtenida de plantas vivas que

serán sembradas en un lugar específico, y de esta manera poder encender bombillos y/o recargar aparatos electrónicos.

Nuestra empresa tiene un plus que consiste en adecuar espacios (paisajismo), con un experto para la obtención de energía, lo que hará de estos jardines algo estético y auto-sostenible.

5.1.2. Objetivos específicos

- ✓ Dar a conocer el producto y los Beneficios económicos y ecológicos que conlleva su uso.
- ✓ Establecernos en la industria como una de las mejores marcas nombradas por los consumidores.
- ✓ Establecer la forma o método por el cual se calculará los precios que se ofertaran al consumidor.

5.2. Estrategia de Producto.

Iniciamos con la demostración de nuestro producto en un espacio (jardín), para que los clientes-usuarios puedan experimentar la generación de energía renovable, con la técnica innovadora poder encender un bombillo o recargar un aparato.

Además con variadas formas de paisajismo exterior, para que los interesados en nuestro producto tengan la posibilidad de escoger el diseño que se adapte a su necesidad o gusto.

Nuestro producto es único e innovador, por esta razón la publicidad debe ser muy fuerte en tanto las personas empiecen a identificar el nombre de la empresa y sus servicios.

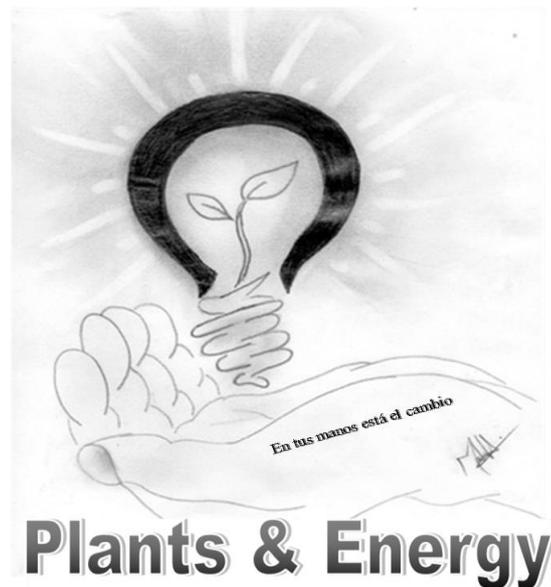
5.2.1. Prueba de mercadeo

O técnica de experimentación, se emplea para conocer directamente la respuesta de las personas ante un producto; y se ajusta a este proyecto de empresa ya que este tipo de metodología se realiza antes del lanzamiento de un nuevo producto.

5.2.2. Estrategia de Marca

Ambrosio (2000) “Estrategia de marca única” para iniciar todos los productos tendrán la misma marca, diferenciará uno de la otra, solo por el área donde se implementará el jardín natural y/o por la cantidad de vatios hora que se producirá.

5.2.3. El producto



Plants & Energy, es una empresa eco-amigable que presta sus servicios para la producción de energía eléctrica renovable, utilizando plantas decorativas para ello. Con la implementación de esta técnica productora de energía se ofrecen los servicios de paisajismo exterior con diseños frescos y adaptables a cualquier espacio.

5.2.4. Estrategia de Empaque

5.2.5. Logo de la empresa

Plants & Energy decide tener un logo artesanal queriendo dar una imagen ambientalista en busca del reconocimiento del público, en la sencillez con la que se puede empezar a hacer un cambio favorable con el medio ambiente.

La mano representa la participación activa del usuario en la construcción de un nuevo mundo, con más conciencia ambiental.

La raíz y la planta indican que podemos generar un tipo de energía medio-ambiental, mientras que el bombillo genera al público el cuestionamiento “¿Qué relación hay entre la planta y la energía eléctrica?”

5.2.6. Slogan

“En la palma de tu mano, está el cambio“

Plants & Energy considera que realizar cambios a favor del medio ambiente por más pequeños que sean son importantes y necesarios en nuestros días y están al alcance de todos.

5.2.7. Colores

Plants & Energy ha escogido colores al blanco y negro queriendo dar una sensación de estar soñando, donde la persona puede imaginar cómo sería cambiar los espacios negativos en espacios llenos de diseños coloridos y además hace que se pregunte cómo una planta puede encender un bombillo dándole más vida al espacio.

5.3. Estrategia de Servicio Postventa

Plants & Energy ofrece asesoría (del Ingeniero electrónico y del paisajista) después de la implementación de nuestro sistema de generación de energía renovable; la cual está basada en visitas programadas durante los primeros tres meses, para verificar el sistema de riego de los jardines y el tratamiento de las plantas. También se podrá confirmar cuánta carga producen las plantas utilizadas y qué aparatos electrónicos han podido cargar y/o encender con esta innovadora y ecológica forma de generar electricidad. Del mismo modo nuestros clientes podrán contar con asesorías e información de forma virtual, mantenimiento de jardines y ampliación de los mismos para generar más electricidad.

5.4. Estrategia de Precio

Debido a que la empresa Plants & Energy es innovadora, fijará los precios en un 50% de más sobre el costo de la materia prima y mano de obra.

La adaptación de los espacios para tal fin depende de los usuarios interesados, de esta forma el precio varía por espacios. Voltaje y tipos de plantas vivas que prefieran los clientes.

Cada usuario, podrá cancelar el producto con un 50% iniciando la instalación y /o adecuación al espacio y el servicio del ingeniero y el paisajista, luego de finalizada la instalación y debidas pruebas, se entregará el producto finalizado y el cliente cancelará la totalidad del mismo, quiere decir el 50% restante. Estos precios están sujetos al incremento de los impuestos.

5.5. Estrategia de Publicidad



5.5.1. Diseño del brochure

¿QUIENES SOMOS?

Plants & Energy es una empresa sin ánimo de lucro, prestadora de un servicio alternativo y ecológico en la utilización de plantas vivas para la producción de energía limpia y renovable.



MISIÓN

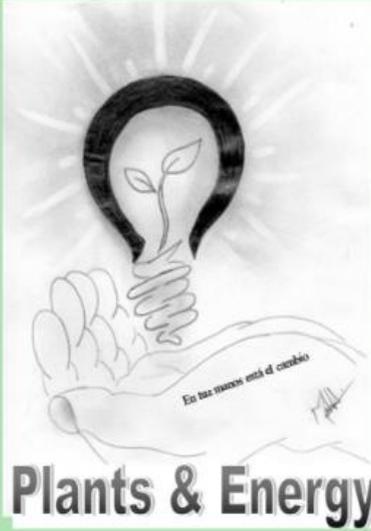
Generar otra forma de energía eléctrica eco-amigable. Embellecer espacios internos o externos con jardines y utilizar esta energía eco-amigable para cargar celulares, encender bombillos etc.

VISION

Transformar espacios vacíos, en lugares eco-amigables. Crear diseños innovadores para hogares o empresas y nuevos mercados. Generar alto impacto en la cultura ambiental (energía renovable)

VALORES

- ◆ Comprometidos con el medio ambiente
- ◆ Respeto y cumplimiento hacia el cliente
- ◆ Diseños innovadores

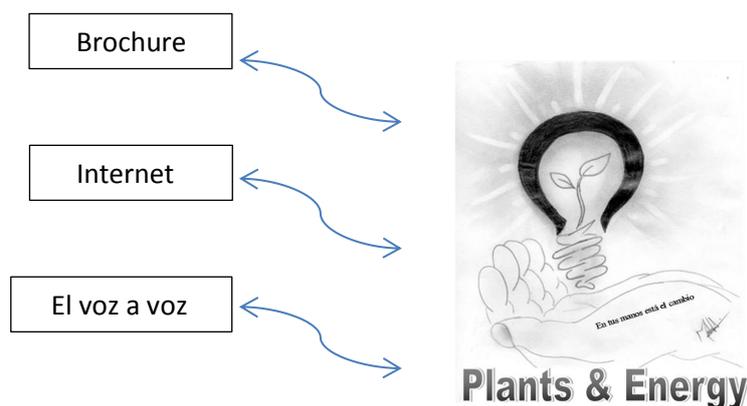


En las manos está el cambio

Plants & Energy

5.5.2. Plan de Medios

El tipo de publicidad que utilizaremos será la (publicidad del producto) y la haremos de forma virtual y por medio del brochure. El objetivo de nuestra estrategia es poder abarcar un mayor mercado, llegar a impactar la ciudad de Bogotá y por supuesto otras ciudades del país. La información que deseamos transmitir al público es la utilidad de las plantas vivas en la generación de energía eléctrica renovable y para ello se adecuarán espacios (jardines exteriores), con la ventaja de crear paisajismo.



5.6. Estrategia de Promoción

Plants & Energy es una empresa con productos innovadores que se está dando a conocer por medio del brochure, el voz a voz y los canales de internet; por lo tanto como medio de promoción en los primeros 30 días se hará un descuento del 20% por cualquier instalación que se haga, si el cliente paga todo antes de la instalación tendrá un 10% de descuento adicional y servicio técnico durante los primeros 3 meses con tres citas programadas (una por mes), y se extenderá una garantía de 6 meses. De esta manera tomaremos la estrategia de promoción y publicidad basados en la técnica: objetivos/funciones, que consiste en tres pasos: definir los objetivos de la campaña, seleccionar una estrategia y estimar los costos que ocurrirán.

Este método nos permite reajustar los objetivos y/o el presupuesto a lo largo del año teniendo en cuenta que los costos al inicio de la planeación pueden variar anualmente.

5.7. Distribución

5.7.1. Tipo distribución

Plants & Energy hará una distribución directa, ya que se encarga de la repartimiento de su producto para hacerlo llegar al el cliente final, no usa intermediarios en el proceso.

5.7.2. Estrategia de distribución

Plants &Energy utilizará una estrategia de distribución exclusiva ya que el cliente llegará a el producto de forma directa, no se venderá por medio de asociados.

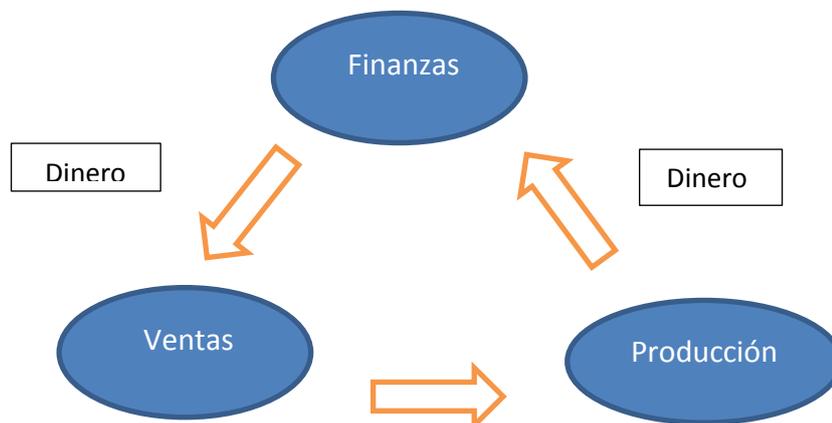
5.7.3. Canales de distribución

Plants & Energy usará canales como brochure, el voz a voz y las redes sociales, realizaremos la publicidad de los servicios que presta nuestra empresa.

Nuestro servicio virtual estará disponible en nuestra página oficial, en donde los interesados podrán encontrar nuestros productos, programar visitas, cotizar y /o comprar el producto, también encontrarán la organización de nuestra empresa y asesorías on line.

5.8. Proyección de ventas

A partir del 29 de diciembre de 2016 las plantas están exentas de IVA, según el OFICIO N° 000994 del 19-01-2017 DIAN.



Servicios y productos

Bimestre	Cantidad de ventas del producto	Posibles variaciones
1	5	0
2	5	0
3	10	5
4	20	10
5	30	10
6	50	20

CAPITULO VI

6. Conclusiones

Este proyecto se constituye en una idea innovadora y auto-sostenible, que generará un gran impacto en nuestra sociedad. Teniendo en cuenta los resultados del estudio de mercadeo el producto es viable para su comercialización, ya que las encuestas arrojan un espaldarazo e intención de implementar dicha tecnología en sus casas o empresas.

En la feria empresarial los visitantes tuvieron una gran acogida y se generó una gran expectativa por la innovación de producir electricidad por medio de las plantas vivas, de tal manera que se gana el primer puesto al mejor proyecto, ya que se considera una propuesta social debido al impacto que se tiene respecto al ahorro que pueden tener los usuarios en consumo de energía pública y además estimula el incremento del uso y cuidado de jardines y plantas. Así mismo se reconocen tres ganancias en la implementación de dicha tecnología: generación de electricidad, decoración de espacios negativos y la contribución a la descontaminación por CO₂ al estar produciendo más oxígeno.

Este proyecto tuvo un tiempo de investigación de más de 2 años para lograr generar la electricidad necesaria para encender un bobillo grande de 6 w, 9w o para recargar un celular.

Este trabajo deja una clara enseñanza de la forma que se realiza un estudio de marketing para tener controladas las variables que pueden complicar y/o generar la creación de una empresa.

VII. BIBLIOGRAFIA Y CIBERGRAFIA

- Hernández, Fernández y Baptista (2003). Interceramic. Capítulo 3. Metodología de la investigación.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/calva_p_db/capitulo3.pdf

- <http://www.dinero.com/edicion-impresa/informe-especial/articulo/proyecciones-de-la-economia-colombiana-en-2017/240051>
- www.google.com.co/search?q=factores+politicos+en+colombia+2017&rlz=1C1KMZB_enCO545CO545&oq=factores+politicos&aqs=chrome.3.69i57j0l5.13108j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- <http://www.monografias.com/trabajos22/factores-empresa/factores-empresa.shtml>
- <https://encolombia.com/medio-ambiente/normas-a/hume-ley69701/>
- <https://es.scribd.com/doc/130938538/Factores-sociales-y-tecnologicos-que-influyen-en-el-desarrollo-de-una-empresa-docx>
- http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6720&pageNum_Biblioteca=1&totalRows_Biblioteca=26&Tema=6&list=Ok
- <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com.co/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>
- <http://www.bvs.hn/Honduras/Embarazo/Tipos.de.Muestreo.Marzo.2016.pdf>
- Rodríguez Camacho Omar. Mercadotecnia e investigación de mercados... tópicos actuales.
http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia/MM05/Lecturas/2_como_saber_cuanto_presupuesto_Asignar_a_la_promocion_y_publicidad.pdf?603f00
- <http://crconsultorescolombia.com/oficio-000994-bienes-no-causan-impuesto-iva.php>

