

## FORMATO PARA PRESENTAR EL PLAN DE NEGOCIO

<b>Nombre de la Idea de Negocio:</b>  <b>GPO WASTE</b>
<b>1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO</b>
<b>VISION DEL NEGOCIO</b>  Hacer de Bogotá un referente en el hábito de la cultura del reciclaje, aportando valor a las organizaciones que realizan esto y a las familias que las apoyan donando sus residuos para canjearlo por productos reciclados por los mismos.
<b>MISION DEL NEGOCIO</b>  Se plantea hacer una página web mediante la cual se cubrirán cuatro aspectos importantes a esta problemática <ul style="list-style-type: none"><li>● Reducir la contaminación</li><li>● Reducir costos</li><li>● Optimizar la recolección de basura</li><li>● Implementar IoT en la ciudad</li></ul>
<b>OBJETIVOS DEL NEGOCIO</b>  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Diseñar una página web en el cual se encuentre la información de la empresa.</li><li>2. Convenios con ONG'S, Centros de Acopio, empresas de Responsabilidad Social y municipalidades.</li><li>3. Asociarnos con organizaciones que crean valor agregado con todo lo reciclado.</li><li>4. Ayudar a generar una buena logística de recojo de residuos reciclables</li></ol>
<b>BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO</b>

Mediante una economía colaborativa lograremos generar un mayor reciclaje en Bogotá. Logrando el convenio con las organizaciones que generan valor a partir de la basura y las empresas de responsabilidad social aportando en la publicidad tendremos el fuerte en la parte de incentivos con el fin de que mayores usuarios, que serían las familias, se entusiasmen a reciclar parte de sus desechos. Conectando estas partes primero mediante una página web para luego generar una app con ciertas características similares a la página, estas familias cada vez que reciclen parte de su basura generaran puntos que serán dadas por las organizaciones de acuerdo a la cantidad de reciclaje para que las familias puedan canjearlas por productos del mismo reciclaje que se les dio a las organizaciones.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

**2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL**, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

**Empresas con Responsabilidad Social:** Grupo Bancolombia, Grupo Nutresa, Alpina, Cementos Argos, Grupo EPM, Bavaria, Grupo Éxito, Grupo Sura, Ecopetrol, Organización Corona, Coca-Cola Femsa, Postobón, PepsiCo, Colombina.

**Empresas que reciclan:** Aproplás, Promoambiental, Área Limpia, Ciudad Limpia, Bogotá Limpia y Lime.

**Municipalidades:** La Municipalidad de Bogotá con sus distintos programas.

## 2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	<b>8 millones (habitantes de Bogotá)</b>
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	<b>3,2 millones personas</b>
Establecer la cantidad que compran por período	<b>6.300 toneladas de desechos a diario</b>
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	<b>4.41 toneladas de material</b>

	reciclado a diario
--	-----------------------

## 2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Cualquier persona y/o familia en la cual genere desechos o basura que se pueda reciclar (el papel, el vidrio, el plástico y demás materiales aprovechables).

## 2.4 VENTAJA COMPETITIVA

Al ser parte de nuestra empresa se genera un apoyo a ambas partes tanto a las familias canjeando productos del material que ellos reciclaron, como de las organizaciones al tener la materia prima y disponer de material de sobra para producir más productos y poder venderlos o utilizarlos en sus actividades.

## 2.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Empresas Competidoras	Nivel de Aceptación	Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
-----------------------	---------------------	-----------------------------	---------------------------	-------------------------------------	--------------------------

	<b>Alta</b>	<b>Regular</b>	<b>Poca</b>				
Ecoclean WJ SAS		X		Empresas con mucha basura	Se encargan de la gestión del material en desuso	Calle 67 # 28 - 38	No se sabe
BIO CIRCULO		X		Personas de todo tipo	Dedicada a la recuperación de materiales postconsumo	Diagonal 16 # 115 - 25 - Bogotá, Colombia	No se sabe
CEMPRE	x			Genera Proyectos	promoviendo y consolidando prácticas de economía circular con el sector privado	Carrera 13 No. 85-39 Of. 703 Bogotá - Colombia	No se sabe

## 2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

### 2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de

Nuestro cliente recibirá lo siguiente:

Generar valor agregado a sus desperdicios que se usarán para formar productos reciclables

Generar nuevas oportunidades de posicionamiento a las organizaciones que producen estos productos

Hogares más limpios a precio cero, pues es una economía circular

Mayor calidad de vida y concientización con respecto al hábito de

las empresas o negocios de la competencia.

## 2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	<b>Cero, al ser una economía circular ambas partes se compensan</b>
¿Cómo se ha determinado el precio?	<b>Mediante la experiencia de otras empresas con la misma metodología</b>
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	<b>Es un precio de introducción, pues también se piensa en productos pagados</b>

## 2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, Delivery, etc.)

Mediante la comunicación entre la organización (entidad que transforma el material reciclable) y la persona o familia que dará el material reciclable. Esta comunicación o aviso será mediante la página web inicialmente al notificar que tiene desechos reciclables, para luego de esta validación que durará tres meses pasarlo a una app donde tendrá parecidas funcionalidades pero que tendrán muchas más opciones.

## 2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	<b>Mediante las empresas que hacen responsabilidad social, se les solicitará su apoyo para que nos puedan ayudar en lo que es la publicidad y a cambio se serán los patrocinadores de este proyecto social</b>
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	<b>Costo muy bajo porque principalmente es llegar a un acuerdo entre las empresas que hacen responsabilidad social y el proyecto</b>
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos  Las organizaciones que obtendremos su apoyo y familias haremos una estrategia de fidelización al intercambiar los puntos por los productos hechos con los materiales reciclados	

## 3. ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

### 3.1 Describir las características de la localización del negocio,

No dispondrá de un solo lugar estará junto con las empresas que generan los productos y se les hará seguimiento mediante llamadas y correos y reuniones semanales.

### **3.2 Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).**

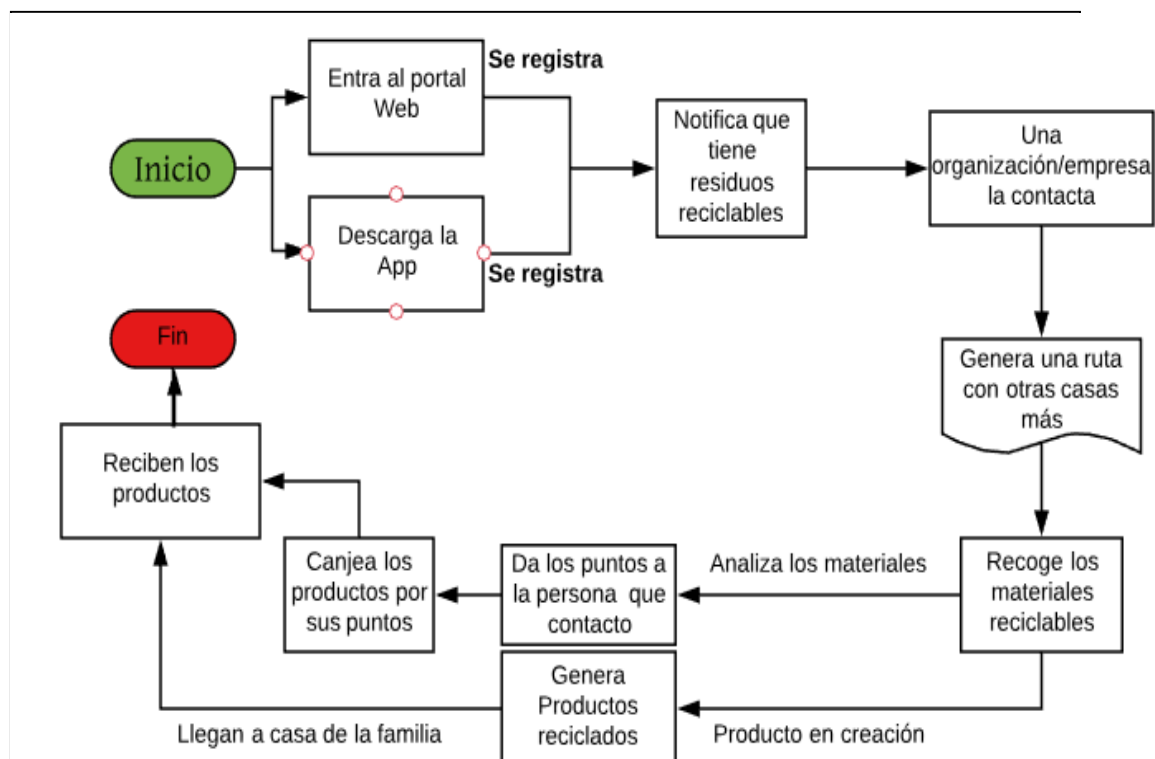
El área de trabajo será virtual y a distancia más igualmente se hará seguimiento a las organizaciones y se harán publicaciones como noticias para las familias, tendrá en la app actualizaciones cada 3 meses.

La página web contará con su propio host y la app será compatible con Android y IOS.

Ejemplo de un producto a base de materiales reciclados

### **3.4 Diseñar el diagrama de Operaciones en Proceso de la elaboración de su producto o servicio.**

Usar los iconos – símbolos  
que se adjunta



#### 4. ESTUDIO ECONÓMICO

41 Determinar la Proyección de **Ventas en unidades**

N°	Producto	Precio del producto o servicio	Períodos						Total
			1	2	3	4	5	..	
1	Recolección de Reciclaje	Canjear Productos / 1.000 comisión	0	0	0	500.000	1000.000		1500.000

2	Bolsas de Basura etiquetas	5.000 pesos	75.000	125.000	250.000	350.000	500.000		1300.000
3	Otros productos	0 pesos	0	0	0	0	0		0

4.2 Con los datos que se tienen, elaborar el **Plan de inversión**

### PLAN DE INVERSIÓN EN NUEVOS SOLES

Rubro	Valor Unit.	Unid. Requeridas	Inversión Total
1. Activo Fijo			
Terrenos y/o Infraestructura	0	0	0
Maquinarias y Equipos			
Herramientas	Hosting x 1 año		
Muebles y Enseres			
Total Activos Fijos			
2. Gastos Pre Operativos			
Total de Gastos Pre Operativos.			
3. Capital de Trabajo			
Total de Capital de Trabajo			
TOTAL			



#### 4.3 Determinación de la **Estructura de costos**

Producto representativo:

Unidad de costos:

Periodo de estimación:

Volumen de producción por periodo

Rubro	Valor Unit.	Unid. Requeridas	Costo Total	
			FIJO	VARIABLE
1. Costos directos				
Materiales				
Mano de Obra				
Gastos de fabricacion				
Total Costos Directos				
2. Costos Indirectos				
Gastos Administrativos				
Gastos de Ventas				
Total Costos Indirectos				
TOTAL				

4.4 Paso siguiente, determinar **El costo Total Unitario** de producción

$$\text{CTU} = \text{CFU} + \text{CVU}$$

Ahora se puede calcular el Precio de Venta Unitario – PVU

**PVU = CTU + GANACIA**

#### 4.5 Calcular la Proyección de Ventas en nuevos soles

[illegible]