

Emprendimiento social con papel y cartón reciclado sector El Tintal

Fabián Granja Santos

Fredy Ruiz Moreno

Jackeline Jiménez

Maroly Katherine Gil

Stefania Marín Montoya

Luz Dary Camacho Rodríguez

Magister

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Bogotá D.C

2020

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	4
Objetivos del proyecto.....	5
Metodología	6
1. Diagnóstico de la Situación Actual	7
2. Definición de la Problemática Social	10
3. Innovación Social	11
4. Modelo Design Thinking	14
4.1 Empatiza	14
4.2 Define.....	16
4.3 Idear	17
4.4 Prototipar	19
4.5 Testear.....	22
Resultados Obtenidos.....	24
5. Estrategias De Mercadeo.....	24
6. Marketing Digital	28
6.1 Página Web.....	28
6.1.1 WhatsApp	29
6.1.2 Instagram	30
6.1.3 Facebook.....	31
6.1.4 Twitter.....	32
6.1.5 Canal YouTube	33
6.1.6 Blog.....	34
Conclusiones	36
Bibliografía	37
Anexos	39
Anexos a	41

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfico 1. Población Objetiva

Gráfico 2. Frecuencia de Compra productos

Gráfico 3. Mapa Atracción al cliente

Gráfica 4. Diagrama causa efecto

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1. Ubicación Unidades de Planeación Zonal localidad De Kennedy

Imagen 2. Logo Empaques y diseños Eco Planet

Imagen 3. Imagen 3. Herramienta Moodboard

Imagen 4. Productos prototipo

Imagen 5. Ejemplares de Prototipos

Imagen 6. Página web Empaques y Diseños Eco Planet

Imagen 7. Grupo Atención servicio al cliente WhatsApp

Imagen 8. Perfil Instagram Ecoplanet12

Imagen 9. Perfil Facebook Empaques y diseños Eco Planet

Imagen 10. Perfil Twitter Ecoplan72617983

Imagen 11. Canal YouTube Empaques y diseños Ecoplanet

INTRODUCCION

A lo largo de este proyecto se buscó crear un emprendimiento social basados en el marketing, donde se pretende promover una iniciativa para mejorar las condiciones medioambientales del barrio Tintal, Kennedy en Bogotá. De forma indirecta reciclando materiales de primera mano como papel, cartón, entre otros y crear papel, bolsas y tarjetas de regalo con diseños llamativos e innovadores para ser comercializados.

Además, influir en los hábitos que influyan en la calidad de vida de la comunidad al igual que en la economía (con la sostenibilidad y el desarrollo de los habitantes) y generar vida saludable, minimizando los factores y la problemática de la contaminación.

Para llevar a cabo el desarrollo del proyecto se describirá el diagnóstico de la situación social actual, la definición correspondiente a la problemática social, la identificación de acciones de innovación social, el modelo de negocio Design Thinking, la definición de estrategias de mercadeo y el programa de Marketing Digital; temas muy importantes para llevar a cabo la comercialización del producto.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un emprendimiento social a partir de la reutilización de papel y cartón en el barrio Tintal, Kennedy, transformando estos recursos en papel, bolsas y tarjetas regalo para ser comercializadas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir la metodología empleada para desarrollar el proyecto
- Realizar un diagnóstico de la situación actual del sector seleccionado
- Definir la problemática social encontrada, analizando las características de la región y la población.
- Identificar acciones de innovación social que permitan brindar una solución.
- Presentar la metodología Design Thinking como modelo negocio aplicando sus cinco etapas y las herramientas seleccionada para cada fase.
- Ajustar estrategias de marketing tradicional
- Presentar el programa de marketing digital realizado con las herramientas necesarias.

METODOLOGIA

La investigación realizada se dirigió a la generación de productos innovadores para aprovechar el papel y cartón que son desechados por la comunidad del barrio el Tintal, en la localidad de Kennedy. Dentro del estudio de viabilidad, se pudo fortalecer la información recopilada por medio de seis fases de trabajo, iniciando por identificar las características del entorno en general, hecho que permitió evaluar la viabilidad del emprendimiento a desarrollar al tener un diagnóstico actualizado de la situación actual del sector.

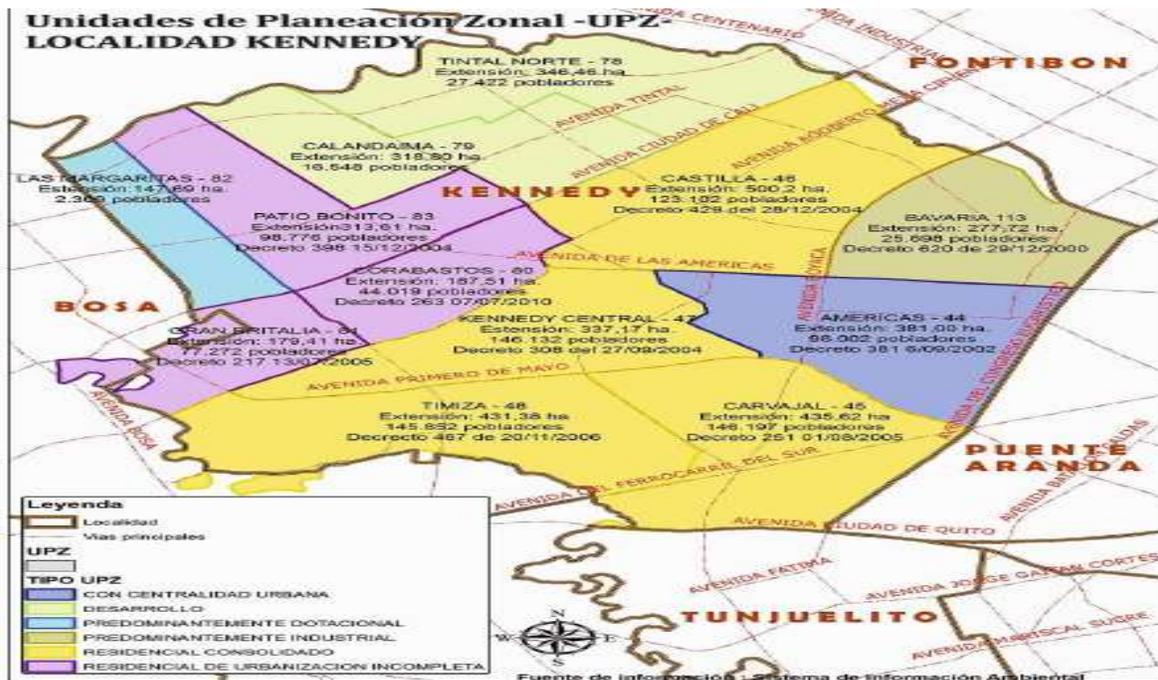
Posteriormente, se optó por segmentar el público objetivo, en donde se destaca la utilización de la herramienta Design Thinking, herramienta que permitió enriquecer los análisis estudiados, al abordar en su totalidad factores indispensables para la ejecución del proyecto, por medio de la observación, lluvia de ideas, investigación de mercados y resultados estadísticos cuantificados dentro del criterio geográfico establecido.

Finalmente, se estructuró la organización y operación de los materiales reciclados, definiendo la elaboración de productos que se dirigen a la producción de papel, bolsas y tarjetas de regalo, fijando estrategias de comunicación e innovación, basados en el marketing tradicional y digital, para la elaboración del programa digital, creando las redes sociales o herramientas tecnológicas más atractivas para lograr la interacción y posicionamiento del proyecto a largo plazo.

1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Inicialmente fue la localidad de Kennedy el lugar fijado para la investigación a desarrollar (ver *Imagen 1. Ubicación Unidades de Planeación Zonal localidad De Kennedy*), el cual representa el 2,4 % del área total de la capital, ubicándose en el segundo lugar respecto a población; con 1.088.443 habitantes, esta se divide en 12 UPZ (Unidades de planeamiento zonal) y éstas a la vez se dividen en barrios que se comparten entre sí. Es un sector estratégico dada la ubicación centralizada con las demás localidades, en donde se puede destacar el sector como un factor de “desarrollo” para la localidad, dadas las nuevas construcciones de valorización en el sector en cuanto a propiedades horizontales, de comercio y nuevas avenidas que se encuentran en curso.

Imagen 1. Ubicación Unidades de Planeación Zonal localidad De Kennedy



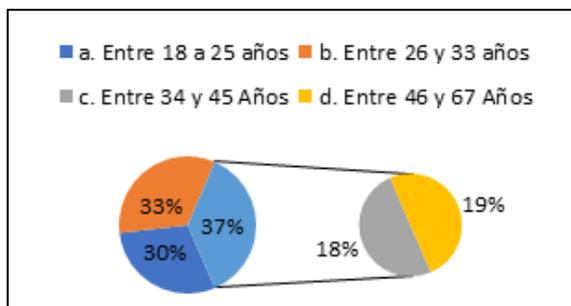
(Fuente: Sistema de información Ambiental 2020)

Los estratos socio-económicos de la localidad van desde el estrato dos al cuatro, en otras palabras, se habla de familias con ingresos económicos desde el nivel medio-bajo (38.97%), atravesando por el nivel medio (57.86%), hasta llegar al nivel medio alto (3.17%).

La investigación dio lugar final al barrio Tintal, en donde se apreció que la población estaba altamente expuesta a enfermedades respiratorias debido al mal manejo de los desechos y las basuras que se generaban a diario.

Ya estando ubicados estratégicamente en la zona, se realizaron encuestas donde se descifró que el sector poblacional al que se dedicó el emprendimiento; sería tanto mujeres como hombres entre los 18 y 33 años (ver *Gráfica 1. Población objetiva*), quienes además se convertirían en consumidores finales.

Gráfica 1. Población objetiva



(Fuente: Construcción Propia)

Como punto a favor las encuestas arrojaron que ellos utilizarían dichos productos por ser innovadores y amigables con el medio ambiente.

El impacto social evidenciado como consecuencias de las problemáticas identificadas es muy alto, en razón a que los grupos afectados hacen parte de la población más vulnerable de la localidad. Las consecuencias de no dar adecuado manejo a los residuos son realmente graves para

la supervivencia como especie, sobre todo si tenemos en cuenta que en estos momentos el planeta se enfrenta a cambios climáticos, contaminación, agotamiento de los recursos naturales, entre otros.

El crecimiento en la cantidad de los residuos en la localidad con 328.055 toneladas la convierte en una de las localidades que más basura genera; el papel, el plástico, el cartón, el vidrio y los metales constituyen el 43 % de lo que llega al basurero de Doña Juana. Casi \$1.000 millones se entierran a diario y una persona en promedio produce 360 kilos de basura al año en la localidad, poniendo en peligro la capacidad de la naturaleza para mantener las necesidades de los habitantes y las de futuras generaciones. (Franco, 2012)

La población y el consumo per cápita crece, y por ende la basura; pero el espacio no y además su tratamiento no es el adecuado. Es una de las razones por las que se procesaran algunos de los desechos (materiales de primer uso) para darle una correcta transformación; y de paso se mitiga la contaminación del medio ambiente.

¿De qué manera contribuimos con esta medida? – Al haber menos elementos en la basura los procesos de descomposición disminuyen, al igual que los gases que emanan. Y sobre todo se da la oportunidad a la población de ser pioneros en un producto, ofrecer empleos, volverlo sostenible y finalmente impactar a todos los miembros que en ella habiten. Esto viéndolo desde diferentes puntos como lo son: salubridad, economía, desarrollo tanto personal como académico y ofreciendo a todos un producto de calidad, innovación y sobre todo utilidad para cada miembro de la familia.

2. DEFINICIÓN DE LA PROBLEMÁTICA SOCIAL

Según estudios previos realizados por el Índice Bogotano de calidad del aire en febrero 2020, la localidad de Kennedy donde se encuentra el barrio Tintal; la calidad del aire es regular, siendo decretado en varias ocasiones con alerta amarilla. Afectando principalmente a niños y adultos mayores que son más vulnerables a infecciones o problemas respiratorios debiéndose esto al inadecuado manejo de las basuras y simultáneamente trayendo consecuencias debido a que se atenta contra el medio ambiente y la salud pública.

Cuando se menciona las basuras y su mal manejo, hace referencia a que desde casa los habitantes no saben diferenciar los materiales al momento de reciclarlos y esa es la razón principal para que el emprendimiento se base en la recolección de aquellos materiales (cartón y papel) para hacer la transformación del mismo hasta alcanzar el producto final.

El tema del reciclaje y sus consecuencias sobre los temas ambientales son generadores de daños irreversibles no solo en este sector de la capital, sino a lo largo y ancho del país entero...porque a diario se producen basuras y residuos que al descomponerse generan daño y al no ser bien seleccionados (reciclados) terminan en lugares no deseados, entre muchos factores más que van a ser analizados. Esto, además, amenaza al medio ambiente y en definitiva a mediano y largo plazo a la calidad de vida de las personas.

Por tal motivo se direcciona a conjuntos de apartamentos o casas, donde se puede generar conciencia y crear una cultura; al momento de recibir sus materiales como papel, cartón, cartulinas, etc. y explicar el modo de la transformación en la producción de nuevos artículos (incluso de aquí pueden salir otros emprendimientos sociales que impacten a la comunidad en general).

Con ayuda de los habitantes se recopilan experiencias que sirven finalmente para fortalecer el desarrollo del emprendimiento al sacar un producto al mercado (comercializando) y cumpliendo con estándares de calidad y sobre todo utilidad; incluso llegando a cada rincón por medio de estrategias basadas en el marketing potencialmente digital.

3. INNOVACION SOCIAL

En primera instancia y pensando en la importancia del reciclaje y el impacto positivo que este genere en el ambiente se debe tomar este factor como *impulsador* para que el producto tenga mayor aceptación en la comunidad, por eso el mercado objetivo son todas las personas de la localidad entre 18 y 33 años (datos que arrojaron las encuestas); aunque está pensado en realidad para el beneficio de toda la comunidad. Además, de contar con clientes como papelerías y tiendas de regalos del sector que podrán acceder al producto y venderlo de forma independiente.

Ellos al tener conocimiento de la matriz del emprendimiento recolectar materia prima y transformarla en un producto útil) se verán motivados a adquirir los productos; a sabiendas que así están también contribuyendo con el medio ambiente.

También se escoge este sector como mercado objetivo teniendo en cuenta que la labor de recolección de los materiales reciclables se llevará a cabo en el mismo sector, lo que facilita la recolección, producción y distribución del producto.

Con el fin de abarcar una amplia gama de productos, se realiza el lanzamiento de la *estrategia creativa*; procesando esos elementos hasta convertirlos en papel, bolsas y tarjetas de regalo. Estos son productos que usamos a lo largo de todo el año, ya que hay múltiples

festividades donde este es el toque secreto para personalizar o darle un toque especial al detalle que entregamos.

Se brindará al público un producto que refleje compromiso con el medio ambiente, a un precio justo y que compita con otros que llevan mayor tiempo en el mercado; pero ofreciendo un producto único por sus diseños, tamaños, formas.

A continuación, más detalles de la marca:

NOMBRE: Empaques y diseños ECO PLANET

SLOGAN: ¡Personaliza tus detalles con el mejor estilo!

Imagen 2. Logo Empaques y diseños Eco Planet



(Fuente: Construcción Propia)

Empaques y diseños ECO PLANET; es una marca orgánica, sin ánimo de lucro, diseñada para elaborar como ya lo hemos mencionado bolsas, sobres, papel, cajas y/o tarjetas de regalo para toda ocasión, realizadas en un proceso de transformación con materiales reciclables de papel y cartón recolectados en el Tintal, Bogotá.

La clasificación del material y la elaboración se realizará con la mano de obra y recursos humanos, promoviendo y generando sostenibilidad a personas que no cuentan con un trabajo formal o un ingreso.

Este proyecto engloba el cuidado del medio ambiente, contribuyendo a la problemática del sector mencionado; al incentivar la clasificación de los residuos reciclables de uso común en las zonas residenciales, convirtiéndolos en la materia prima. A su vez, reduciendo la emisión de gases y residuos en la ciudad y generando un impacto positivo al cambio climático.

Además de impulsar la conciencia ambiental en la sociedad, al intensificar acciones que permitan el cuidado del entorno, por medio de acciones mínimas que se verán reflejadas en la calidad del aire para las personas más vulnerables a contagiarse de enfermedades respiratorias.

Ofreciéndole finalmente al público un producto que cumple con estándares de calidad, variedad en cada diseño, medios digitales para su visualización, puntos de venta en lugares que ya tienen su confianza como clientes y la posibilidad de innovar, marcando la diferencia desde un empaque amigable y agradable.

El proceso productivo se llevará a cabo por las personas que viven en la comunidad con el fin de generar empleo brindándoles facilidad en el manejo del tiempo. Con las capacitaciones que se brindaran a los integrantes de la comunidad se les enseñaran técnicas que aplican durante el proceso de producción para solucionar problemas y mejorar la estructura y logística.

Por último y uno de los factores más importantes de la investigación; por medio de la página web (estrategia de marketing digital) el acceso será ilimitado para que las personas conozcan el producto, las categorías, los precios, información adicional de la marca y por supuesto los proyectos de innovación que se vayan presentando. Además de contar con herramientas digitales

como las redes sociales, canales de YouTube y un foro para compartir experiencias; donde el objetivo es que el cliente interactúe en tiempo real.

4. MODELO DESIGN THINKING

Este modelo es una herramienta que sirve para convertir un producto ya existente en uno más innovador y útil, que a su vez logra satisfacer de mejor manera las necesidades de los usuarios, utilizando las facultades de esta estrategia se puede desarticular la problemática social ya identificada y analizar cada parte de esta para saber cómo actuar, con esto se identifica que gran parte de los residuos generados son papel y cartón y esto dio la posibilidad de con estos materiales generar productos para los habitantes del sector, de realizar prototipos que fueron expuestos a los consumidores para analizar su aceptación y de acomodar los productos al gusto y preferencia de los posibles compradores.

En esta estrategia se toman 5 fases claves para desarrollar el producto según el impacto que este tenga en el consumidor, las fases son secuenciales y cada una de ellas conlleva a elaborar el producto más adecuado para los compradores

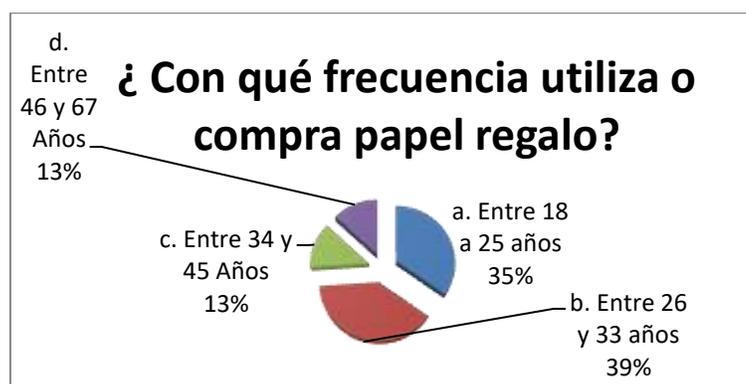
4.1 Empatiza

De esta estrategia se toma la herramienta entrevistas cualitativas que ayuda a empatizar con el usuario, entender sus motivaciones, emociones y forma de pensar, para lograr comprender o romper fronteras con los habitantes del sector, se tomarán diversos campos de análisis como lo son la observación y encuestas, en donde se logre identificar el conocimiento del tema de reciclaje y a su vez identificar el proceso de manejo de residuos que se realizan en las zonas residenciales, con ello se buscará poder tomar acciones para abordar la problemática social del proyecto de forma estadística

Se pudo evidenciar que los dos porcentajes con resultados mayoritarios son las personas entre 18 a 33 años, con un 63 % mayoritario frente a un 37 % de personas entre 34 y 67 años, además a lo anterior, se logró evidenciar por medio de la observación en el sector, como el rango de población mayoritaria es más activa al participar en diversas actividades deportivas, educativas, sociales, laborales y/o económicas de acuerdo a sus rutinas cotidianas, dependiendo de sus intereses o necesidades.

Por otro lado, se pudo determinar la aceptación y adquisición del producto en donde se evidencia una disminución significativa en el grupo de población entre 34 y 67 años con un 27 % que afirmaría comprar del producto frente a un 74% de las personas entre 18 y 33 años que compraría el producto, cabe resaltar que el rango de edad mayoritario oscila en el grupo de personas de 26 y 33 años con un 39 % (ver *Gráfico 2. Frecuencia de compra productos*).

Gráfico 2. Frecuencia de compra productos



(Fuente: Construcción Propia)

Además, a lo anterior, y de acuerdo con las diferentes preguntas de la encuesta realizada, se puede concluir la siguiente información, basada en la interacción con los

residentes por medio de una investigación cualitativa. (ver anexos Encuesta Residentes Sector El Tintal)

Se evidencia un mínimo porcentaje de personas en el sector que genere papel periódico, se podrá llegar a esta población por medio de recomendación voz a voz, redes sociales, entre otras.

4.2 Define

Luego de tener contacto (empatizar) con la población de Tintal y hacer una encuesta para obtener información básica y/o adicional; definir los temas de mayor valor y los que den nuevas perspectivas, que serán claves para obtener resultados innovadores.

Se parte de la idea que la encuesta fue bien recibida por los jóvenes (quienes participaron mayormente en la misma), en términos generales ha quedado claro que en la población estudiada **SI** reciclan de forma semanal (frecuente) y tienen conocimientos básicos (como colores de canecas, bolsas, símbolos, etc.) aunque no han recibido charlas de ello.

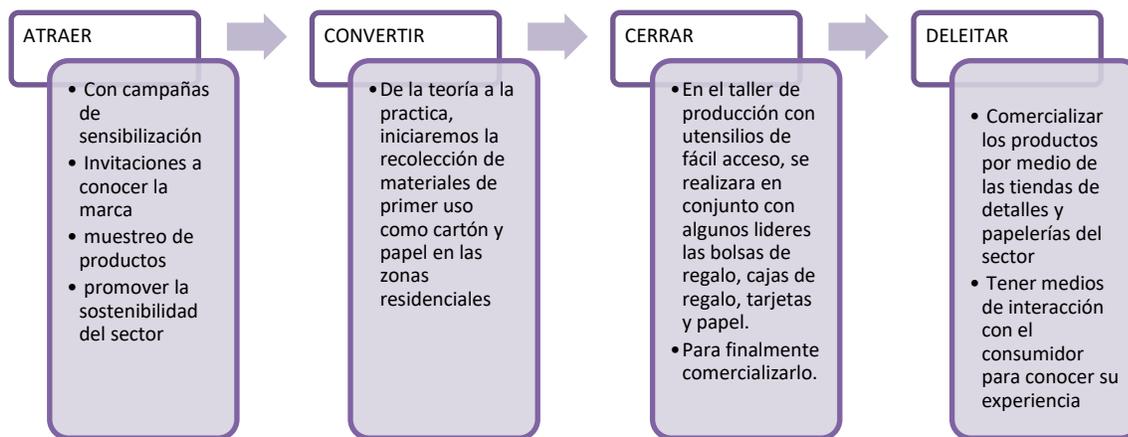
Aquí viene lo valioso para la ejecución de la metodología:

- Hay que capacitar definitivamente; tanto a los administradores como a los habitantes del Tintal.
- Los programas que existen en el sector no son los más fuertes para mitigar enfermedades respiratorias.
- Los habitantes del Tintal estarían dispuestos a reciclar con un fin y obtener beneficios de ello.

- El papel regalo está dentro de sus gastos eventuales para asistir a celebraciones comunes y además no tienen problema con usar procesados del reciclaje (tampoco de producirlos).
- Lo más importante es que sí genera emociones en ellos todos los temas tratados: mitigar enfermedades, aprender a reciclar y darle uso al material almacenado para producir uno nuevo e incluso recibir algo de ganancia.

El modelo adaptado a las respuestas de la encuesta es el mapa de atracción (ver *Gráfico 3. Mapa de atracción al cliente*), donde se organizan de forma clara los ítems que se deben desarrollar a lo largo del proceso. Donde se ven las necesidades, los actores, las acciones y el resultado final.

Gráfico 3. Mapa de atracción al cliente



(Fuente: Construcción Propia)

4.3 Idear

Esta etapa se enfoca en la generación de todas las posibles opciones que puedan contribuir en la ejecución del proyecto y soluciones al momento de elaborar los empaques de papel regalo y las tarjetas membretadas a través de la materia prima obtenida de los residuos

de los conjuntos residenciales, y que contribuyan a la expansión comercial de los productos que se elaboren.

Para lograr el desarrollo de esta fase, principalmente la técnica denominada **MoodBoard** basada en la selección de imágenes que contiene las ideas que se consideraron y que hacen parte de los diferentes estilos de productos que se van a elaborar y que llamarán la atención de las personas que hacen parte del mercado.

Para obtener este esquema de imágenes se consideraron las siguientes ideas:

- Variedad en los diseños de los empaques de papel regalo y tarjetas membretadas que se elaboraran. Dentro de esta idea se consideraron los detalles más simples y también los más mínimos que surgían, como decoraciones, tamaños y colores.
- La variedad en los diseños al momento de elaborar de los empaques y las tarjetas dependerán de las épocas del año y de las necesidades de los compradores considerando: cumpleaños desde infantiles y de adultos, amor y amistad, navidad día de la mujer, del hombre, de la madre y del padre.
- La resistencia en los empaques puesto que el peso de los regalos puede variar desde lo más liviano como un rompecabezas de cartón hasta una botella de vino.
- La variedad en los estilos u formas de los empaques que se adapten al tipo de regalo que se quiera envolver, puesto que para unos regalos es más adecuado un empaque como para otros es más útil forrarlo.

En este paso se adaptó la técnica Moodboard (ver *Imagen 3. Herramienta Moodboard*) con las imágenes que fueron compartidas con algunos de los habitantes del sector para conocer su opinión luego de ofrecer los primeros ejemplares.

Imagen 3. Herramienta Moodboard



(Fuente: Construcción Propia)

Las principales respuestas fueron:

- “Es creativo, aunque no sé qué tan resistente sea el papel periódico”
- “Me gustan las tarjetas, se ven bonitas”
- “Bastante ingeniosas”
- “Me encantan, como hiciste las flores”

Lo anterior con el fin de demostrar que la variedad de diseños, formas, colores y decoraciones son llamativas y dan una luz verde al proyecto. También se demuestra que como grupo hemos trabajado en idear soluciones y una propuesta a un mercado determinado.

4.4 Prototipar

En esta fase y considerándolo como lo más conveniente para desarrollar el

producto se decide tomar la herramienta prototipo en bruto (ver *Grafica 4*.

Diagrama causa efecto) y así analizar la idea sabiendo cómo se vería el

producto encontrando los aspectos a mejorar y permitiendo tener una idea más

clara del mismo.

Grafica 4. Diagrama causa efecto



(Fuente: Construcción Propia)

La finalidad del proyecto es elaborar bolsas de regalo y tarjetas a través del reciclaje de papel y cartón que logremos recolectar en los conjuntos de la localidad de Kennedy.

De acuerdo con los análisis aplicados en las etapas anteriores se incluirá un modelo de bolsas de regalo y tarjetas elaboradas cien por ciento a mano con papel y cartón reciclados.

El ideal es que las personas piensen en empaques para empacar sus regalos y decidan escoger la innovación, originalidad y salud del medio ambiente y que sean resistentes.

La primera y gran decisión es manejar un material que reemplazará el plástico o cualquier material sintético, por argumento ambiental y en la actualidad finiquitar el uso dichos materiales convirtiéndose en una prioridad globalizada.

Para ejecutar este modelo se utilizó papel periódico y papel de diferentes clases, cajas de zapatos, electrodomésticos, juguetes entre otras y las decoramos con diferentes trozos de papel que hemos reciclado obteniendo un producto llamativo e innovador.

Aquí algunos ejemplos de bolsas y cajas elaborados en material reciclado (ver *Imagen 4*.

Productos prototipo):

Imagen 4. Productos prototipo



(Fuente: Construcción Propia)

Después de realizar el prototipo en bruto se puede concluir:

Una de las ventajas que tiene los productos, es que garantizan la durabilidad a largo plazo y resistirán más peso, distancias considerables en comparación a las bolsas tradicionales que no carecen de esta excelente calidad.

En el proceso de fabricación según la metodología Design Thinking que surgió al generar la muestra del producto se determinó para la comodidad de los clientes de la localidad de Kennedy, que en el momento de empaquetar sus obsequios estas personas cambien de lado la costumbre de

comprar empaques y tarjetas realizadas con material no reciclado para que usen las de materiales aprovechados pensando en la economía innovación y medio ambiente.

Se resalta la importancia para que antes de que los productos terminados salgan al mercado para su respectiva venta, debe contar con los requisitos de calidad requeridos, en las que se realizan las pruebas generales; estos serán: el grosor, el peso, la resistencia a la propagación del rasgado y a la rotura al pie y a la trama. Obviamente variedad de colores, diseños, tamaños, entre otras características vitales para que funcione el producto elaborado. Invitándolos también a salirse de lo tradicional.

Por su forma y diversidad de colores, tamaño y resistencia los productos tienen un estilo único, muy diferente de las tradicionales.

Es importante trabajar en la variedad de colores para que cumplan las expectativas de los diferentes tipos de clientes.

4.5 Testear

En esta etapa, se optó por profundizar el área de la técnica del prototipo y prueba de usabilidad, para verificar un rango de aceptación entre los consumidores o clientes.

Esto consiste y lo desarrollamos de modo en que hicimos el prototipo de estas bolsas de regalo recicladas (ver *Imagen 5. Ejemplares de Prototipos*) y se la entregamos a 5 personas para que hicieran uso de ellas y en la prueba de usabilidad diseñamos una encuesta donde evaluaremos la satisfacción del uso de las mismas y que aspectos podemos mejorar de ello para identificar que tan viable es este producto.

Imagen 5. Ejemplares de Prototipos



(Fuente: Construcción Propia)

Estos diseños se entregaron a 5 personas cada uno se ajustó a su necesidad en cuanto al diseño, posterior mente realizaremos la prueba de uso del mismo.

Prueba De Uso

Se hizo la entrega del prototipo a cada persona y luego de su uso los clientes contestaron una breve encuesta de satisfacción para identificar que piensan de este producto y así tomar acciones correctivas. (ver anexos Encuesta Satisfacción)

RESULTADOS OBTENIDOS

- De la primera pregunta realizada se evidencia (vea anexos Encuesta herramienta testeo, encuesta de satisfacción) el 80% de las personas que utilizaron el producto se encuentran satisfechos con el mismo y su usabilidad y el 20% no lo encontró tan satisfactorio por lo que se considera que el producto es mayormente agradable para los usuarios pero que se puede mejorar
- Se evidencia que, con la herramienta de encuestas de testeo, en la segunda pregunta realizada, todos están dispuestos a usar el producto de forma continua, demostrando que el producto es práctico y cómodo para los usuarios
- Analizando lo apreciado en las encuestas (anexo Encuesta de satisfacción), todos los usuarios dieron diferentes puntos de vista del producto y su usabilidad, ayudando a ampliar la visión que tenemos del mismo y generando nuevas ideas complementarias que se deben implementar en busca de satisfacer todas y cada una de las necesidades de los usuarios además de esto tenemos mucho camino por recorrer ya que se pueden realizar diferentes tamaños de bolsa como lo piden los encuestados adicional a esto ponerle mucha creatividad a cada una de las bolsas con el fin de que sean más llamativas.

5. ESTRATEGIA DE MERCADEO

Para dar inicio a las estrategias de marketing en primera instancia tradicional, es importante aclarar que los futuros clientes en el sector del Tintal van a ser la población ya mencionada: personas entre los 18 y 33 años; quienes además actuaran como consumidores

finales. Pero se pueden considerar otros tipos de clientes que son las papelerías y tiendas de regalos. Ellos podrán adquirir los productos al por mayor para finalmente hacerlo llegar al público objetivo.

PRODUCTO: Hermosas, innovadoras, elegantes, y llamativas tarjetas membretadas, bolsas y papeles de regalos elaborados con materiales aprovechados que harán de tus obsequios una experiencia inolvidable.

PRECIO: Con el fin de brindarle al consumidor un precio llamativo, inicialmente se parte de que se ofrecerán tarjetas desde 3000 pesos, papeles por pliego desde 1000 y bolsas de regalo desde 3000. De ahí en adelante los precios irán variando por estilo y tamaño.

PROMOCIÓN: A corto plazo no se tendrán puntos de venta específicos, se hará por medio de papelerías o tiendas de detalles; que tengan algunos de los productos, Se utilizará la táctica de referidos donde un cliente trae otro cliente efectivo para otórgale el beneficio.

PLAZA: Por medio de un canal de distribución directo fabricante consumidor y canal indirecto cortó fabricante, detallista, consumidor final inicialmente se limitará al barrio Tintal que es el sector objetivo del proyecto.

Por ser este un producto innovador, no tenemos ningún competidor al momento. Según las investigaciones en Bogotá hay varias empresas que producen papel, tarjetas o bolsas de regalo, pero ninguna de ellas lo hace directamente con material reciclado, y las empresas que trabajan reciclado y lo procesan finalmente no lo hacen para convertirlo en estas categorías que se majean en el proyecto. Lo que sí es muy probable es que luego del lanzamiento se generen nuevos emprendimientos que a lo largo del camino genere esa competencia.

a. También se establece una estrategia de comunicación basada en que la gente conozca la marca y la mejor forma para hacerlo es con volantes realizados con la misma materia prima del producto que tenemos planeado procesar. Estos volantes llegarán directamente a las personas que visiten papelerías y tiendas de regalos. Serán diseñados de manera inmediata para comenzar a ser distribuidos.

Adicional a ello y para llegar a más personas; se alquilarán bicicletas de publicidad que se vayan desplazando por todo el barrio. Con un mensaje consecuente al valor agregado de la marca en el sentido ecológico y además la forma de adquirir el producto final. En esta parte tendremos algunos voluntarios del sector que se vinculen a la marca.

Con esta estrategia se quiere no solo ser consecuentes con la idea, sino también ganar la confianza de los habitantes del sector. Se llevará a cabo de forma inmediata, guiada por algunos de los integrantes del proyecto para ser diseñada y unos voluntarios para ser divulgada.

En lugares como:

- Colegio Gabriel Betancur Sede A y B Colegio Gimnasio Moderno San Francisco
- Universidades Agustiniiana, Universidad de Kennedy
- Biblioteca Pública El Tintal Manuel Zapata Olivella

Se podrán ofrecer pequeñas charlas donde se les informe a nuevas personas el proceso de la elaboración de los productos y así lograr la atracción de la confianza de ellos, donde servirán además como mensajeros voz a voz.

b. En cuanto al posicionamiento de la marca la estrategia está establecida de la siguiente manera:

- Lo que va a marcar la diferencia entre los papeles, bolsas y tarjetas de regalo de las empresas que han estado toda la vida en el mercado y la marca; va a ser la transformación de materiales reciclados. Además de contar con un sentido social. Así que las campañas que se realicen van enfocadas siempre en la innovación de la marca, para que así haya un factor diferencial y se logre impactar mayormente al público.

-Se realiza un estudio sobre los precios que ya se manejan en el mercado (en el material común) y así ofreceremos al cliente y consumidor valores justos según el tamaño, diseño y categoría que elijan.

Con diseños diferentes, material reciclado y buenos precios se podrá impactar de forma positiva a todo aquel que quiera llevar un detalle con el mejor estilo.

- Como posicionamiento y divulgación se darán pequeñas muestras del papel procesado en conjuntos residenciales, empresas y universidades; con mensajes alusivos a la labor social que se realiza; así podemos llegar a más personas sin que tengan que ir directamente a un local donde se ofrezca el producto.

c. Finalmente, para la parte de diferenciación, se tiene claro que marcar la diferencia en el material reciclado y en los precios que se quieren ofrecer, es un mayor atractivo para el cliente final, surgiendo la idea de que los productores de estos elementos sean personas de su comunidad y en pro de respaldarlos, habrá apoyo (como sensibilización) y promover el talento de su comunidad (sostenibilidad).

Aquí se quiere impactar tanto a clientes como a consumidores, mostrándoles un proyecto de emprendimiento con personas que los rodean a diario; generando oportunidades de empleo, de crecimiento profesional y dándole desarrollo al sector en el que habitan... que más adelante

puede ser tomado como referencia para que en otras partes de la ciudad quieran asemejar nuevos emprendimientos utilizando materia prima y recursos humanos.

Se tiene como objetivo trabajar en la innovación tanto del producto como del proyecto; ofreciendo categorías diferentes, colores, diseños, tamaños, motivos, etc., pero dando un paso en el marketing tenemos estrategias basadas en herramientas digitales, donde buscaremos dar más cercanía y confianza.

6. MARKETING DIGITAL

El programa de marketing digital que es el más importante, principalmente se enfoca en una página web donde el cliente y el consumidor pueden encontrar toda la información como empresa, contacto y sobre todo el producto final; categorías (tarjetas, sobres, cajas, pliegos de papel, bolsas) y modelos de cada una, adicional su precio, solicitud de pedidos y formas de pago.

Adicionalmente se quiere soportar la página con herramientas digitales como lo serán redes sociales, canal de YouTube y blog para experiencias.

6.1 PAGINA WEB

En la página Web de la marca queremos crear un espacio más cercano con el cliente. Donde queremos mostrarle quienes somos, como se creó la marca, cuáles son sus objetivos y cuál es el plan que respalda como labor social.

Les damos una bienvenida inicialmente, ofrecemos una variedad de productos con sus respectivos precios, damos un espacio para que visiten las herramientas digitales de marketing como lo son: redes sociales, WhatsApp, canal en YouTube, les brindamos la opción de interactuar en el blog.

LINK: <http://stefimarmon.wixsite.com/ecoplanet>

Imagen 6. Página web Empaques y Diseños Eco Planet



(Fuente: Construcción Propia)

Es un espacio en el que le queremos dar más al cliente, pero sin saturarlo, donde haya cosas claras y concretas; en un espacio que sea visiblemente agradable y fácil de leer para todo tipo de personas y edades. Además, será el medio principal para hacer compras.

6.1.1 WHATSAPP

Para lograr el objetivo propuesto al inicio de este trabajo se escoger la App, que es una de las App más usadas por las personas en un mundo que avanza cada día más a la globalización y que en el país no somos la excepción, pues es común que la mayoría de personas hagan uso de ella y permitirá la promoción de la marca.

CONTACTO: WhatsApp 313 393 59 97

Imagen 7. Grupo Atención servicio al cliente



(Fuente: Construcción Propia)

Ofrecer calidad en el servicio con respuesta inmediata en un tiempo no superior a 30 minutos logrando la satisfacción total de los clientes por medio de una línea de WhatsApp.

6.1.2 INSTAGRAM: Ecoplanet12

En la actualidad Instagram, está asociada con la interacción de compartir contenido audiovisual como lo son imágenes y videos por medio de dispositivos móviles entre sus usuarios, por ello la importancia de esta red social para el proyecto, ya que facilitara mostrar diversos contenidos multimedia de los productos y servicios, interactuando de forma directa con el público, además de poder realizar un control más detallado con todas las características que permite la red social para los perfiles empresariales, en el que destacamos la segmentación geográfica, clave para fijar el público objetivo por medio de un criterio geográfico estableciendo el sector del Tintal como punto específico de actividades.

Imagen 8. Perfil Instagram Ecoplanet12



(Fuente: Construcción Propia)

Posicionar el producto e impulsar un 30% las ventas por medio del perfil de Instagram en 6 meses.

6.1.3 FACEBOOK

Facebook es una red social que lleva muchos años en el medio y cada día tiene más usuarios, ha sido reinventada en varias ocasiones; tanto que ahora podemos como en esta ocasión crear páginas de marcas con productos, medio de pago, anuncios, publicidad paga, etc.

Empaques y diseños ECO Planet

Imagen 9. Perfil Facebook Empaques y diseños Eco Planet



(Fuente: Construcción Propia)

Promocionar por medio de un perfil en Facebook la marca; teniendo interacción con los clientes para conocer sus opiniones y direccionarlos a la página web.

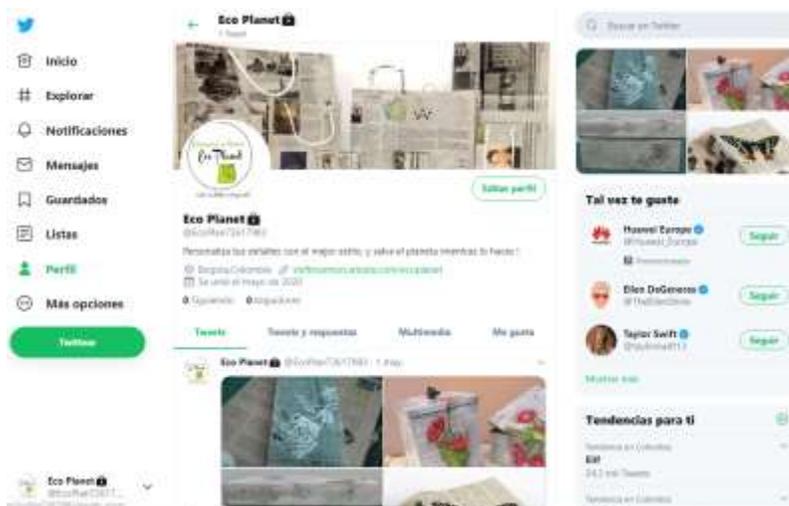
De hecho, en la actualidad las redes sociales son directamente el medio de búsqueda de los usuarios para adquirir servicios o productos nuevos, y al ser más visible que otras; consideramos que Facebook es una buena herramienta inicialmente para dar a conocerse como marca.

6.1.4 TWITTER

Twitter se establece más allá de ser una red social que busca encadenar masivamente a las personas para el conocimiento general de todo lo que se pueda dar a conocer, considerando cualquier ámbito o tema que genere interés global adentrándose en las opiniones de sus participantes y noticias de la actualidad.

@EcoPlan72617983

Imagen 10. Perfil Twitter Ecoplan72617983



(Fuente: Construcción Propia)

Lograr la identificación de la marca por parte del usuario, por medio de tendencias y fidelización de seguidores en la red social Twitter.

Esta nueva forma de comunicación permite a las empresas y profesionales estar en contacto en tiempo real con personas de su interés a través de tuits.

6.1.5 YOUTUBE

Esta red social permite dar a conocer mejor la marca, donde se presentarán videos que contengan todo el proceso de elaboración de los productos y así generar confianza a los posibles compradores. Cumpliendo un papel netamente publicitario que ayude a ampliar el conocimiento que los clientes tengan de la marca.

LINK: https://www.youtube.com/channel/UCUqNuZcoY40dB_LOqIN4U1A

Imagen 11. Canal YouTube Empaques y diseños Ecoplanet



(Fuente: Construcción Propia)

Crear contenido visual mediante un canal de YouTube dando a conocer el producto mostrando diferentes prototipos para que cada persona se haga una idea de lo que realizamos.

6.1.6 BLOG

El blog es una herramienta que permite la comunicación e interacción con los clientes y con quienes no lo son, esto considera que en la actualidad es muy importante conocer las opiniones de todas las personas que cada día se vuelven más exigentes, y donde se puede aprender bastante de las necesidades de los clientes.

LINK: <https://empaquesydiseñosecoplanet.blogspot.com/>

Imagen 12. Blog Empaques y diseños Ecoplanet



(Fuente: Construcción Propia)

Dar el espacio para que el cliente exponga sus experiencias con la marca y el producto. Esto con el fin de atraer más clientes y conocer factores donde debamos crear estrategias para mejorar.

La elaboración de un blog para el proyecto es importante ya que fortalecerá las relaciones comerciales con los nuevos clientes y los ya existentes. También consideramos su uso como una herramienta que permitirá comunicar los contenidos adecuadamente de manera masiva y dará reconocimiento ante el público.

CONCLUSIONES

Con base a todo el trabajo desarrollado a lo largo de este proyecto, se puede concluir la importancia del pensamiento crítico, y la forma en que visualizamos los problemas para marcar una diferencia a largo plazo, convirtiendo “el problema” en una nueva oportunidad o un nuevo reto, en donde se pueda mejorar las condiciones de vida o inyectar de esperanza el lugar afectado por la problemática.

Es así, como se buscó generar innovación y crecimiento económico en el sector, partiendo de una problemática social encontrada en la localidad de Kennedy, en donde se logró estudiar que obstáculos y oportunidades se crean a la hora de emprender un negocio, contemplando qué factores pueden intervenir dadas las condiciones del entorno, resaltando factores claves como competencia, posicionamiento, financiamiento, y flexibilidad, que se deben superar o estudiar dentro del desarrollo de la empresa emprendedora.

El estudio de emprendimiento desarrollado, arrojó resultados positivos y gratificantes, en donde se pudo consolidar los ideales y objetivos propuestos por medio de las alternativas elegidas, que fueron modificadas en varias ocasiones de acuerdo a la viabilidad de la situación, hecho que fortaleció la factibilidad de la idea de Empaques & Diseños Eco Planet, experimentando y verificando los factores externos e internos que intervienen desde los perfiles de empresario, y /o cliente, evaluando constantemente si lo propuesto permitiría la construcción del proyecto y no depender únicamente de una buena idea sin fundamentos establecidos.

BIBLIOGRAFIA

Colombia Digital Marketing [ColDigitalMk]. (26 jun. 2014). Qué es el Marketing Digital y Cuáles son sus beneficios [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=TTyFV-qhQtQ>

EOI Escuela de Organización Industrial [EOI Escuela de Organización Industrial]. (23 ene. 2015). Cómo elaborar un plan de marketing digital [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=I7iSEW5uqeY>

Junta de Castilla y León. (2012). Marketing Digital para Pymes (P. 97- 107). Recuperado de http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082

Merodio, J. (2010) Marketing en Redes Sociales: Mensajes de empresa para gente selectiva (Pp. 59-66). Recuperado de <https://www.juanmerodio.com/marketing-en-redes-sociales-mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva/>

Moshini, S. (2012). Claves del marketing Digital (Pp. 9-15). Recuperado de <http://www.intuic.com/intuic/Frontend/pdf/Claves-del-Marketing-Digital.pdf>

Marketing digital, recuperada de: <https://www.youtube.com/watch?v=TTyFV-qhQtQ>

Ambrosio, V., & Poveda, J. A. (2000). Plan de marketing paso a paso (pp. 1 -21). Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/136178329/Plan-de-Marketing-Paso-a-PasoVicente-Ambrosio-Virtual>

Cariola, O. (2009). Marketing: plan para emprendedores. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/reader.action?docID=3195470&query=Marketing+para+emprendedores>

Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI Unidad 4 Gestión del Marketing para emprendedores. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/22241>

Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010).

Marketing para emprendedores. Bogotá DC, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/reader.action?docID=3193395&query=mercadeo+para+emprendedores>

Franco, Luis Fernando Escobar (2012) Plan Ambiental Local de Kennedy Recuperado de </www.ambientebogota.gov.co/documents/10157/2883162/PAL+Kennedy+2013-2016.pdf>

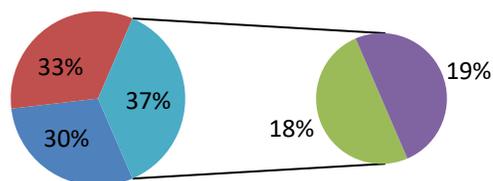
Índice Bogotano de calidad del aire (IBOCA) Informe Febrero (2020) Recuperado de <http://iboca.ambientebogota.gov.co/>

ANEXOS

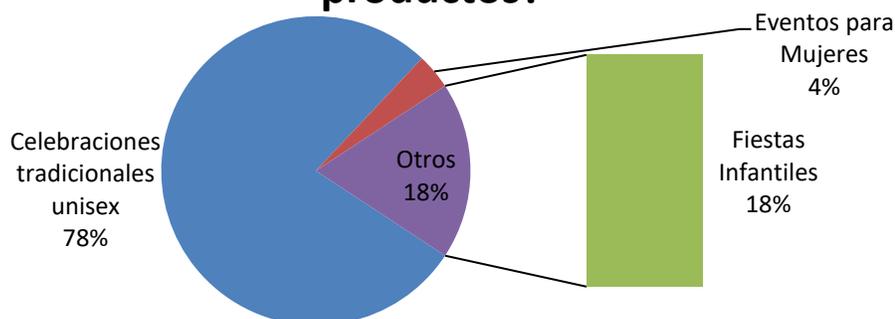
Encuesta Residentes Barrio Sector El Tintal

Seleccione el rango de acuerdo a su edad

- a. Entre 18 a 25 años ■ b. Entre 26 y 33 años
■ c. Entre 34 y 45 Años ■ d. Entre 46 y 67 Años



En que circunstancia usted compraria con mayor frecuencia estos productos?

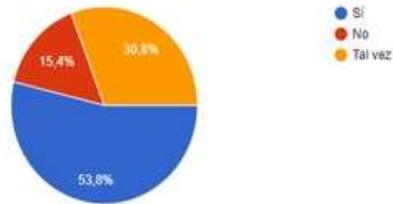


¿En su lugar de residencia reciclan?

Etiquetas de fila	A veces	Total general		Total general
		No	Sí	
a. Entre 18 a 25 años		5	3	8
b. Entre 26 y 33 años		2	1	6
c. Entre 34 y 45 Años		2	2	1
d. Entre 46 y 67 Años			1	4
Total General		9	4	14

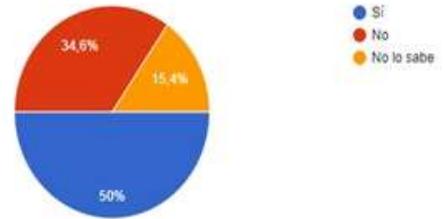
¿Sabe como separar los residuos reciclables de los ordinarios ?

26 respuestas



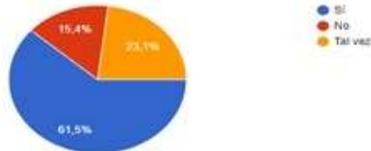
¿Existe algún plan o programa de reciclaje en su zona residencial ?

26 respuestas



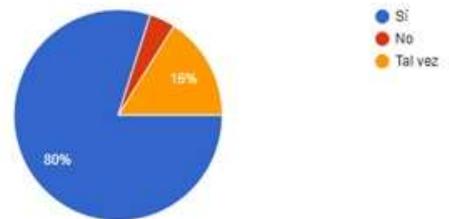
Hay una manera sencilla de reciclar en bolsas de diferente color. ¿Sabe cómo separar los residuos reciclables de los ordinarios?

26 respuestas



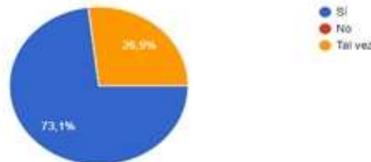
¿Utilizaría papel regalo, realizado de los residuos del sector?

25 respuestas



Si planteamos un proyecto donde usted recicle y nosotros transformemos esos materiales, además de mitigar los problemas respiratorios de la comunidad ¿Participaría?

26 respuestas



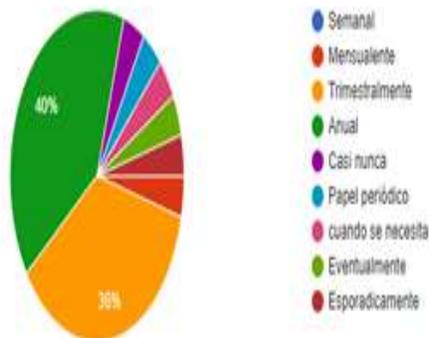
Los diseños o colores del papel regalo varían de acuerdo a la ocasión, ¿ En qué circunstancias usted compraría con mayor frecuencia estos productos?

26 respuestas



¿Con qué frecuencia utiliza o compra papel regalo ?

25 respuestas



La compra de productos reutilizables que tipo de emoción o sentimiento le genera

24 respuestas

Esperanza
Ayuda al medio ambiente
Emoción gratificante por ayudar el medio ambiente
Tranquilidad
contribucion a la contaminacion del planeta
Me da mucha emocion saber que ayudo con el planeta
Aporte al planeta y apoyo a las iniciativas por contribuir con el reciclaje.
Satisfacción por que estoy aportando al medio ambiente
Que estoy haciendo algo productivo para ayudar al planeta

ANEXOS A

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN TESTEO

