

Proyecto social reciclar para salvar

Tutora

Sonia Ruth Obando Castro

Estudiantes

José Martín coba

Yefri Antonio Espitia castro

Jair Elías Cervantes rivera

Lineth Marcela Muñoz

Ramiro Lozada Piedrahita

Universidad Nacional Abierta y a Distancia –Unad

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN

Diciembre 2021

Tabla de contenido

Introducción.....	5
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos.....	6
Planteamiento del problema u oportunidad	7
Necesidad u oportunidad identificada con su respectiva sustentación con cifras o datos	8
Factor productivo	9
Población beneficiada	9
Mercado Objetivo	9
Metodología Desing Thinking	11
Estrategias de Mercadeo	21
Logo y Slogan.....	29
Descripción del Servicio:	30
Redes sociales	32
Proyección Operativa y Financiera.....	37
Conclusiones.....	44
Bibliografía	45

Lista de figuras

Figura 1. <i>Etapas y Técnicas</i>	11
Figura 2. <i>Mapa de empatía</i>	13
Figura 3. <i>Lluvias de ideas</i>	15
Figura 4. <i>Mapa mental</i>	17
Figura 5. <i>Técnicas de apuntes de testeo</i>	19
Figura 6. <i>Logo</i>	30
Figura 7. <i>Captura de la Cuenta oficial del proyecto</i>	33
Figura 8. <i>Captura Correo Electrónico Oficial</i>	34
Figura 9. <i>Capture Correo Electrónico Oficial de cuenta LinkedIn</i>	35
Figura 10. <i>Capture de la página de Facebook</i>	36
Figura 11. <i>Capture del canal de YouTube</i>	37
Figura 12. <i>Producto Final Compactado y listo para la venta</i>	43

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Instalaciones</i>	38
Tabla 2. <i>Equipos</i>	38
Tabla 3. <i>Equipos de Oficina</i>	39
Tabla 4. <i>Servicios Públicos</i>	39
Tabla 5. <i>Personal</i>	40

Tabla 6. <i>Precio de Compra</i>	41
Tabla 7. <i>Resultados Financieros</i>	42
Tabla 8 <i>Aportes de los socios</i>	43
Tabla 9. <i>Capital De Trabajo</i>	44
Tabla 10. <i>Costos Estrategias de Mercadeo</i>	44
Tabla 11. <i>Proyecciones de Costo y utilidad a 3 años</i>	45
Tabla 12. <i>Resultado Financieros</i>	46
Tabla 13. <i>Balance Genera</i>	47

Introducción

A nivel mundial el reciclaje nos ha permitido tener un enfoque principal para tomar conciencia y educarnos sobre el cuidado el medio ambiente; a raíz de los avances e innovación que ha tenido, también se ha convertido en muchas fuentes de empleos a nivel mundial, donde se integran diferentes procesos innovadores para lograr un mayor aprovechamiento de estos residuos y así darle una segunda utilidad, reduciendo los niveles de contaminación que afectan a gran escala nuestro planeta.

En nuestro emprendimiento hemos propuesto un centro de acopio, donde recibiremos los residuos recolectados en la Isla de San Andrés, de hoteles, supermercados, almacenes y demás locales comerciales, así como lo recolectado en los barrios de la isla, con el fin de poner en marcha el sistema logístico para separar, compactar y vender los reciclables, para desarrollar esta propuesta, es necesario tener presente algunas etapas, que desarrollaremos a continuación buscando estructurar de manera sólida la idea de negocio y la acción social que contribuya al mejoramiento de las condiciones ambientales de la isla de San Andrés.

Objetivos

Objetivo General:

Diseñar un proyecto de emprendimiento social a partir de una necesidad u oportunidad identificada, relacionada con el reciclaje de materiales sólidos para su posterior comercialización.

Objetivos Específicos:

Identificar la oportunidad de negocio a partir de la problemática de contaminación en la Isla de San Andrés.

Presentar una propuesta innovadora que nos permita ganar un puesto en el mercado con poca competencia.

Diseñar estrategias de Marketing para atraer al público objetivo

Elaborar una proyección operativa y financiera, para conocer los recursos necesarios que permitan el funcionamiento del proyecto de emprendimiento.

Planteamiento del problema u oportunidad

En el Departamento Archipiélago San Andrés Providencia y Santa Catalina, se convive paralelamente con la belleza natural y con su alta demanda turística y vacacional, la sobrepoblación ha venido creciendo exponencialmente, fomentando una situación delicada que impacta el medio ambiente, la basura, generada por la industria turística que atiende a 1,3 millones de visitantes al año y por sus 85.000 habitantes, ha llevado al colapso ambiental a San Andrés, un territorio superpoblado de 26 kilómetros cuadrados, en San Andrés, el plástico representa el 21 por ciento de todos los residuos sólidos de la zona residencial de la isla y el 15 por ciento en la zona comercial.

San Andrés es la zona más insular de Colombia y su problema radica en que al estar alejados del país, su relleno sanitario debe dar un manejo diferente a los desechos, el problema del plástico es grave, no se tienen mecanismos para el retiro de los residuos sólidos y toda la basura generada en San Andrés se queda en San Andrés, la isla es pequeña y no hay espacio suficiente, por ahora todos los residuos sólidos que se reciclan se llevan al basurero municipal, el 'Magic Garden', aunque los que no se reciclan terminan en el mar", el incremento de desechos como resultado de la actividad turística del departamento y el consumo local, sumado a la falta de conciencia y protección del medioambiente genera que la mano del hombre afecte constantemente los ecosistemas costeros creando problemas de pérdida del hábitat y contaminación, en temas de infraestructura e innovación tecnológica, San Andrés no cuenta con un acopio de reciclaje de material plástico, vidrio, latas, cartón, papel, revistas; aun así, se observa la intención de crear conciencia para hacer un mejor uso de altos volúmenes de material sólido que no se recicla adecuadamente y que afecta de manera notoria el medio ambiente.

Necesidad u oportunidad identificada con su respectiva sustentación con cifras o datos

Ante la delicada situación ambiental, se presenta una oportunidad para un proyecto de emprendimiento social para acondicionar un acopio e implementar un sistema logístico para recolectar, separar, compactar y vender residuos que se puedan recoger al visitar hoteles, supermercados, almacenes y barrios de la isla, de las 80 toneladas que se acumulan en el basurero, un 40 % es aprovechable" y la idea es evitar que el 1 % de los residuos vaya a parar allí, para esta situación, la solución es instalar un acopio para reciclar el material de reciclaje con el propósito de contribuir con el desarrollo social y económico de la población, generar un compromiso para minimizar el impacto del turismo, generar conciencia frente a la protección de los recursos naturales y promover el pensamiento del reciclaje como hábito de vida.

Innovación Social

Se proyecta instalar un acopio para recibir de forma exclusiva, separar y devolver al mercado todos los materiales recuperables contenidos en el cubo único de reciclaje de todos los ciudadanos del Archipiélago. Las instalaciones serán diseñadas para recolectar 50.000 toneladas al año y con una muy poca inversión, dado a convenios realizados con la alcaldía y el comercio de la isla.

Pertinencia

Sabemos que el cambio climático es algo que viene afectando el mundo, a muestra de ello en el Archipiélago de San Andrés Providencias y Santa Catalina se vivió un desastre natural como lo fue el Huracán Iota en el año 2020, donde afecto aún más la isla de Santa Catalina, dejando a casi un 90% de sus habitantes sin viviendas y sin un empleo, ya que para nadie es un secreto que ello ocurrió en medio de una pandemia, y es así donde se aumenta las necesidades económicas de la Isla, la reactivación económica y turística a aliviado un poco la vida de los

sanandresanos, es por ello que al crear una empresa de reciclaje y concientizar a la gente que todos estos desastres son más culpas humanas que de la naturaleza, nos llevara a tener un gran éxito y así poder aportar a la reducción de la contaminación ambiental y el cuidado de nuestras riquezas naturales.

Factor productivo

Teniendo en cuenta que la isla de San Andrés Providencias y Santa Catalina es un sitio turístico, es muy buen potencial para nuestra empresa; es una ciudad de 85.000 mil habitantes y 1.3 millones aproximadamente de visitantes en el año. Con esa cifra nos damos cuenta que solo con los habitantes mantenemos la empresa, pero la idea es que hasta los visitantes sepan por medio de nuestros guías y vallas publicitarias para así poder obtener un mejor ingreso.

Población beneficiada

La reserva de biósfera más grande del mundo está en riesgo. Se trata de la Seaflower, conformada por el archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, enfrenta problemas derivados, sobre todo, de las deficiencias en la gestión ambiental de los entes públicos que deberían preservarla, la población en general del archipiélago de San Andrés está en riesgo de adquirir enfermedades de todo tipo generados por la filtración de aguas residuales, la contaminación del mar y el eventual desbordamiento de su relleno sanitario serían problemas agravados por la falta de gestión institucional.

Mercado Objetivo

Muchas empresas en el interior de Colombia y países alrededor del Archipiélago de San Andrés, transforman el plástico reciclado en madera ecológica, insumo con el que fabrican parques

infantiles y todo tipo de muebles y enseres, pupitres, quioscos, estanterías y todo tipo de mobiliario para el hogar, la industria y la construcción.

Él acopio se dedicará a la recopilación y posterior comercio de reciclaje plástico, vidrio, cartón, latas, revistas, papel; la recolección se realizará principalmente por el personal dedicado a la recolección y los convenios interinstitucional. Estos productos reciclados, son seleccionados, lavados y empacados, para ser comercializados a plantas que se dedican a darle la transformación o la reutilización de los mismos.

Para atender nuevos mercados de material reciclado, los clientes de este acopio serán empresas de comercialización de residuos sólidos que manejan altos volúmenes de recepción. El mercado Objetivo de este acopio, son las empresas que se dediquen al procesamiento de reciclaje como materia prima de Papel, Cartón y plástico, que tengan capacidad de compra mayor a una tonelada.

Metodología Desing Thinking

Etapas y Técnicas

Empatía: *Mapa de Actores: José Martin Coba*

Figura 1.

Etapas y Técnicas



Empatía:

Es fundamental centrarse en la persona, entender sus necesidades y ponerse en sus zapatos generando empatía. ¿Qué quieren, necesitan, sienten y desean tus clientes? Entender y conocer la experiencia real del usuario en profundidad es un factor clave para el éxito.

Reciclar Para Salvar:

Es un emprendimiento que nace en la Isla de San Andrés Providencia y Santa Catalina, para recuperar y comercializar productos reciclables, con el fin de reducir la contaminación ambiental, frenar el acelerado cambio climático, disminuir los desastres naturales producto de los malos manejos que le venimos dando las personas a los materiales que se pueden reciclar,

Habitantes y Turistas:

Las personas que habitan o visitan la ciudad, además de disfrutar de este paradisíaco lugar, podrán contribuir al cuidado de la misma haciendo buen uso de los desechos reciclables.

Alcaldía Municipal de San Andrés Providencias y Santa Catalina:

Hacer un acuerdo con la alcaldía municipal para que las empresas que se vinculen con esta causa obtengan un descuento en sus impuestos anuales y así la alcaldía cumple con el aporte a la protección del medio ambiente, los hoteles, restaurantes, supermercados y sitios turísticos también lo hacen, pero a cambio recibirán un beneficio por acogerse a este beneficio.

Hoteles, Restaurantes, Supermercados y Sitios Turísticos:

Obtener descuentos en sus impuestos anuales, aportar al cuidado de la naturaleza y mantener la limpieza de la isla.

Planta Procesadora:

Realizar convenios con las empresas que se encargan de darle la disposición final al material recolectado y obtener las ganancias del trabajo desarrollado por el emprendimiento.

Define: *Mapa de Empatía*, Lineth Marcela Muñoz

Figura 2.

Mapa de empatía



Acciones a través del Mapa de Empatía

Esta herramienta nos permite recopilar información por medio de las entrevistas; nos permite interactuar con los usuarios y tratar de descubrir cuál es su pensamiento, cuál es su sentir con respecto a la problemática, también podemos tratar de leer que nos quiere decir por medio de su comportamiento y gestos, esto nos permite direccionar nuestro accionar hacia lo que en realidad necesita el usuario.

¿Qué piensa y siente?

Que las personas debemos tener un mayor cuidado con nuestra naturaleza y para ello se ha diseñado esta propuesta de emprendimiento, donde los usuarios ganan y son educados, para así contribuir con el medio ambiente.

¿Qué ve?

Una solución oportuna para detener el daño ambiental generado por el mal uso de los residuos originados por las personas.

¿Qué dice y hace?

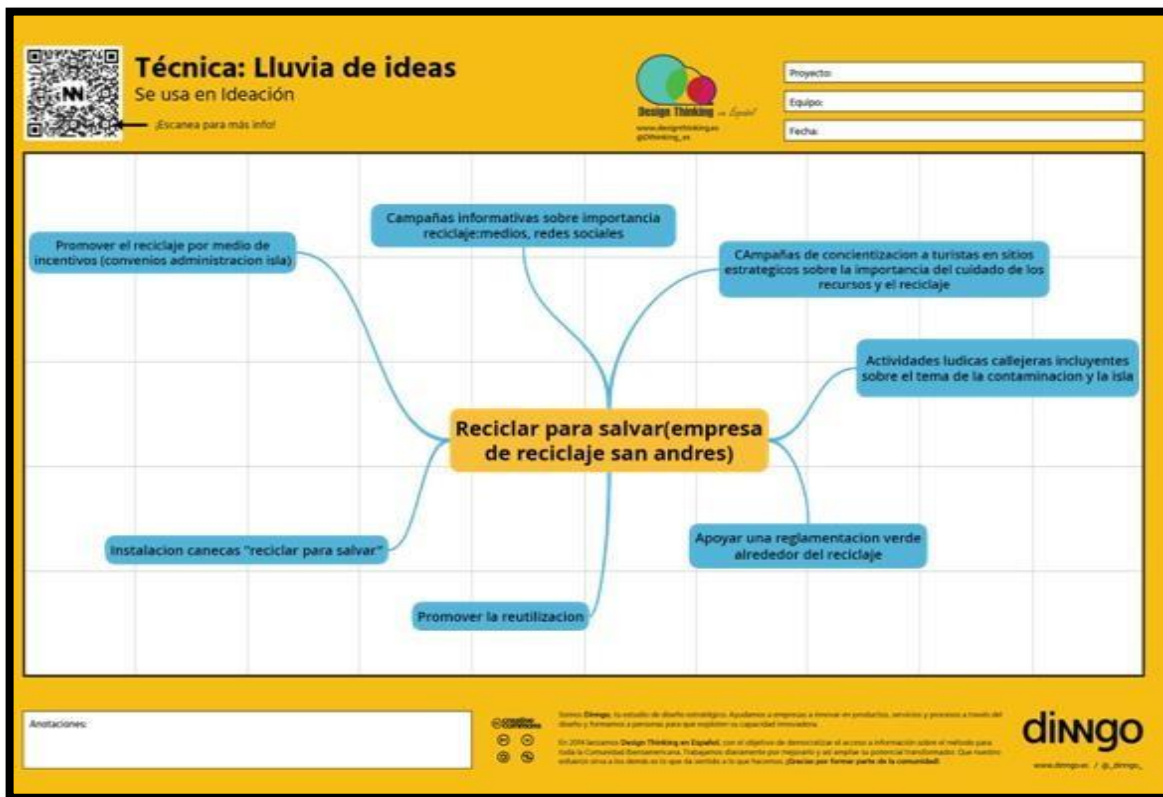
Un acopio de reciclaje con la idea del negocio que se está brindando, da una ganancia a los ciudadanos de la isla y además genera empleo a los recicladores de material reutilizable.

¿Qué oye?

Es una empresa que viene a educar a la ciudadanía, a cambiar muchos hábitos de vida, mejorando la cultura y amor por nuestra región.

Idear: *Lluvia de ideas o Brainstorming, Yefri Antonio Espitia Castro*

Figura 3.

Lluvias de ideas

La tercera etapa de un proceso de Design Thinking es la de Idear o Ideación. El paso a esta fase supone empezar a crear soluciones para los problemas concretos encontrados. En las fases anteriores, centramos nuestros esfuerzos en comprender y concretar la información obtenida en focos de acción. Ahora, se trata de generar soluciones para esos aspectos elegidos que parecen recoger importantes necesidades y deseos para el usuario.

Mapa mental. Acciones.

De acuerdo con la multiplicidad de técnicas posibles para aplicación dentro del proceso design thinking, aplicamos el mapa mental tomando como idea central el fin dispuesto y plasmado

en el título del proyecto y nombre de la empresa desglosando las posibles acciones a recurrir para el cumplimiento de la meta que se busca.

Promover el reciclaje por medio de incentivos (convenios administración pública): Buscar involucrar a la administración municipal con participación de la comunidad y de los sectores productivos en la implementación de incentivos para estos actores que están involucrados en la dinámica social de la isla implementen medidas que aporten a la reducción gradual sobre la acción basuras y elementos reciclables que afectan de manera significativa el ambiente en la isla.

Instalación de canecas (reciclar para salvar”): Instalación de canecas con logo del proyecto en sitios estratégicos para incentivar y promover el reciclaje en la isla como alternativa para combatir la contaminación.

Campañas informativas sobre la importancia del reciclaje: medios redes sociales: Crear una campaña informativa que muestre cifras, conceptos y alternativas de inclusión social donde el eje central sea la problemática causada por la contaminación en la isla, esta campaña tendrá como plataforma los medios masivos y las redes sociales como agentes de divulgación de fácil acceso.

Promover la reutilización: La promoción de la reutilización también es una alternativa “verde” que permite la reducción gradual de basuras, además de la transformación de esta en nuevas herramientas, utensilios etc., para así crear una cultura verde que también propicie una revolución económica alrededor de las alternativas de reciclaje.

Campañas de concientización a turistas: El turismo es el motor que mueve la economía de la isla, es su razón de ser, este sector acumula grandes dividendos a la población, pero a su vez también degrada en gran medida el ambiente cuando atenta contra él, la aplicación de jornadas de trabajo encaminadas a la concientización de este sector buscaría la mejoría de los índices de

contaminación, además de la promoción de un ecoturismo amigable que hagan sustentable y sostenible esta actividad alrededor de las maravillosas riquezas naturales que posee san Andrés.

Actividades lúdicas incluyentes: Actividades de tipo lúdico y con una mezcla de cultura que incluya a las comunidades raizales de la isla como aporte al afianzamiento de sus creencias y a sabiendas que son las más golpeadas con los temas de contaminación.

Apoyar una reglamentación verde: Apoyar la creación de una reglamentación que aporte herramientas para la reducción de la contaminación y que genere ambientes incluyentes alrededor de la consecución de alternativas para contrarrestar el problema de la contaminación.

Prototipo: Mapa Mental: Ramiro Lozada Piedrahita

Figura 4.

Mapa mental



Fuente: Imágenes tomadas de: <https://www.pinterest.cl/mauriciosandova/logos-reciclaje/>

Mapa conceptual: Creación propia

Prototipa

Un prototipo es una representación aparente pero concreta de parte o la totalidad de una idea de negocio o sobre un producto o servicio. Un prototipo es una “fachada”, un servicio de cartón/piedra, una simulación. Es decir, que incorpora los elementos básicos para que sea funcional, que se pueda probar, y que responda a una serie de preguntas sobre la viabilidad empresarial de la idea y sobre su modo de implementación.

¿Qué Funciona?

Un acopio de reciclaje en la Isla de San Andrés Providencia Y Santa Catalina, la idea es crear una empresa de reciclaje, donde las personas de la isla puedan obtener un beneficio a cambio de entregar su material reciclado y hacer un tipo de convenio con la alcaldía para que los hoteles, restaurantes, supermercados y sitios turísticos se vinculen y a cambio de ello tengan excepciones de impuestos, todo con el fin de que todos aportemos y sea un emprendimiento rentable.

¿Qué se puede mejorar?

La reducción de la contaminación ambiental, los tan acelerados cambios climáticos y la responsabilidad social de todas las personas con el medio ambiente.

Preguntas

¿Qué reciclar?

Plástico, Cartón, Vidrio, Papel, Revistas, Latas, Cartones de Huevo.

¿Cómo reciclar?

Pagar a las personas con un bono consumible en restaurantes, hoteles, sitios turísticos y supermercados, con el fin de que los habitantes y visitantes vean que ganan por ello, pero en realidad ganamos todos y aun mejor gana nuestro planeta.

¿Qué Funciona?

- ¿Diseñar una planta de planta de tratamiento de residuos sólidos?
- ¿Cómo ayudar a la recolección de residuos contaminantes especialmente en las playas?
- ¿Diseñar un centro de acopio de material reciclable?

¿Qué se puede mejorar?

La estrategia de reducción de contaminación en la isla de San Andrés y Providencia

¿Cómo puede contribuir la recolección de residuos sólidos que contamina a la Isla de San Andrés?

Las condiciones de vida de los habitantes de la Isla y la detención de posibles desastres naturales causados por el cambio climático.

Preguntas

¿Qué reciclar?

Todos aquellos insumos que sean reutilizables como plástico, cartón, papel, vidrio y metales.

¿Cómo reciclar?

Comprando el material reciclable en el centro de acopio al personal que trabaja como recicladores, Instalando tanques para recolectar elementos reciclables en los establecimientos comerciales, especialmente los plásticos

¿Dónde reciclar?

Principalmente en el sector comercial, las playas y el depósito de basura municipal.

¿Cuánto reciclar?

Inicialmente se aspira poder reciclar 5 toneladas mensuales, mientras nos damos a reconocer y posteriormente ir incrementando la cantidad de material reciclado.

Ideas

Realizar encuestas a grupos de turistas sobre como ayudarían a reducir la contaminación en la Isla. Realizar encuestas virtuales a los grupos de interés como establecimientos comerciales y entidades educativas para que aporten ideas de cómo ayudar a la recolección de productos reciclables.

Estrategias de Mercadeo

Describir detalladamente los atributos y beneficios del producto o Servicio a ofrecer al mercado.

Pareciera fácil reciclar, pero es un proceso que requiere del compromiso de muchos, en la medida que comprendamos el valor que tiene el reciclar, consideramos que cada vez habrá más personas comprometidas y muchos beneficios para el medio ambiente, entre los beneficios que podemos mencionar algunos directos, indirectos, otros a corto y a largo plazo, como la limpieza de la ciudades, evita la proliferación de plagas, reduce la destrucción del ecosistema, se utilizan menos recursos naturales para la fabricación de nuevos artículos de consumo, nuestro propósito es ofrecer un servicio para reciclar material sólido, especialmente plástico, en la Isla de Sana Andrés y Providencia, reconociendo la importancia de reciclar y el bien que hace principalmente al medio ambiente.

Podemos conseguir los siguientes beneficios:

Reducción de la contaminación, queremos reducir la cantidad de plástico desechado principalmente en el mar, playas y calles de la Isla de San Andrés, para conservar el lecho marítimo, evitar la muerte de animales al consumir bolsas y plástico, ofrecer un espacio atractivo para los turistas libre de contaminación y basura, que es la principal fuente de economía de la Isla.

Aprovechamiento de materiales reciclables para nuevos productos, estos materiales sólidos base de plástico, mediante un proceso de recolección inicialmente, separación, trituración y fundición, sirven para la elaboración de nuevos productos como, nuevos embaces, partes para celulares, televisores, computadores entre otros.

Adquisición de beneficios económicos con la comercialización, se convierte en una actividad comercial, el comprar al por menor y vender al por mayor el material reciclable, sirviendo de fuente de abastecimiento a la industria, que cada vez necesita más material para cubrir la demanda por el consumismo de la actual sociedad.

Disminuye la explotación de recursos naturales, el plástico se hace a base de materia prima natural, de la celulosa de los árboles y de sustancias químicas derivadas del petroloero y del carbón, el plástico tarde alrededor de 200 años en descomponerse, al reutilizarlos evitamos utilizar materia prima natural en cada proceso de fabricación de nuevos productos.

Reducción de la cantidad de desechos que llegan a los vertederos, al sacar de circulación este tipo de material reciclable, reducimos considerablemente la cantidad de material que van a los vertederos, porque es sorprendente la cantidad de material que cada día es reciclado, con este aporte se logra, que a largo tiempo puedan ser cerrados, evitando generar un impacto negativo al medio ambiente, porque se hace necesario adecuar un espacio natural para depositar más material y basuras en general.

Oportunidad laboral, para las personas que se dedican a la importante y despreciada labor de reciclar hay una oportunidad de trabajo, teniendo en cuenta que si estas personas no desarrollaran esta actividad la contaminación sería mayor, muchas personas que no tienen oportunidades laborales, bien sea por falta de educación, de preparación, falta de oportunidad, alguna discapacidad o cualquier otra situación que los ha llevado a desempeñar esta actividad, siendo ésta el medio por el cual llevan el sustento diario a sus hogares.

Grupo objetivo del proyecto (identificar y caracterizar el grupo de consumidores que aceptarían y tienen la capacidad de compra)

Afortunadamente hay un gran público que pueden aceptar y comprar el material reciclable recolectado, entre ellas tenemos empresas nacionales y multinacionales, también hay empresas que se dedican a comprar el material para producir nuevos artículos y utilizar los embaces para sus productos, las empresas con las cuales podemos hacer una alianza financiera y de mercadeo son:

- Postobón.
- Coca-Cola.
- Alpina.
- Colanta.
- Fresca Leche.
- Colombina.
- Grupo E.PM.
- ESSA.
- Vanyplas.
- P&G.
- Grupo Éxito.
- Cencosud.
- Sodimac.

Las empresas mencionadas anteriormente son algunas de las tantas compañías con las cuales podemos obtener alguna estrategia de negocio, también existe la fundación Planet, quienes compran material reciclable como, papel, cartón, metales y plástico, si superan mil kilos, están ubicados en Bogotá, con la cual se puede hacer una alianza estratégica.

Segmentación

Para el proceso de segmentación se tuvo en cuenta la presencia de empresas dedicadas a la producción de vidrio, plástico, cartón, papel y dedicadas a la fabricación de empaque y envases alimenticios y de aseo, determinando las siguientes variables:

Geográficamente

País: Colombia

Departamento: San Andrés Y Providencia

Municipio: San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

Habitantes: 75.214

Segmento Demográfico: La comunidad en general, propios y visitantes de la isla, hombres y mujeres, niños, jóvenes y adultos, de cualquier condición, nivel educativo o socioeconómico, es un segmento amplio aplicable a todo el que consume y utiliza los materiales que son aprovechablemente reciclables.

Segmento Psicográfico: La segmentación psicográfica es una técnica de segmentación de mercado en la que los grupos se forman según los rasgos psicológicos que influyen en los hábitos de consumo.Algunos de estos son, el estatus social, las actividades diarias, los hábitos alimenticios, la opinión sobre ciertos temas, nos ayuda a identificar cual son los productos que más se consumen y que materiales reciclables generan.

Segmento Conductual: Divide a los compradores de un grupo según los conocimientos, las actitudes, la utilización de productos, o la respuesta frente a un determinado artículo eso nos lleva a tener clientes leales, nos ayuda a identificar la frecuencia de consumo, marca y que productos se muestran en mayor cantidad para reciclar.

Identificar la competencia (analizar los posibles competidores que existan en la región donde pretendemos desarrollar el proyecto, entendiendo competidores como organizaciones que satisfacen la misma necesidad que nosotros pretendemos satisfacer)

Según la revista semana, en San Andrés se producen alrededor de 80 toneladas de residuos, las cuales llegan al relleno sanitario Magic Garden, el 40% es reciclable pero solo el 1% es reciclado, en temporada alta, esta cantidad puede aumentar a 90 toneladas, la comunidad del sur de la isla, decidió organizarse y crear la fundación Schooner Bight Etnos, la cual se encarga de reciclar y enviar 12 toneladas mensuales, de material a Bogotá o por barco a la ciudad Cartagena, por consiguiente la actual competencia no representa un riesgo para el desarrollo de nuestro proyecto de emprendimiento, de igual manera existen personas que desarrollan esta actividad de manera informal y hay por lo menos 3 establecimientos que lo realizan de manera más organizada, pero aun así por la gran demanda de productos reciclables que existen en la Isla, sigue siendo rentable el desarrollo de la ideas de negocio.

Identificar los aliados clave del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento social y proponer acciones de cooperación como alianzas estratégicas.

Para el desarrollo de este proyecto un aliado clave es la Alcaldía, ya que por medio de ella podemos realizar estrategias o fianzas con las empresas de la isla y así sea más rentable y fácil de brindar a la comunidad nuestra propuesta de negocio.

La alcaldía brinda un descuento en los impuestos anuales a las empresas, hoteles, restaurantes, supermercados, micro mercados y entre otras, otro aliado estratégico puede ser Acoplásticos, que es una entidad gremial colombiana, sin ánimo de lucro, que representa las empresas de cadenas productivas plástico, también las empresas que trabajan con plástico en

Colombia como Colplast, Dicoplast S.A.S., Fadeplast S.A.S., Iberplast S.A.S., Industrias Extra S.A., Isoplasticos S.A.S., Occidental de Plásticos S.A., Paraplásticos S.A.S., también se pueden hacer alianzas con las empresas de transporte terrestre, aéreas y/o marítimas para el transporte del material reciclado.

Proponer estrategias de Mercadeo tanto tradicionales como digitales que permitan comunicar y cautivar un mercado específico, se debe proponer al menos una acción por tipo de estrategia:

Estrategia de comunicación: Una de las estrategias de mercadeo digital es diseñar la página web Reciclar Para Salvar, con el logo y el slogan corporativo, se publicarán mensajes publicitarios sobre el impacto al medio ambiental y sus ventajas, agregando funciones para interactuar y conocer nuestra empresa por medio de imágenes reales, al final se desplegará un blog con todo el proceso de reciclado de la empresa, desde su recolección hasta el proceso del producto terminado. Esta estrategia expansiva consistirá en dar transparencia por medio de iniciativas de la inclusión social como la participación de los recicladores de la isla y cambios de vida con el fin de transformar comunidades por medio del reciclaje, por medio de esta página alcanzaremos reconocimiento nacional e internacional, podemos medir el impacto que causamos en la sociedad, saber cuántas personas se interesan en nuestro proceso y llegar a establecer relaciones que nos permitan crear alianzas estratégicas.

Una estrategia de marketing tradicional, es la socialización de nuestra actividad de forma personal, acercándonos a los establecimientos comerciales, al aeropuerto y a las playas, creando conciencia y recolectando los artículos reciclables, es dar a conocer nuestra actividad haciendo uso de la estrategia persona a persona y buscando colaboradores que contribuyan a la actividad y de cierta manera también puedan tener beneficios económicos.

Estrategia de Posicionamiento: Una estrategia de marketing digital, haciendo uso de las redes sociales como Instagram, en el que podamos dar a conocer la marca de nuestro proyecto y resaltar las características de nuestro servicio y cuáles son los múltiples beneficios que genera a nivel local, nacional y mundial, por medio de esta red y sus beneficios empresariales, podemos medir el alcance de nuestras publicaciones, interactuar con el público, mostrar el cambio que se está realizando y promover la actividad comercial del reciclaje.

Una estrategia tradicional, es hacer publicidad de nuestra marca, mediante la socialización de nuestro logo y marca, hacernos visibles en los sitios más concurridos de la Isla, las mismas donde queremos desarrollar nuestra actividad, las playas, calles, establecimientos comerciales y el aeropuerto, haciendo publicidad en vayas informativas buscamos llegar a la mente de propios y turistas para que ayuden a reciclar y a no contaminar, para que la Isla siga siendo un atractivo turístico y una fuente de ingreso que mueva la economía local.

Estrategia de Diferenciación: Nuestra estrategia digital de diferenciación, puede ser la automatización de nuestro proceso, tanto de comunicación con los clientes, proveedores y colaboradores, utilizando robots digitales que agilicen el proceso previo a la recolección de los materiales reciclables, un ejemplo concreto puede ser WhatsApp Business, en el que mediante una configuración puede responder de manera inmediata, la redes sociales tienen la opción de una llamado de acción en el que finaliza en un mensaje o una llamada, los factores que nos ayudan a diferenciar pueden ser:

Precio: Utilizando precios variables dependiendo la organización dirigida, debe ser valioso para que represente calidad y las garantías ecológicas.

Distribución: Será especializado con información real y adecuada, minimizando el consumo inapropiado en transporte, almacenamiento y manipulación del producto por medio de las personas y equipo de trabajo de la empresa Reciclar Para Salvar.

Comunicación: Contribuir a crear una imagen con responsabilidad ambiental, para generar credibilidad en el producto que se adquiere estimulando su demanda para garantizar ventas positivas. Todo el material reciclado, será lavado y seleccionado por su área (Botella Plástica, Botella de vidrio, Cartón, Cuadernos, envases metálicos, aluminio, papel periódico, revistas, folletos...) Serán entregados a las empresas que nos van a comprar la materia prima en buen estado y sin material que le haga perder su valor original.

La estrategia tradicional que podemos ofrecer, puede ser capacitación a los recicladores en temas de seguridad, bioseguridad, manejo de residuos y características de material reciclable, mejoramiento del precio de compra, capacitación para asociación colectivamente.

Además, **Social Media:** deberá describir la estrategia y acción desarrollando los

Contenidos a manejar en redes sociales. **(YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter), se**

Debe describir el propósito de cada acción dentro del proyecto de emprendimiento social

Estrategia de Social Media Redes sociales: Diseñar un anuncio en YouTube, crear cuenta de LinkedIn, Facebook y Twitter, con el mensaje de sensibilización ambiental, el objetivo es el de crear una conciencia ecológica para que cuidemos los recursos naturales y comprendamos que existe una relación entre nosotros y la naturaleza, la educación ambiental promueve cambios culturales para establecer conexiones entre la conducta personal.

Logo y Slogan:

Figura 6. Logo



Fuente: Tomado de: <https://www.pinterest.cl/mauriciosandova/logos-reciclaje/>

Descripción del Servicio:

Somos una empresa basada en la recolección y comercialización de material reciclable de la Isla de San Andrés y Providencia, para contrarrestar la contaminación del Departamento y los Mares, al tiempo que generamos oportunidades laborales y una actividad económica, el destino final de este material es ser materia prima para nuevos productos a base de material reciclable, especialmente el plástico.

Vínculos de Contacto con el Prospecto:

Nuestro CMR, permite mantenernos al tanto de cada registro de llamadas con nuestros clientes, el sistema hace apropiadamente su rol para que ningunos de nuestros clientes, sea rechazada su atención de servicio, nuestro cliente potencial lo es Fundación Planet, Teléfono: 322 6198019, página web: <https://www.fundacionplanet.com/>

Correo electrónico: fundacionplanet@hotmail.com

Así hacemos la identificación correcta de nuestro prospecto, para medir los resultados de una manera rápida y global.

Vínculos a las Redes Sociales

Link del vídeo en YouTube: <https://youtu.be/8YJClpJA5XE>

Dentro de este video queremos generar mayor conciencia con el fin de aumentar el volumen de material reciclado y así evitar que las mismas se queden en lugares a cielo abierto y lugares no merecedores, en los rellenos sanitarios o lo peor, que lleguen a ecosistemas hídricos como los océanos, la importancia de reciclar es pensar antes dar un mal uso a nuestros residuos.

Página Web: <https://ramirolozadap.wixsite.com/website>

En nuestra página web, encontramos nuestra página de inicio, donde se observa nuestra información relevante de la empresa, nuestro blog, observamos la historia de la empresa, los

objetivos de la empresa, correo y número de contacto, se observa también nuestra ubicación geográfica, un slogan que nos caracteriza, como empresa dedicada al reciclado de todo tipo de productos, el cual fomenta la sustentabilidad de los procesos y promover el cuidado del medio ambiente, nuestra página web está diseñada con el fin de dar publicidad a nuestra empresa, así mismo ser reconocida online, donde también se hace notar la presencia de nuestra empresa en las redes sociales como, Twitter, Facebook, YouTube y LinkedIn, nuestra página web cuenta con un toque de colores e imágenes adecuadas y alusivas a nuestro servicio a ofrecer como empresa.

Redes sociales

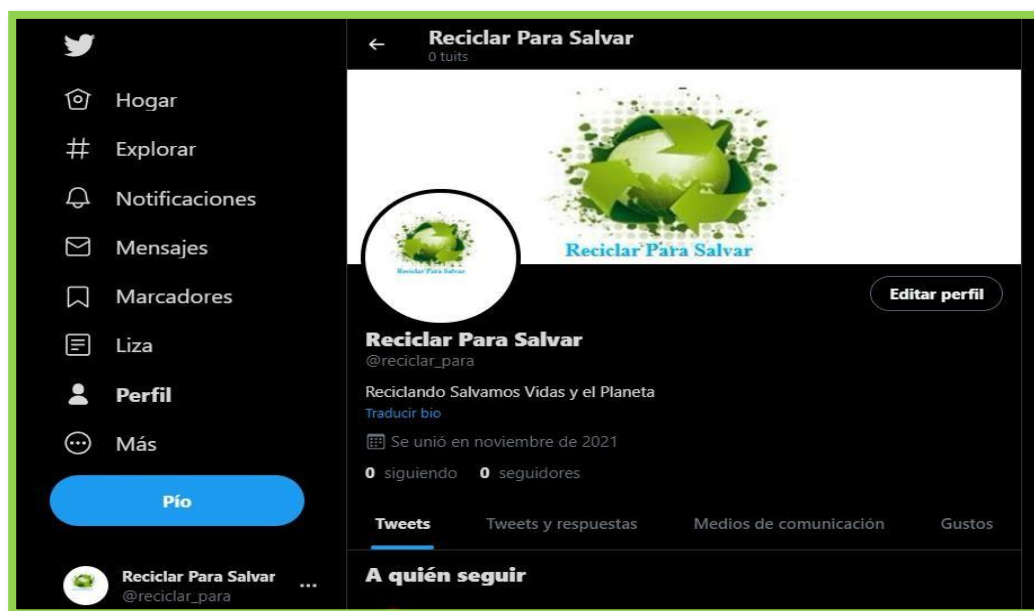
Twitter:

Cuenta oficial del proyecto: @Reciclar_Para

Por medio de la esta red social, compartiremos mensajes en pro de reciclaje, del medio ambiente y nos permite interactuar con el público en general.

Figura 7.

Captura de la Cuenta oficial del proyecto: @Reciclar_Para

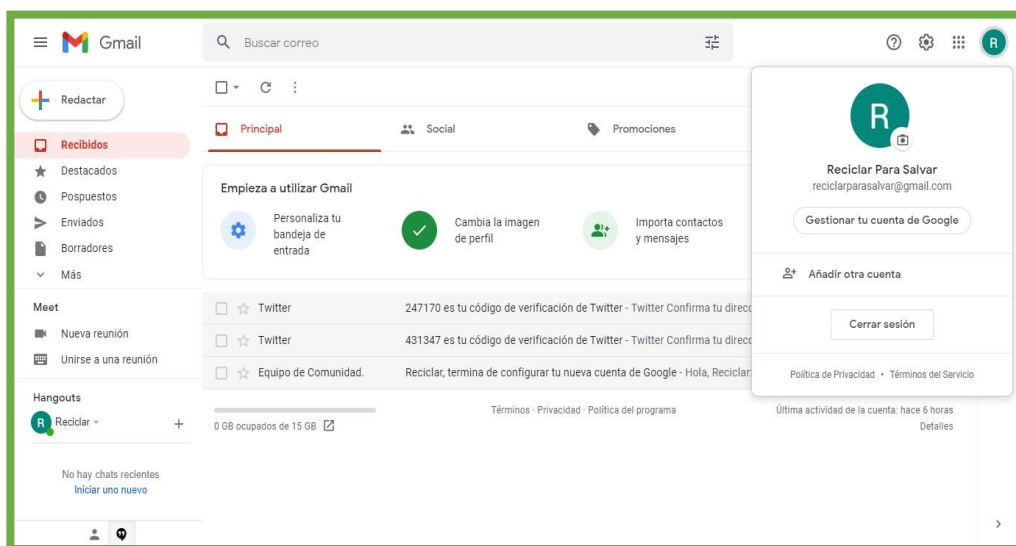


Correo Electrónico Oficial: reciclarparasalvar@gmail.com

Contraseña: Reciclar2021

Figura 8.

Captura Correo Electrónico Oficial: reciclarparasalvar@gmail.com



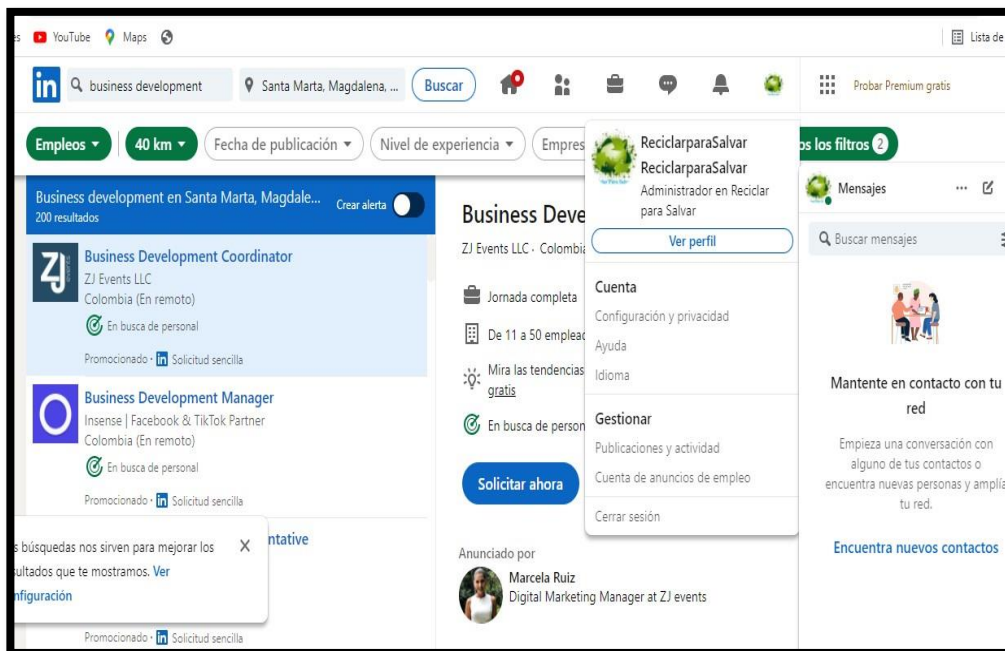
LinkedIn

Correo Electrónico Oficial de cuenta LinkedIn: reciclarparasalvar@gmail.com

Contraseña: Reciclar2021

Figura 9.

Capture Correo Electrónico Oficial de cuenta LinkedIn: reciclarparasalvar@gmail.com



Facebook

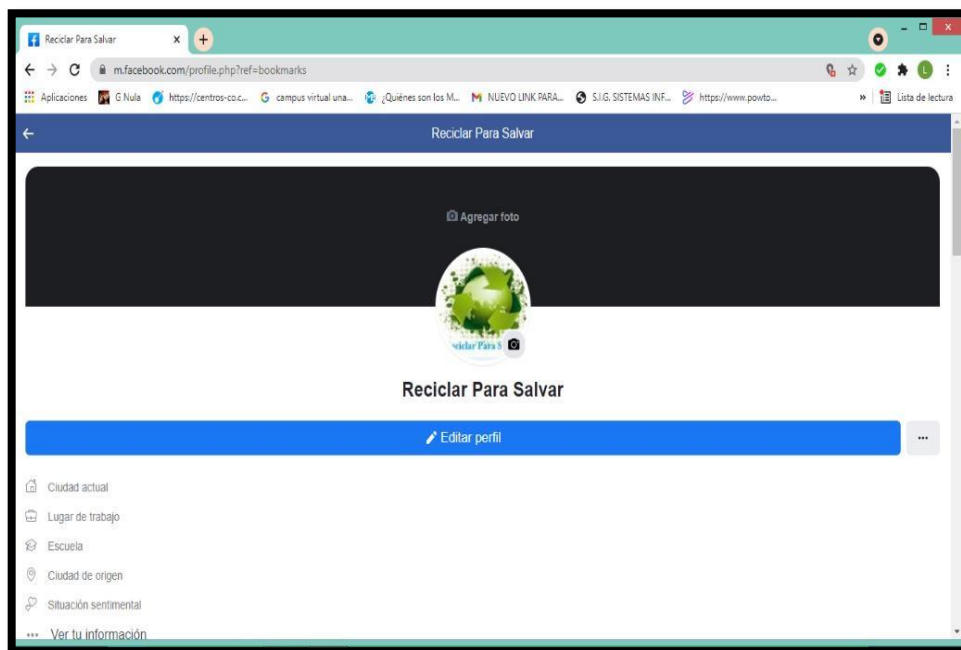
Esta página es creada con el objetivo de tener una interacción directa con nuestros clientes y público en general, será útil para compartir contenidos, noticias y mensajes para concientizar a la comunidad sobre la importancia de reciclar para salvar nuestro planeta.

Correo: reciclarparasalvar@gmail.com

Contraseña: Reciclar2021

Figura 10.

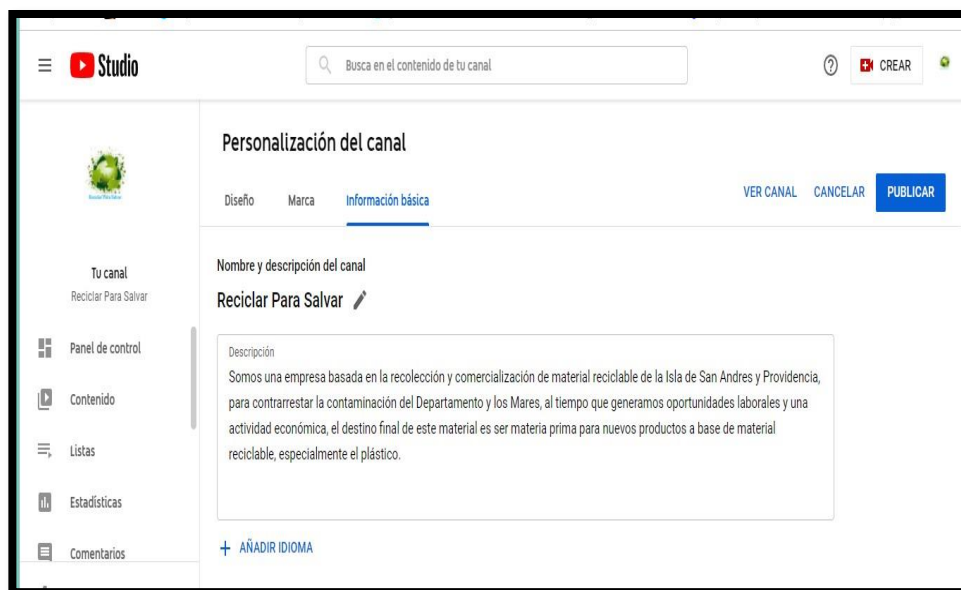
Capture de la página de Facebook



Canal de YouTube: Nuestro canal será útil para compartir videos y contenidos como charlas, capacitaciones de nuestro emprendimiento con el público en general, socializar todas las actividades Realizadas que sean de interés social y comunitario.

Figura 11.

Capture del canal de YouTube



Link del Canal: Reciclar para Salvar

<https://www.youtube.com/channel/UC32-NK-gv6O1KyPJ7esjYOA>

Proyección Operativa y Financiera

Tabla 1.

Instalaciones

	Infraestructura	Costo de área
Bodega		\$ 3.000.000
Área de producción Construida y dividida en oficinas		\$ 700.000
Total		\$3.700.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2.

Equipos

Maquina	Cantidad	Descripción	Costo
Maquina Compactadora	1	Maquina compactadora de cartón y pet	\$16.000.000
Bascula Eléctrica Industrial	1	Máquina de pesaje 500 KG máximo	\$550.000
Estibas Plásticas	40	Soporte para Almacenamiento	\$600.000
Total			\$17.150.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.*Equipos de Oficina*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador	1	\$1.400.000	\$1.400.000
Escritorio	1	\$400.000	\$400.000
Impresora	1	\$800.000	\$800.000
Silla Para Escritorio	1	\$250.000	\$250.000
Punto Ecológico	2	\$180.000	\$360.000
Total			\$3.210.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.*Servicios Públicos*

Servicio publico	Total
Acueducto y alcantarillado	\$1.400.000
Energía	\$1.600.000
Internet y teléfono	\$116.000
Gas natural	\$55.000
Total	\$3.171.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.*Personal*

Cargo	Cantidad	Sueldo	Valor total
Gerente o representante legal	1	\$2.600.000	\$2.600.000
Asesor financiero y contable	1	\$1.200.000	\$1.200.000
Secretaria	1	\$910.000	\$910.000
Servicios generales	1	\$910.000	\$910.000
Operador de reciclaje	4	\$910.000	\$3.640.000
Total			\$9.260.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.*Precio de Compra*

Materiales	Cantidad Requerida de materiales Mensual kg	Precio de Compra por kg	Costo mensual De compra
Papel y cartón	35.600	150	5.340.000
Vidrio	70.000	60	4.200.000
Plástico	40.000	300	12.000.000
Metales	40.000	1500	60.000.000
Total, costos de mercancías		\$	81.540.000

Fuente: Elaboración propia

Figura 7.*Resultado de la Venta*

Materiales a comercializar	Cantidad Requerida De materiales Mensual kg	Precio de Compra	Cantidad Producida al mes En kg	Precio De Venta kg	Resultado De la Venta
Papel y cartón	35.600	\$150	33.000	\$330	\$10.890.000
Vidrió	70.000	\$60	69.800	\$100	\$6.980.000
Plástico	40.000	\$300	38.000	\$500	\$19.000.000
Metales	40.000	\$1.500	39.000	\$2.500	\$97.500.000
Total, ingreso por venta mensual					134.370.000

Fuente: Elaboración propia

Figura 12.

Producto Final Compactado y listo para la venta. Cada bloque compactado pesa 1.000 kg para un total de 5 toneladas mensuales



Fuente: tomada de:

<https://previews.123rf.com/images/jvdwolf/jvdwolf1709/jvdwolf170900358/87478471-compacted-recyclable-plastic-waste-at-a-recycling-plant-.jpg?ff=1>

Tabla 8.

Aportes de los socios

Socios	Aportes
José Martín Cobas	30,000,000
Yefri Antonio Espitia	40,000,000
Jair Elías cervantes	20,000,000
Ramiro Lozada	30,000,000
Lineth Muñoz	30,000,000
Total, aportes de los socios	\$150,000,000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9.

Capital De Trabajo

Descripción	Cantidad	Valor total	Valor mensual
Prestamos	1	\$30.000.000	\$1.700.000
Pagos empleados	8	\$9.260.000	\$9.260.000
Pago de servicios públicos	4	\$3.171.000	\$3.171.000
Arriendo bodega	1	\$3.000.000	\$3.000.000
Caja menor	1	\$3.000.000	\$3.000.000
Alquiler de transporte	2	\$25.000.000	\$25.000.000
Total, gastos mensuales			\$45.131.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10.

Costos Estrategias de Mercadeo

Estrategias	Tipo	Nombre	Valor
Comunicación	Digital	Página Web	\$500.000
	Tradicional	Persona a Persona	\$2'000.000
Posicionamiento	Digital	Redes Sociales	\$500.000
	Tradicional	Publicidad Impresa	\$1.500.000
Diferenciación	Digital	Automatización de Procesos	\$200.000
	Tradicional	Capacitación	\$2'000.000
Total			\$7'200.000

Fuente: Elaboración propia

Figura 11. Proyección de Costos y Utilidad a Tres Años

Año	Costo anual de compra, total	Ingresos anual venta	Utilidad de la Venta menos el costo de compra anual
1 año	978.480.000	1.612.440.000	633.960.000
2 años	1.956.960.000	3.224.880.000	1.267.920.000
3 años	2.935.440.000	4.837.320.000	1.901.880.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12.*Resultados Financieros*

Estado de Resultados	
Ingresos	Reciclar para Salvar
01 de noviembre a corte 30 de Noviembre de 2021	
Ventas x mayor	\$134.370.000
Ingresos Brutos	\$134.370.000
Costos de ventas	- \$81.540.000
Costo de Mercancías	\$81.540.000
	-
Gastos	\$47.631.000
Salarios de empleados	\$9.260.000
Servicios públicos	\$3.171.000
Arriendo de Bodegas	\$ 3,000,000
Alquiler de Transporte	\$ 25,000,000
Otros costos	\$ 7,200,000
Total, gastos	\$47.631.000
Utilidad Operacional al mes	\$5.199.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13.*Balance General*

Balance general	
Activos	Reciclar para salvar
01 de noviembre a corte 30 de noviembre de 2021	
Activos corrientes	\$153.000.000
Caja	\$3.000.000
Banco	\$150.000.000
Activos no corrientes	\$24.060.000
Bodega	\$3.700.000
Equipo de computo	\$1.400.000
Muebles y enseres	\$1.810.000
Maquinaria y equipo	\$17.150.000
Total, activos	\$177.060.000
Pasivos	
Obligaciones financieras	\$30.000.000
Total, pasivos	\$30.000.000
Activo - pasivos	\$147.060.000
Patrimonio	

Capital social	\$150.000.000	
Utilidad del mes	\$5.199.000	
Total	\$155.199.000	
Patrimonio		\$155.199.000

Fuente: Elaboración propia

El Estado de resultados refleja una utilidad neta mensual de \$ 5, 199,000 a favor de la empresa, que proyectada a un año nos da una utilidad de \$ 62, 388,000, y así sucesivamente calculamos a 3 años y nos da utilidad de \$ 187, 164,000 de utilidad neta, lo que determina la rentabilidad del negocio, de esta manera obtuvimos un porcentaje de incremento en nuestro patrimonio lo que quiere decir que la empresa es viable y no se pondría en riesgo alguno.

Conclusión

De acuerdo a la necesidad o problemática identificada en la Isla de San Andrés y Providencia, relacionada con la alta contaminación en el departamento, se crea la oportunidad de un proyecto de emprendimiento consistente en la recopilación de material sólido reciclable, para posteriormente comercializarlo a gran escala con entidades o fundaciones que se encargan de comprar material reciclado para posteriormente procesarlo y elaborar nuevos productos o comercializarlo con entidades que los elaboran, pero para llevar a cabo el proyecto de emprendimiento es necesario tener en cuenta algunos pasos, los cuales hemos descrito y definido ampliamente en el desarrollo del presente documento, empezando por el planteamiento del problema y la oportunidad identificada, pasando por la innovación social, que nos permita sobresalir en el mercado competitivo, también fue necesario diseñar un modelo de Design Thinking, en el que evaluamos la viabilidad del proyecto, posteriormente diseñar estrategias de mercadeo, que nos ayuden a impulsar el proyecto de emprendimiento y finalmente realizar la proyección operativa u financiera, que nos permita saber cómo y con qué recursos vamos a desarrollar el proyecto, con todo concluimos que es necesario realizar una planeación desde diferentes perspectivas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento, con una buena organización podemos desarrollar muchos proyectos en diferentes áreas que generen beneficios sociales, ambientales y económicos.

Referencia bibliográfica

Alcaldía de Medellín & COMFAMA. (2012). Revisión conceptual sobre emprendimiento social. En Empresas sociales (P 3-29). Recuperado de

https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi_n_conceptual_sobre_el_empre

Camacho, L. D. (2020). Empresas sociales. Recuperado de

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>

Curto Grau, Marta (2012) Los emprendedores sociales. Innovación al servicio del cambio.

Recuperado de <http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/>

De Barrera Ernesto. La empresa social y su responsabilidad social. Revista Innovar. No. 30, abril 2007. ISSN: 0121-5051. Recuperado de

<http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v17n30/v17n30a05.pdf>

Domanski, D. (Ed.), Monge, N. (Ed.) y Quitiaquez, G. (Ed.). (2016). Innovación social en Latinoamérica (capítulo 1 y 5). Corporación Universitaria Minuto de Dios.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/126053>

El universal, residuos sin tratar ahogan a San Andrés, recuperado de:

<https://www.eluniversal.com.co/regional/san-andres/residuos-sin-tratar-ahogan-a-san-andres-FH2393896>

Intuición, acción, creación, edited by Ellen Lupton, Editorial Gustavo Gili, 2012. ProQuest Ebook Central. Recuperado de

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/44577>

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

- Kerestegian S. (2017). Dias Norticos 2017: Design Thinking. (Video) Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-5IVg83w
- Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI UNIDAD 2 Innovación Social. [Archivo de video].
Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10596/21688>
- Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking.
[Archivo de video]. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10596/21685>
- 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>
- Mejía Martínez, A. (28,06,2017). OVI Unidad dos. El emprendimiento social. [Archivo de video]. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10596/12450>
- Merino de Diego. El emprendimiento social: un territorio de aprendizaje para la superación de un modelo en crisis. Revista ICADE. N° 91, págs. 173-199, Enero -abril de 2014.
ISSN: 1889-7045. Repositorio de <http://hdl.handle.net/11531/20217>
- Merodio, J. (2010) Marketing en Redes Sociales: Mensajes de empresa para gente selectiva (P. 59-66). Recuperado de <https://www.juanmerodio.com/marketing-en-redes-sociales-mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva/>
- Meza Orozco, J. de J. (2010). Evaluación financiera de proyectos (pp.113-145). Vol. 2. ed. Ecoe ediciones. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=478467&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Moshini, S. (2012). Claves del marketing Digital (P. 9-15). Recuperado de <https://docero.com.br/doc/n5sxxce->

Pablo, J. D., & Uribe, J. (2017). Experiencias de emprendimiento social en iberoamérica.

Recuperado de

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/44577>

Pérez, S. G. (2016). Diseño de proyectos sociales: Aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación (pp.31-100). Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.5102422&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Portafolio, (15,02,2020), Las basura ahogan la isla de San Andrés, recuperado de:

<https://www.portafolio.co/economia/un-mar-de-basura-ahoga-a-la-isla-de-san-andres-538142>

Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010). Marketing para emprendedores. Bogotá DC, Colombia:

Ecoe Ediciones. Recuperado de

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/69144>

Vergara, C. N. (2012). Marketing y comercialización internacional (pp.172-220). Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547450&lang=es&site=eds-live&scope=site>