

APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE MAPA DE NEGOCIOS.
DESARROLLO, IDEA DE NEGOCIO PARA PRODUCTOS ARQUITECTÓNICOS
INNOVADORES Y SOSTENIBLES, A PARTIR DE LA REUTILIZACIÓN DE RESIDUOS
SOLIDOS.

JESSICA PAOLA TELLEZ JARA



UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA

FACULTAD DE POSGRADOS

ESPECIALIZACION EN GERENCIA

BOGOTA

30 DE MARZO DEL 2019

**Aplicación de la Metodología, Mapa de Negocios.
Desarrollo, Idea de Negocio para Productos Arquitectónicos Innovadores y
Sostenibles, a partir de la Reutilización de Residuos Sólidos**

Jessica Paola Téllez Jara

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de
Especialista en Gerencia**

Paola Marcela Reyes Rodríguez

Tutora de Investigación



Universidad La Gran Colombia

Facultad de Posgrados

Especialización en Gerencia

Bogotá

Dedicatoria

Dedicado de manera especial a mi familia, Mis Padres y mi Hermano como la base Fundamental para mi desarrollo personal y Profesional, pues son de quienes adquiero mis Virtudes y Fortalezas en el ambiente y cariño de hogar.

De manera atenta agradezco a mis tías por el apoyo, pues son mujeres ejemplo a seguir, con su modelo de Vida, a mis primos como los compañeros de vida, y como futuros profesionales, pues fueron fuente de apoyo e inspiración desde la cuna del hogar, y a mis abuelos por su fortaleza inquebrantable y visionaria para mis familias.

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad la Gran Colombia, por prestar el conocimiento por parte de mis profesores de especialización quienes abrieron un mundo de enseñanzas y posibilidades; y por las herramientas necesarias para realizar este material de Investigación al fortalecer las competencias como instrumento generador de ideas para implementar y transformar la sociedad por medio de la Educación.

Tabla de contenido

Resumen 10

Abstract 11

 Keywords:..... **¡Error! Marcador no definido.**

Introducción 12

1 Objetivo 22

 1.1 Objetivo General 22

 1.2 Objetivos Específicos 22

2 Marcos 23

 2.1 Marco Conceptual 23

2 Marco Legal 29

 2.2.1 Constitución política de Colombia 29

 2.2.2 Código de comercio de Colombia 30

 2.2.3 Ley 90 del 1990 30

3 Aspectos Metodológicos..... 32

 3.1 Recopilación de Productos Intelectuales: 32

 3.2 Salida de campo: 32

 3.3 Entrevistas: 34

4 Capítulo 1 Mapa de Negocios. 35

 4.1 Ruta Estratégica: 36

4.1.1 Plan Estratégico:.....	36
4.1.2 Filosofía Empresarial:	37
4.2 Estratégica de Innovación:	38
4.2.1 Segmentación:.....	¡Error! Marcador no definido.
4.3 Análisis de Segmento	40
4.4 Herramientas de Venta:	41
4.4.1 Canales:	42
4.4.2 Relación con Clientes:	42
4.5 Optimización de Recursos:.....	42
4.5.1 Recursos Materiales	43
4.5.2 Recursos Humanos:.....	43
4.6 Estructura Económica y Legal:	44
4.7 Fidelización de Clientes:.....	44
5 Capítulo 2 Enfoque Metodológico	45
5.1 Tabla de Metodología	46
5.2 Tipo de Investigación	46
5.3 Población Objetivo	46
5.4 Modelo de Encuesta.....	47
5.5 Análisis de Encuesta	48
5.6 Conclusión de Metodología	50

6	Capítulo 3 Mapa de Neocios Aplicado	52
7	Conclusiones	53
	Lista de Referencia o Bibliografía	55

Lista de Tablas

Tabla 1 Tabla de Metodología, Fuente, Elaboración Propia.....46

Lista de Figuras

Figura 1 PIB Per Capital 200-2016.....	12
Figura 2 Actividad Económica Empresas Bogota.2016.....	19
Figura 3 Mapa de Negocios, Según lo estructura (Gonzalez.2016)	35
Figura 4 Formato de Encuesta sobre Investigación de Mapa de Negocios.....	47
Figura 5 Grafica pregunta 1.....	48
Figura 6 Grafica pregunta 2.....	48
Figura 7 Grafica pregunta 3.....	49
Figura 8 Grafica pregunta 1.....	49
Figura 9 Grafica pregunta 1.....	50
Figura 10 Conclusiones Análisis de Mercado.....	51
Figura 11 Mapa de Negocios para Ideas de Negocios que generan productos Arquitectónicos Innovadores y sostenibles a partir de la reutilización de Residuos Sólidos.....	52

Resumen

Dada la importancia de integrar una correcta gestión de residuos sólidos como una oportunidad para el sistema económico del país, se empleó la metodología de mapa de negocios como una herramienta para una aproximación de la visión holística, previas a modelos o planes de negocio dirigido a las organizaciones interesadas en el emprendimiento y desarrollo de ideas de negocios basadas en la reutilización y transformación de residuos sólidos, para ellos se emplearon metodologías de investigación con el fin de hacer un estudio de mercado de productos arquitectónicos innovadores y sostenibles a partir de estos materiales, en donde se identificó un perfil de cliente, se analizaron las dinámicas de la población con respecto a la manipulación y gestión que se estos y se desarrolló el mapa de negocios para estas ideas que generan productos arquitectónicos innovadores y sostenibles a partir de la reutilización de residuos sólidos.

Palabras claves: Mapa de negocios, Idea de Negocio, Emprendimiento, Residuos Sólidos, Arquitectura, Innovación, Sostenibilidad

Abstract

Given the importance of integrating proper solid waste management as an opportunity for the country's economic system, the business map methodology was used as a tool to approach the holistic vision, prior to models or business plans aimed at organizations interested in entrepreneurship and development of business ideas based on the reuse and transformation of solid waste, they used research methodologies in order to make a market study of innovative and sustainable architectural products from these materials, where a client profile was identified, the dynamics of the population were analyzed with respect to the manipulation and management of these and the business map was developed for these business ideas.

Keywords: Business Map, Business Idea, Entrepreneurship, Solid Waste, Architecture, Innovation, Sustainability

Introducción

El mercado de la arquitectura y la construcción en Colombia adquiere gran importancia, pues de este depende gran porcentaje de la Economía y de la Fluctuación de dinero en el país, pues en el PIB (Producto Interno Bruto), la construcción, incluye la actividad edificadora y las obras civiles, superan la industria manufacturera, el comercio y el transporte; es por esto que esta actividad económica representa gran importancia para la sociedad, ya que genera dinero, oportunidad de empleo y desarrollo y demás cadenas productivas para el país al generar mejores condiciones en la calidad de vida de la población, abriendo una gran puerta para generar negocios como se evidencia.

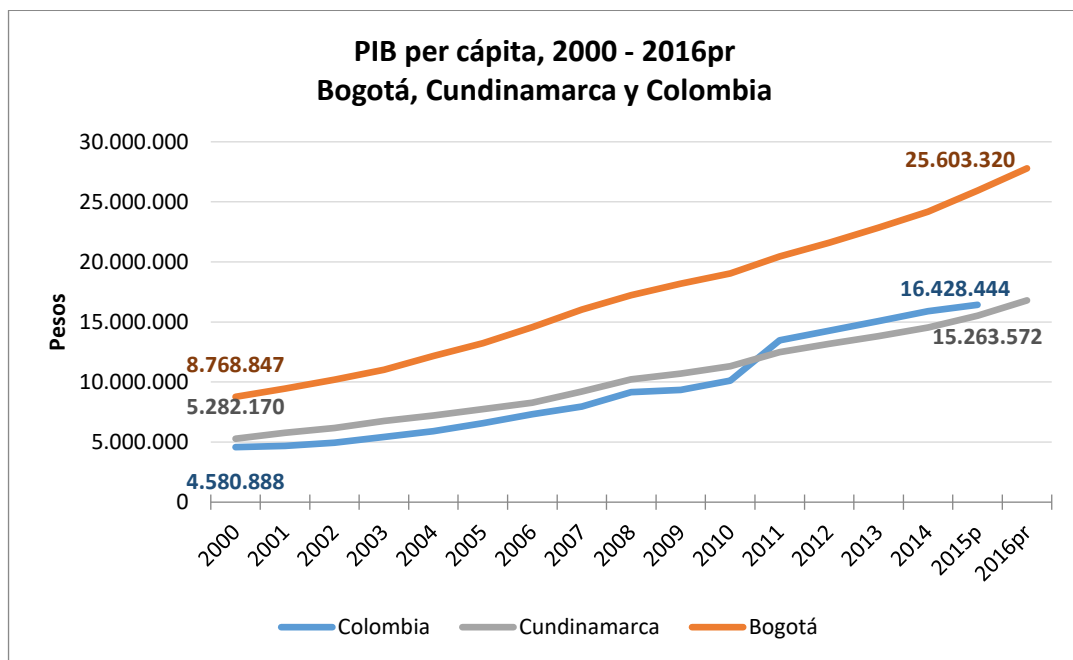


Figura 1, PIB Per Capital 200-2016, **Fuente:** Dirección de Gestión de Conocimiento, CCB con base en el Registro mercantil, Cámara de Comercio de Bogotá, 2016.

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/20430>

El sector de la construcción integrado la Arquitectura e ingeniería están siendo muy inherente a la responsabilidad social y medioambiental que conllevan la ejecución de sus

actividades, resultando un poco desalentador las consecuencias de tantas problemáticas que se vienen presentando, dejando una gigantesca huella ecológica.

Como consecuencia de múltiples reflexiones que competen ser solucionadas y como oportunidad económica, surge como una posible solución a las tantas debilidades de estas actividades, ver una oportunidad de generar un plan de viabilidad que genere negocios que permitan interactuar y cambiar a un tipo de empresas que sean un poco más conscientes y responsable con la sociedad y el ambiente, obedeciendo a los cambios de mundo actual.

Es por esto, que se emplearan las nuevas formas de generación de economía, como lo titula Gunter Pauli, en La Economía azul, siendo este la evolución de los nuevos modelos de producción que se adaptan y atienden a la evolución que necesitamos. Este modelo económico, regido por la innovación y la creatividad, se basan en el análisis detallado y meticuloso de la perfecta y equilibrada solución que se les da a todos los desechos generados, pero que vuelven a ser parte de procesos cíclicos como nos lo enseña la naturaleza en los ecosistemas.

Con diversos análisis y estudios que se pueden desarrollar con los residuos sólidos, se pueden llevar a cabo avances y soluciones con estos materiales; con el cambio de forma, con la transformación en su diseño, generando alteración en sus composiciones y modificando su uso; se pueden desarrollar diversas finalidades que cambian el concepto de “desecho” a “materias primas” para la idea y generación de nuevas empresas del siglo XXI basadas en desarrollo económico innovadores, creativos y sostenibles.

Esta iniciativa y con la colaboración de diversos sectores privados con recursos e iniciativas propias; como el sector públicos quien aportan la Ley 1834 de 2017 por medio de la cual se fomenta la economía creativa en el país, impulsando el emprendimiento en tecnología e Industrias artísticas, científicas y de comunicación, que promuevan el patrimonio cultural de la

nación, por medio de proyectos que se lleven a cabo en estos campos, que en estos días resultan siendo inversión para el desarrollo Global y que para la economía Colombiana, representa un tres por ciento del PIB creciendo como un motor para la generación de empleos, con inclusión social y sostenibilidad que pueden abrir brechas de modernización para la gestión económica y financiera de las empresas, que repercuten en la población cambiando los valores que conciben la evolución y el progreso mejorando la calidad de vida del ser humano.

PROBLEMÁTICA

Bogotá por ser la capital de Colombia tiene potencialidades económicas, sociales, educativas y de oportunidades, por lo que es un atractivo para recibir y acoger cada día más población colombiana, y el ritmo de crecimiento de la población en Bogotá, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE 2010) se prevé que en los próximos 10 años el número de habitantes aumentará en 900 mil personas. Este fenómeno conlleva a que la demanda de espacios para habitar sea cada vez más alta y contraiga así más fenómenos en el hábitat del hombre que desencadenan problemáticas como la producción de residuos sólidos generados por las actividades humanas sin conciencia ambiental.

Habitar un espacio es una necesidad de todo ser viviente, lo que cambia es la manera en que se habita y cómo se transforma dicho espacio. La especie humana transforma su ambiente interno y externo para la búsqueda de un equilibrio, personal o en conjunto.

Desde que el ser humano tiene conciencia, el habitar un espacio interior ha sido la necesidad de resguardo y de las actividades diarias que realiza para la supervivencia; disciplinas como la arquitectura desde Vitruvio siglo I a.C. son las encargadas del diseño adecuado de estos espacios pero hoy en día en la práctica se ha olvidado la funcionalidad y la estética de dicho espacio, como se ha aprendido en la academia, promueven más los intereses individuales dando resultados arquitectónicos inadecuados afectando el bienestar psicológico-emocional y eficiencia en las actividades humanas en el interior de un espacio, pues son espacios no funcionales (dimensiones inadecuadas para la realización de la actividad), ni estéticos que tienen como consecuencias problemas de habitabilidad y vitalidad que con el paso del tiempo altera la convivencia entre personas que hacen parte de una estructura.

Todo lo anterior tiene como consecuencia una afectación de la calidad de vida, que es compleja pues tiene varios enfoques teóricos. Uno de ellos es la teoría del bienestar y este se ve afectado por la experiencia de vida en determinados aspectos del ser humano, como las condiciones de vida, estilos de vida, y uno muy importante: los medios de vida, que hace referencia al ambiente natural y al espacio en que se desenvuelve el ser humano sea un espacio interior o exterior.

Entonces la arquitectura va más allá de un análisis arquitectónico, bioclimático o constructivo. También es importante el análisis psicosocial, pues en espacios empresariales, en viviendas o lugares en donde las personas permanecen la mayoría de su tiempo, cuando no están adecuadamente diseñados, se suceden episodios que comprometen la convivencia sana de dicho lugar.

La relación entre las necesidades y espacio más allá de una tipología arquitectónica es el complemento entre: Espíritu-Estético, Social-Simbólico, Biológico-Bioclimático y el Físico-Antropométrico, los cuales en la ciudad de Bogotá no se cumplen en conjunto por la demanda de suelo, los intereses individuales anterior dicho y la falta de compromiso por el bienestar humano.

Según datos del (Ministerio de Vivienda 2010), en Colombia se desecharon 30 mil toneladas de desechos al día, y solo se recicla un 13% y que en el 2016 aumentó a un 17%. Comparado con Suecia, que recicla el 96%, favorece a 4 millones de hogares, el porcentaje de reciclaje en Colombia, en contraste con Suecia, es demasiado bajo. Bogotá con datos de desechos como el vidrio 80,11 toneladas, cartón y papel 686,2 toneladas, chatarra 975.0

toneladas y plástico 218.6 toneladas, un total al día de 1959,8 toneladas y anual 715.334,0 toneladas.

Dadas las condiciones anteriores, la utilización de residuos sólidos no aprovechables genera problemáticas ambientales, como la tala de árboles para la elaboración del papel, pues cada hora se talan 14 hectáreas de bosque en el país, aproximadamente 120.000 hectáreas de cobertura boscosa colombiana, según el director del (IDEAM 2016), contaminación del suelo, del aire y del agua.

Dichas problemáticas, además de tener una alta demanda y terribles consecuencias que desencadenan, se encuentran en un sector muy desatendido en el mercado, pues no existen empresas que brinden soluciones integrales con propuestas de valor, que resuelvan y generen soluciones en la demanda del espacio por medio de un diseño, su funcionalidad, su estética y armonía, y que además tenga conciencia de la responsabilidad ambiental y social

En la actualidad siguen existiendo empresas en la industria de la construcción y la arquitectura sin conciencia de la responsabilidad que contrae el ejercicio de sus actividades, y peor aún, no se está aplicando reglamentos para mitigar el impacto de estas. Pues además de traer una gran huella ecológica la ejecución de estas ejecuciones, también se está alterando el contexto social al cambiar las dinámicas del territorio.

En el mercado pocas empresas, contribuyen activa y voluntariamente a contribuir a la sociedad para mejorar la calidad de vida por medio de actividades que integren

participativamente a la sociedad, sino que, por el contrario, cada vez son más ajenas a estas iniciativas, pues solo buscan intereses que lucren su economía.

Aunque aún sea difícil de entender, la correcta gestión y aprovechamiento de esta materia, podría verse como una oportunidad para el país porque su correcta manipulación, evita la saturación de los rellenos sanitarios, genera empleo para 300.000 familias colombianas y puede generar emprendimientos desde \$354.000.000 anuales ya que este material equivale al 50% de la producción en la Industria según la (Asociación Nacional de Industriales y la Asociación Nacional de Recicladores de Bogota,2010)

Basados en la oportunidad de la correcta gestión de los residuos sólidos que se generan en Bogotá y en el estudio de mercado del Sector.

¿Se puede crear un mapa de Negocios con visión para generar Ideas de Negocios innovadoras, para la Industria de la Arquitectura, dando valor agregado, al implementar y reutilizar residuos sólidos?

JUSTIFICACIÓN

Según Confecámaras basado en la información del Registro Único Empresarial y Social (RUES, 2016) entre enero y septiembre:

"En el país se han creado 243.093 empresas. De este total de empresas, 59.626 son sociedades, mientras que 183.467 son registros de personas naturales. La cifra representa un 14,9 % frente a los primeros nueve meses del 2015. La mayor concentración de nuevas empresas se encuentra en comercio, alojamiento y servicios de comida, industria manufacturera, actividades profesionales y científicas, y construcción."

Así pues, se evidencia un creciente aumento anual en emprendiendo y creaciones de empresas y el carácter económico de las mismas mostrando que si es de gran importancia estas iniciativas e ideas de negocio que en su ejercicio activan economía de las sociedades, como se evidencia:

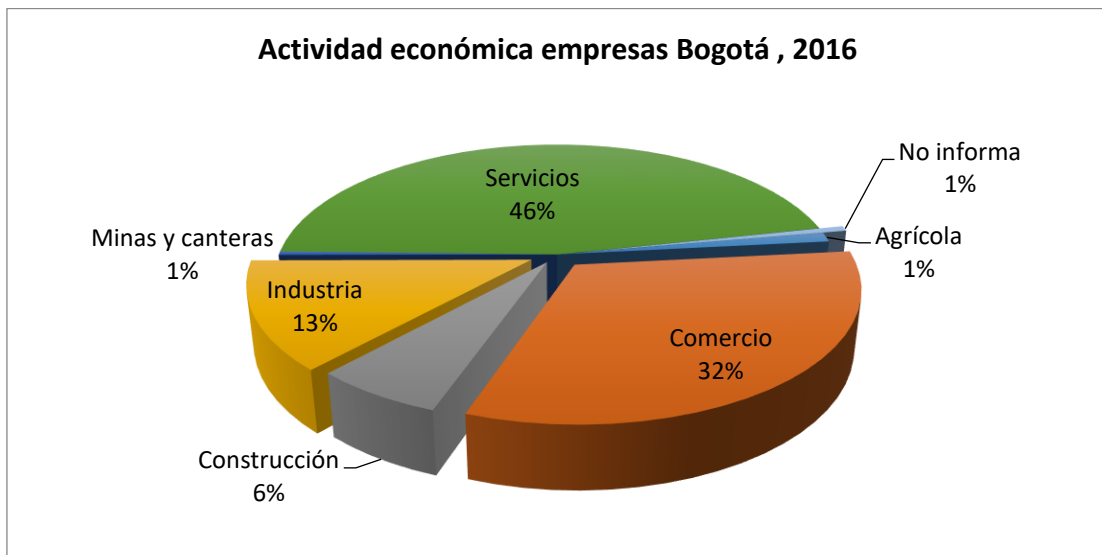


Figura 2, Actividad Económica Empresas Bogota.2016, **Fuente:** Dirección de Gestión de Conocimiento, CCB con base en el Registro mercantil, Cámara de Comercio de Bogotá, 2016. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/20430>

Las Actividades Económicas en Bogotá están sectorizadas y así mismo, como se evidencia en la gráfica, cuentan con un porcentaje diverso y varia para cada una de ellas; en el sector de la industria y la construcción , se evidencia una suma del 19% de la totalidad de la economía, mostrando así que ni el 20% de esas actividades económicas está enfocado y fortalecido en Bogotá, es por ello que se direcciona esta investigación, como una oportunidad para el sector del emprendimiento para y la económica de la Industria y la construcción

De este modo esta propuesta emplea, la oportunidad de crear un plan de negocio, que busca dar respuesta a las problemáticas que se presenta actualmente debido a la falta emprendimientos en la ciudad de Bogotá, y todas las que trae consigo la mala ejecución de las disciplinas generado, mala habitabilidad y afectaciones en el bienestar psicológico-emocional de los ciudadanos en sus hogares y sus modelos de vida, alterando su comportamiento o desempeño laboral, también da una solución al aumento de residuos sólidos. Para este Idea de negocio es pertinente unir varios conocimientos de disciplinas como la gerencia, la arquitectura, el diseño y la sostenibilidad para la creación de una nueva oportunidad de negocio.

Los residuos sólidos especialmente los inorgánicos como el papel, vidrio, plástico y las llantas, nos dan una oportunidad redituable económicamente de reciclarlos que hacer su fabricación desde cero. Entonces integrar el reciclaje al plan de negocio de asesoría de diseño, arquitectura es una ventaja competitiva en el mercado porque es bajo el porcentaje de empresas que cuentan con la gestión de estos desechos, sería una propuesta innovadora para la creación de empresas constituida que relaciona estas disciplinas.

La importancia de reciclar se ha vuelto un tema apetecible para la economía de los países extranjeros, así que generará posicionamiento a Colombia frente a estos países, incrementa los índices de reciclaje y su recuperación en la cadena de valor

Este proyecto será líder a través de la innovación en los productos arquitectónico es una de las estrategias de mercado, hoy en día los clientes son cada vez más exigentes en la selección de los productos, el captar sus necesidades individuales y personalizadas es la actividad a la que se dedicara, es por esto, que para mejorar la calidad de nuestros servicios usaremos una metodología que busca ser eficiente al resolver las necesidades de los usuarios

El Design Thinking es la forma en la que se crean productos innovadores basándose en el comportamiento del mercado, en ver qué necesidad quieres suplir la población y para que, estrechando una relación con el fin de descubrir al observar y analizar los pasos para el desarrollo de su producción o prestación de servicios.

También sensibilizar al consumidor frente a los beneficios del consumo de los productos elaborados con materiales reciclados, hará entender a la población para que tomen conciencia y generan una contribución con el impacto medioambiental del planeta y así lograr brindar una importancia al reciclar. De esta forma este plan de negocio marcará una diferencia, pues no solo se prestará una idea, sino que también tendrá un compromiso ambiental y social al formalizar el trabajo en Bogotá.

1 Objetivos:

1.1 Objetivo General

Aplicar la metodología de mapa de negocios para el desarrollo de emprendimientos o idea de negocios que generen productos arquitectónicos innovadores y sostenibles, a partir de la reutilización de residuos sólidos

1.2 Objetivos Específicos

- Explorar la literatura de mapa de Negocios direccionadas a la industria de la arquitectura, para transformar residuos sólidos, apoyándose en herramientas que mejoren y den un valor agregado a la propuesta.
- Recolección de la información cualitativa y cuantitativa con relación al estudio de mercado de productos arquitectónicos con materiales reciclados, a través de instrumentos de investigación.
- Desarrollar un Mapa de negocios para ideas que generen productos arquitectónicos innovadores y sostenibles a partir de la reutilización de residuos sólidos.

2 Marcos

2.1 Marco Conceptual

El Mapa de negocios es una herramienta que traza objetivos para que las personas o clientes entiendan un producto o servicio, y el diagrama de actividades pertinente para las organizaciones dependiendo de su misión y visión. Mediante un esquema de lo general a lo particular se hace un acercamiento a una visión holística de la idea de negocios, reflejando los procesos para dichas estructuras según la implementación de la disciplina (Gestión de procesos de negocio 1990)

Según Robbins (2015), quien implemento el este concepto en su libro, Money, the master of the game , como el dominio de las siete fuerzas de los negocios, como la clave para gestionar los negocios, que estos crezcan y llegar al éxito, incluso mejorando sus áreas simultáneamente para ser competitivos, esto se generan de una forma más entendible y empática para desarrollar, como lo estructuro González (2016)

1 Ruta Estratégica, Objetivos, Planificación Estratégica Valores Organizacionales

2 Estrategia de Innovación.

3 Análisis de Segmentación para Marketing.

4 Herramientas de Ventas.

5 Optimizar los Recursos.

6 Estructura Económica y Legal.

7 Fidelización de Cliente.

Un aspecto de gran importancia que hoy en día la sociedad tiene que cuidar y conservar es el medio ambiente, y más aún, las empresas que están siendo direccionadas a ser consciente de la responsabilidad que tiene el desarrollo de sus actividades al tratar de reducir el impacto negativo que repercute en él, y que, a su vez, se transforma en un punto a favor al tratar el tema de Sostenibilidad en las empresas.

En 1992, en la Conferencia Mundial de Río, se estableció el término de Desarrollo Sostenible, entendido como, *“El progreso económico que trata de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer a las futuras generaciones”*, (World Commission on Environment and Development, 1987,p 154).

Llegando a la conclusión que deriva que el crecimiento económico y medioambiental, pueden ser compatibles. Es por esto, que además de contribuir con el medio ambiente siendo sostenible, puede también ser usada como una estrategia en los negocios que desarrollan productos que sean conscientes de disminuir el consumo energético y que aprovechen los recursos al contribuir con soluciones a los problemas ambientales. En la actualidad al ser consciente de dicho concepto, la sociedad y las empresas tratan de mejorar sus procesos y prácticas implantando el sistema de gestión medioambiental que facilita una mejora de imagen de la empresa y aumenta el mercado que apoya dicha noción.

La implementación del Sistema de Gestión Medioambiental trae beneficios en el área legal, productivo, financiero, gestión y en la inversión y costes ambientales aplicando normativas de política ambiental en procesos de mejora continua, que incluye, una gestión global de la empresa logrando compatibilizar el desarrollo económico y el respeto al medio ambiente de la actividad empresarial (Conde 2003).

Por esto al implementar dicho sistema estamos contribuyendo con la sostenibilidad de la propuesta de negocio y no solo ambiental, sino con una normativa internacional que además piensa en la sostenibilidad de producción y también financiera. Y en las demás áreas tales como, en la legal reduce los riesgos de incumplimiento de la normativa legal y de daños al medio ambiente, evitando multas y sanciones, demandas y costes judiciales; en la gestión, potencia la creación de un clima interno que favorece la cohesión de la organización, incrementando el prestigio y la confianza de la dirección entre los trabajadores.

Además con esta idea se fomenta la creatividad y participación del personal a todos los niveles y afianza la comunicación e información y la seguridad industrial como la calidad, que de esta forma nos ayuda a lograr los objetivos de forma colectiva y en el marketing refuerza la estrategia de productos en el mercado que tienen etiquetas ecológicas como las certificaciones que posibilitan la participación de nuevas oportunidades de negocio y el desarrollo de tecnologías y productos que usamos no solo como estrategia sino como material en el producto al aprovechar y minimizar los residuos inorgánicos ya que al transformarlos nos permite reducir costos y optimiza la incorporación de nuevas tecnologías y desarrollo de procesos convirtiéndolos más eficientes que es lo que se trabajara en la actividad de la empresa.

También la Responsabilidad Social Empresarial, responsabilidad social corporativa o responsabilidad empresarial; tratadas en el “Manual de la empresa Responsable y Sostenible” aclara, que el término más adecuado es Responsabilidad Corporativa que define este término como: “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones Sociales y

Medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores" según (La Unión Europea, 2001)

Más allá que un solo concepto, son las obligaciones y prioridades sociales que desde la modernidad las empresas empezaron a tener en cuenta cada vez más y criticando la globalización porque lo económico influye y sobre pasa los intereses de la Responsabilidad Corporativa. Entonces esta teoría de Responsabilidad Corporativa permite mejorar la gestión empresarial y así optimizar los resultados eficientemente, para esta idea de negocio, se propone una sensibilidad hacia el entorno tener claro que la responsabilidad cooperativa permite exitosamente asumir las responsabilidades individuales o colectivas será una herramienta para generar una idea de negocio consolidada, responsable y sostenible. Dicho en otros términos “obtener una empresa viva” caracterizada por; la sensibilidad al entorno, sentido de identidad y tolerancia a las nuevas ideas, materializadas en temas financieros. Adicionalmente se trae a colación esta frase que genera mayor impacto al implementar responsabilidad corporativa ya que ‘Toda acción social implementada por las empresas de cualquier tamaño o clasificación dará como resultado la integración de la realidad social como parte de su propio concepto de supervivencia y crecimiento’ según (Epstein 2009).

Para concluir con la teoría de Responsabilidad Corporativa, tiene sentido que la empresa haga todo lo que pueda para paliar la brecha social en relación con los principales retos sociales en general y los de las comunidades en las que opera y haga utilizando sus principales activos (productos, empleo, capacidades técnicas y humanas) y no solo por la sensibilidad que tienen sus directivos, como la de cualquier persona sino también porque se trata de auténticos retos estratégicos para las empresas. según (Olsece, 2008)

Otro termino que se trae a colación es el concepto de Innovación es muy importante para él pues consideraba que la medida más importante de una empresa será la capacidad para anticipar e invertir en las oportunidades del mañana como lo sito Las enseñanzas de Peter Drucker autor el cual se tomó de referencia para analizar el concepto de innovación padre de la Administración moderna y del el termino citando una de sus frases: “La mejor forma de predecir el futuro es creándolo”, (Haas 2007).

Trabajar para que la propuesta de negocio sea innovadora debe basarse en el desarrollo del producto, que en este caso es para el desarrollo de producto y proyectos innovadores para la espacios habitables basados en la trasformación de residuos sólidos , cambiar las necesidades y expectativas de los clientes, porque actualmente el diseño en cualquier área comercial posee infinidades de ideas creativas para atraer el cliente entonces gracias a la innovación se podrá “soltar del mundo de ayer para ganar la libertad de crear el mañana” como idea que motiva al camino del emprendedor para construir su presente y futuro, pues “el negocio determina su propio destino, innovar o se verá obligado en abandonar la idea” según Drucker (2004)

En conclusión, ser innovadores es clave para el sustento, y gracias a la teoría de Peter Drucker nos permite como idea de negocio llevar a cabo la administración organizada de la innovación empresarial. Propone un mapa de procesos continuo para la administración organizada de la innovación, donde primero abandonar y prepararse para la innovación, aunque resulte un reto difícil de cumplir pero a la vez, estamos llamados a dominar y aceptar el tema, segundo nos habla de conducir la búsqueda sistemática y decidida de oportunidades con tendencia a la innovación, que nos hace desinhibirnos un poco de los tradicionales modelos de empresa impulsándonos a abrir puertas para como tercer punto, convertir las ideas en valor pragmático al cliente, al dar una

idea, estas con el desafío y lluvia de ideas, la realización de análisis de diagnóstico, la prueba y perfección y el provechar de la oportunidades

2 Marco Legal

Debido a que el objetivo de esta investigación se dirige a un mapa de negocio, este marco legal, trae a colación las normativas que impactan en los proyectos para este tipo de emprendimiento, cumpliendo así con las políticas que requieren las legislaciones en Colombia, tales como:

2.1 Constitución política de Colombia

Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

Con el cual, se basa para ejercer una actividad económica libre, desde que al ejercer se, cumpla con los requisitos de ley y con todas las responsabilidades que trae consigo, según dicho artículo de la Constitución Política.

También se tiene en cuenta el marco legal de la cámara de comercio como la entidad privada sin ánimo de lucro que promueve el crecimiento y desarrollo de las actividades así:

2.2 Código de comercio de Colombia

“Calificación y deberes de los comerciantes, los actos, operaciones y empresas mercantiles Adicional a este, nos basamos en la **Ley 1014 de 2006**, fomento a la cultura del emprendimiento, el cual define el plan de negocios” así:

Artículo 1. Plan de negocios. Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

Artículo 2, En primer lugar, promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establecen la Constitución y los establecidos en la presente ley también fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial, entre otros.

El marco legal también ampara el desarrollo de producción intelectual en pro de generar modelos que tengan en cuenta las buenas prácticas de la gestión del medio ambiente.

2..3 Ley 90 del 1990

"Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias".

Artículo 3, Incorporar la ciencia, la tecnología y la innovación, como ejes transversales de la política económica y social del país.

Como normativa para la idea de negocio, y como valor agregado a la propuesta al tratar el tema de la conciencia ambiental, se emplean normativas que desarrolla la Gestión Medio ambiental en las empresas, tratando reducir el impacto negativo según el Sistema de Gestión

Ambiental, este se puede nombrar también con las siglas SGA o SGMA con el cual, se establecen las políticas internas, cambios en las estructuras en las organizaciones, responsabilidades, procesos y gestión de recursos.

En el ámbito europeo participan el Sistema de Eco auditoria y Gestión Ambiental (EMAS) como afirma el reglamento, el fomento de la participación de las organizaciones corresponde a cada uno de ellos facilitando el acceso a la información y a la contratación pública, promoviendo medidas de asistencia técnicas y permitiendo tarifas de riesgo razonables, según el reglamento (L, 2001/761).

Bajo la Constitución Política de Colombia, con el actual mandato presidencial, se implementó la siguiente ley con la cual se promueven nuevos modelos de economía para industria creativa que fomente la cultura.

2.4 Ley 1840 del 23 de mayo 2017

Por medio de la cual se Fomenta la Economía Creativa, Ley Naranja.

Artículo 1c. Objeto. La presente ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor debido a sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.

Artículo 2º. Definiciones. Las industrias creativas comprenderán los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor.

3 Aspectos Metodológicos

La manera en que se desarrolló esta investigación trae consigo diversas fuentes, unas críticas y otras empíricas que abordan la mismas líneas y objetivos de investigación, para recopilar información para el presente proyecto, estas son de tipo mixto según (Valderrey 2011) y se expondrán así:

3.1 Recopilación de Productos Intelectuales:

Para desarrollar las bases del este proyecto, se recolecto información por medio de fuentes tales como consultas y visitas a Bibliotecas y librerías como Biblioteca Luis Anel Arango, La Biblioteca de Universidad la Gran Colombia. De la misma manera se tuvieron en cuenta teorías, autores y metodologías expuestas en clase para diversas formas de la gestión Empresarial que resultaron provechosas, estas, también han venido siendo acompañadas por el impulso e interés propio al consultar documentos, revistas, artículos, folletos y demás fuentes que desarrollan el mismo objeto de estudio, y como se evidencia en la lista de referencias bibliográficas.

Por otra parte, la investigación empírica, tiene un enfoque holístico como modelo generador de resultado que ocurren partiendo de una mirada general, esto depende en gran parte a las manifestaciones del contexto y de las dinámicas que emergen en la diversidad de este favoreciendo el desarrollo de diversas competencias según Valderrey, (2011).

3.2 Salida de campo:

Como fuentes de información se identificaron los entes o centros de provisión de residuos sólidos y las personas encargadas de recolectar y acopiar los residuos sólidos en Bogotá, quienes

de cierta forma serian parte de la inclusión en el proyecto como nuestros posibles colaboradores o proveedores entrado ser parte de la estructura de los (Stakeholders). Así, de la misma forma se generó un acercamiento con los posibles clientes o nichos de investigación que ven provechoso este emprendimiento, para tener un contacto directo.

Identificar: Entre ellas, se observó y se realizaron acercamientos con todos nuestros Stakeholders, para ver de primer mano cual es el carácter y actividad que desempeñan, así determinar cuál sería su posición como proveedores, (Centros de Acopio, Recicladores, Empresas que generarán desechos); así como los posibles clientes (Instituciones, PYMES y Personas Naturales) con características en los Segmentos

Analizar, observar y aprender de los habitantes de Bogotá, sus costumbres tradicionales y hábitos, identificando tendencias actuales de consumo y de comportamiento en la población objetivo para la creación de sus futuros productos y proyectos con propuesta reutilización de materiales reciclados.

Una herramienta para esta investigación fue la implementación de encuestas dirigida al posible cliente como pymes y Propietarios de negocios, como fuentes de recopilación de información de primera mano, por parte de estos actores quienes son objeto de estudio. De este modo se llega a tener un acercamiento para evaluar en que segmento se encuentran, a que estratificación social corresponden, y llegar comprender su comportamiento de consumo para identificar, si se abrieran paso a nuevos servicios o productos, para suplir sus necesidades en el sector de la construcción.

3.3 Encuestas:

Se realizaron encuestas para identificar en el mercado un perfil de cliente o de personas que estarían interesadas en consumir este tipo de productos, y con ellos se evidencio como seria su percepción frente a este tipo de emprendimientos, también analizaron las dinámicas de la población con respecto a la manipulación y gestión de los desecho por parte de las personas que hacen parte de empresas, y de como realizan estas practicas en los hogares, para esto se tuvieron en cuenta las cifras generadas por el ministerio de ambiente, con las cuales se llegaro a identificar como se ha venido generando la actividad del reciclaje. Por ultimo se trazo como objetivo de responsabilidad social y corporativa la integración en este tipo de proyectos a las personas que ejercen estas actividades como fuente de trabajo sin condiciones, evidenciando como es su actividad económica y como hacen pate de la estructura de los centros de acopio o bodegas quienes de cierta forma son quienes gestionan e implementan los residuos como modelos económicos.

Estos instrumentos son tomados como objeto de estudio y análisis llevados a cabo en el capítulo dos en donde se estructuran y se desarrollan de mejor manera exponiendo los resultados y conclusiones.

4 Capítulo 1

Mapa de Negocios.

El Mapa de negocios es una herramienta que traza objetivos para que las personas o clientes entiendan un producto o servicio, y el diagrama de actividades pertinente para las organizaciones dependiendo de su misión y visión. Mediante un esquema de lo general a lo particular se hace un acercamiento a una visión holística de la idea de Negocios, reflejando los procesos para dichas estructuras según la implementación de la disciplina (Gestión de procesos de negocio 1990)



Figura 3, Mapa de Negocios, según lo estructura (Gonzalez.2016), **Fuente:** Elaboración Propia

Según Robbins (2015), quien implemento el este concepto con el dominio de las siete fuerzas de los negocios, como la clave para gestionar los negocios, que estos crezcan y llegar al éxito, incluso mejorando sus áreas simultáneamente para ser competitivos, esto se generan de una forma más entendible y empática para desarrollar, como lo estructuro González (2016) así:

4.1 Ruta Estratégica:

Definir exactamente donde esta y a donde se quiere llegar; identificar estos objetivos hace conseguir resultados, no solo haciendo preguntas, sino obsesionándose de forma objetiva, con encontrar la mejor respuesta. Este caso ocurrió con Bill Gates, quien no se preguntó cómo realizar el mejor software, sino que creo un sistema operativo que controla todos los computadores. Así se evita centrarse en los obstáculos y orientamos los recursos en la solución según (González 2016).

Partiendo de estas etapas, se tiene en cuenta los planes estratégicos, para trazar os objetivos, la misión, y visión de este tipo de emprendimiento, así como la filosofía empresarial con los valores corporativos que tendrían que tener en cuenta este tipo de empresas.

4.1.1 Plan Estratégico:

Objetivo General:

Con el fin de aprovechar las oportunidades que generan la correcta gestión de los residuos sólidos, se impulsan emprendimientos o Ideas de Negocios que generen Productos Arquitectónicos a partir del reciclaje de materiales de difícil de gradación para generar soluciones integras en servicio de la sociedad, al generar modelos de negocio que trabajen estos materiales

4.1.2 Filosofía Empresarial:

Misión:

Estos proyectos surgen como una reflexión positiva, al entender y generar solución de forma íntegra, tratando de generar conciencia por medio de productos y proyectos basados en la reutilización de materia inorgánica de forma eficiente y competitiva. Por medio de la actividad del diseño, construcción y control de los procesos, siendo responsables con el medioambiente y con la sociedad, aplicando la innovación, orientando el talento como instrumento que mejora la calidad de vida de todos.

Visión:

Se busca posicionar a las empresas como una idea de negocio integra, responsable y competitiva que mejora la calidad de vida de nuestros clientes por medio de trabajo, generando un impacto positivo al satisfacer las expectativas de los clientes.

4.1.3 Valores Organizacionales:

- Respeto: Como valor fundamental en las relaciones interpersonal internas y externas, de nuestro ámbito laboral, y con el cual llegaremos al término de todo proceso con tolerancia.
- Responsabilidad: En la prestación de nuestros servicios, pues al cumplir con un acuerdo, por medio de un contrato y sus términos estipulados, se basa una correcta ejecución, lograremos ganar la confianza y apoyo de nuestros clientes.

-Solidaridad y Compromiso: Como emprendedores, buscamos lograr nuestras metas y objetivos de forma unida, donde como equipo, buscamos además servir a la sociedad, para lograr acciones de cambio positivo, pues también son parte del proyecto.

-Honestidad y Servicio: Con el fin de llegar a buenos términos en la prestación de nuestros servicios buscamos actuar y proceder de forma correcta, justa e íntegra.

- Responsabilidad Social y Ambiental: Nos comprometemos en generar propuestas que contribuyan a reducir el impacto medioambiental negativo y así mismo apoyar iniciativas que promuevan las buenas prácticas al tener el correcto respeto por el medio en el que vivimos construyendo espacios en pro del bienestar y correcto desarrollo íntegro de nuestra población.

4.2 Estratégica de Innovación:

Entender la problemática y las necesidades de nuestros clientes logrando conocerlos de la mejor manera para brindarles una solución de forma eficiente, implementando el desarrollo de herramientas que den ese incentivo al cambio y la mejora continua, al ser flexibles con la prestación de los servicios o productos, de esta manera se generan modelos de subsistencia a largo plazo en el mercado, Según (González 2016) .

En este componente se empleará más que innovación en un producto como objetivo principal, se quiere integrar estrategias en la gestión interna de las empresas del sector de Industria y la Arquitectura.

Para desarrollar la innovación en este mapa de negocio, se empleará, una herramienta o metodología impulsada por la Cámara de Comercio para la producción y ejecución de la idea de negocio llamado Design Thinking que fue formulada como una guía que maneja la Cámara de Comercio para generar ideas innovadoras y centrar su eficacia en entender y dar solución a

necesidades reales de los usuarios, este proviene de la forma en la que trabajan los diseñadores en sus productos, de ahí proviene su nombre. Este cuenta con cinco etapas para generar ideas; este modelo es ideado por quien la plantea como una herramienta que explora la sensibilidad y los métodos de los diseñadores para desarrollar las necesidades de las personas con tecnología y estrategias para negocio convertidas en propuestas de valor para el cliente abriendo puertas para el mercado, Según Brown (2011).

4.2.1 Perfil de Cliente:

Este servicio va dirigido a personas que estén invirtiendo en un proyecto que cambien las dinámicas y el aspecto de los espacios que habitan, sean estos de carácter social o comercial, adaptados a ambientes más vanguardista. Es por esto, este proyecto va dirigido a personas que les guste impulsar el diseño con enfoque artístico, apasionados por el diseño el color y las texturas, con espíritu joven, que le guste atreverse a ser diferentes, que e sientan cómodos en estos espacios que como propuesta son planteadas, estas personas son conscientes del impacto que tiene la contaminación y por eso promueven los buenos hábitos y apoyan proyectos con conciencia medioambiental y social.

Debido a la implementación de esta metodología, en el modelo de producción, se tiene constantemente en cuenta las necesidades, opiniones y avances que tiene el usuario, para desarrollar sus productos o servicios, permitiendo así una conexión y afinidad logrando mejores aceptaciones y vínculos, al exponiendo sus historias o experiencias.

Mapa de interacción: Es empezar a realizar mapas de interacción de puntos de conexión entre usuarios a lo largo del uso de nuestros productos o en el servicio cabe decir que esta técnica es a futuro pues es cuando plantas verdes este oficialmente en el mercado online.

4.3 Análisis de Segmento

Esta fuerza al logra identificar el Segmento de Mercado permite llegar al cliente objetivo, dentro de un sector o gremio, de esta manera se logra enfocar el marketing en las personas interesadas en la actividad objetivo, según (González 2016)

Ya habiendo identificado un perfil de consumidor que en este caso son los propietarios de PYMES la estrategia para entrar en el mercado para ello será vía internet, con el E-commerce, esta herramienta digital resulta ser una plataforma que funciona como una puerta que abre paso a un gran mercado, este se encuentra a la mano de todos al contar con tecnología e internet, de forma casi gratuita. Al acceder a redes sociales, buscadores y páginas web, se puede encontrar con ofertas que bien implementadas puede llegar a usar y servir los clientes potenciales, logrando seleccionar ciertos lugares geográficos se pueden discriminar persona con atributos específicos que no son de nuestro interés para trabajar en un márqetin mucho más enfocado.

También lo que busca es llegar a este nicho, abriéndose puertas en ferias empresariales y espacios donde se vea la participación e integración de clientes potenciales, entre ella la cámara de comercio quien incentiva a los empresarios a ser capacitados y reunidos en diversos eventos.

Segmentación:

Segmento geográfico: Ciudad Bogotá

Segmento demográfico: Edad: 25- 45 años

Segmento Género: Femenino y Masculino

Segmento Económico: Estrato 3-4

Segmentación por beneficio: Instituciones, Pymes, Propietario de Negocio y Personas Naturales que están buscando un beneficio espacial

La información recolectada en la fase de empatía, se seleccionará un perfil de cliente con características y semejanzas que compartan con nosotros como empresas, con valores organizacionales y nuestra filosofía empresarial; para analizar y direccionar nuestra estrategia y recursos

Por cual sea el modo de realizar el primer acercamiento con los clientes, la idea es entablar relaciones duraderas con los clientes al momento de brindar el servicio/producto, y esto se logra con una constante comunicación no solo antes y durante los proyectos, si no también después de ellos, ya que de esta manera lograremos llevar un control de los productos para generar confianza y certeza de que estos proyectos cuentan con la eficiencia y competitividad en el mercado, y de esta forma también se abren a nuevas relaciones que puede resultar beneficiosas

4.4 Herramientas de Venta:

Involucra el éxito en el crecimiento y las ventas continuas tratando de implementar la información para conocer los beneficios del bien o servicio. La implementación de una estrategia

de ventas es lograr captar la atención de la persona quienes les interesa la ejecución de esta actividad, hasta el punto de generar la transacción, dependiendo de este proceso se llegan a generar socios potenciales. Según (González 2016)

4.4.1 Canales:

- Punto Comercial
- Ferias Empresariales
- Industrias Creativas
- Páginas Web
- Start Up (Kickstarter)
- Redes Sociales

4.4.2 Relación con Clientes:

- Asesores comerciales
- E- commerce Marketing Digital
- Correos Electrónicos
- Redes Sociales
- WhatsApp

4.5 Optimización de Recursos:

Es implementar todas las herramientas en pro de mejorar y optimizar las actividades de las compañías. Esta se estructura en Recursos o Herramientas de Desarrollo y en Recursos Humanos. Según (González 2016)

4.5.1 Recursos Materiales:

Hace referencia a todas las herramientas físicas, mecánicas, y Tecnológicas que mejoran el desarrollo y progreso activo y dinámico del ejercicio de las Actividades, entre ellas están:

- Infraestructuras: Propiedades, Plantas Físicas, Bodegas, Oficina
- Transporte; Camiones, Carros, Medios de Transporte para Materias
- Tecnología: Plantas Procesadoras de Residuos, Equipos de Oficinas, Softwares
- Equipos especializados para procesamientos de residuos sólidos como Petizadores, Molinos, Prensas, Trituradores

4.5.2 Recursos Humanos:

En este se hace referencia a toda la prestación de servicio desempeñados por las personas que hacen parte de las estructuras organizacionales de las compañías las cuales adaptan o alinean sus objetivos personales, con los de la Organización, según (González 2016).

Dependiendo del carácter y estructura organizacional estas requieren de perfiles como:

- Gerente General
- Coordinadores, según departamentos
- Profesionales
- Técnicos
- Colaboradores

4.6 Estructura Económica y Legal:

En este paso, se tiene en cuenta el cumplimiento de las leyes y normativas al realizar las Actividades dentro de un Marco Legal dependiendo del cumplimiento de las normas en donde se ejecute dicha idea de negocio, con el respaldo de estas se genera todo el perfecto respaldo de la ejecución de estos.

También se realiza un Análisis financiero con el fin de cumplir con el objetivo, las metas y obligaciones para el movimiento económico de las misma, es por esto, que vela por cumplir con una estructura financiera como los análisis de costos, buscar el punto de equilibrio por medio de un balance de indicadores económicos Según (González 2016).

Estudio previo de un plan de negocios con proyecciones tales como:

- Inversión inicial
- Proyección de Ingresos
- Costos de Producción
- Gastos de Operación
- Flujos de Caja
- Indicadores de Evaluación

4.7 Fidelización de Clientes:

Esta herramienta da a entender quién es la empresa y como quiere ser captada por los clientes, de esa forma se cautiva la atención y se venden los beneficios que aportan el bien o servicio. Al venderse las empresas de forma empática y permeable se logran conocer las personas y son ellas quienes se vuelven cliente potencial ya que es por medio de ellos con quienes llegamos a nuevos mercados, para abrir nuevas brechas como oportunidad de negocio. Según (González 2016)

5 Capítulo 2

Enfoque Metodológico

Con el objetivo de dar una primera aproximación de cómo podría ser recibida esta idea de negocio por parte de los posibles consumidores, se formuló un estudio de tipo descriptivo, al observar las conductas, las características, los factores y demás variables que pueden concluir con una hipótesis explicativa, ya que permite detallar las diferentes opciones con las que cuenta un usuario a la hora de consumir un bien o servicio según (Valderrey, 2011).

Con el marco teórico, como un soporte técnico, se brindará el conocimiento técnico, que este caso es el mapa de negocios, que brindara un compendio de actividades y procesos a realizar y contemplar por medio de emprendedores interesados en trabajar con residuos sólidos en la industria de la arquitectura, y las herramientas que están a su favor para la ejecución de sus planes de negocio de acuerdo, a cada objetivo trazado. En el desarrollo de esta idea, es necesario tener en cuenta los actores o stakeholders para que estos hagan parte de la estructura que se plantea, en el caso de los proveedores que más allá de que hagan parte las compañías recopiladoras de los residuos sólidos en la ciudad, esta propuesta quiere llegar a acoger y brindar de manera formal, la actividad económica que generan los recicladores dando una propuesta de valor con responsabilidad social al acoger a estas personas que viven y obtienen un sustento para sus familias; así mismo se puede llegar a entablar acuerdos con respecto a la recolección , y clasificación de los residuos, conforme al interés y relevancia que se le dé a estos materiales.

A continuación, se presenta la estructura y diseño del instrumento con el cual se llevará a cabo la investigación del posible mercado al cual se podrán dirigir las idea o modelos de negocios que trabajen con dichos materiales para alcanzar los objetivos alineados:

5.1 Tabla de Metodología

Objetivo	Actividades	Herramientas
Análisis del Mercado	Realizar Encuesta Analizar el perfil del cliente Analizar las dinámicas de la población con respecto a los desechos Integrar en el proyecto la formalización del Trabajo	Encuesta

Tabla 1, Tabla de Metodología, Fuente, Elaboración Propia


5.2 Tipo de Investigación

El formato de la encuesta (Anexo en la figura 4), es de tipo descriptivo, al emplear métodos y procedimiento que describen variables de marketing, ya que cuentan con preguntas abierta que son inducidas a una justificación con un porque para lograr entender las respuestas con las palabras de las personas encuestadas, las razones del porque sería, o no una buena opción en el mercado ofrecer este tipo de productos; pero también se realizara el análisis de los datos para ver la respuesta de las personas que están interesadas en estas ideas de negocios de forma más certera. según lo cita (Valderrey, 2011)

5.3 Población Objetivo

La población a la que se quiere dirigir es principalmente a los propietarios de un bien, ya sean viviendas o negocios, y a personas que estén interesadas en adquirir un bien y/o que este en pro del sector de la construcción con responsabilidad ambiental y social, Sin embargo, también se busca abrirse paso a constructoras que estén interesadas en invertir en proyectos que puedan emplear este tipo de materiales o bienes innovadores dependiendo de la escala de estos.

5.4 Modelo de Encuesta

 <p>UNIVERSIDAD <i>La Gran Colombia</i> <small>Fundada en 1951</small></p>	<p>UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA</p> <p>ENCUESTA MAPA DE NEGOCIO</p>
--	---

Justificación: Esta encuesta forma parte del proyecto de Mapa de negocio, que se está realizando en la Universidad la Gran Colombia por parte del estudiante que cursa la especialización en Gerencia.

Objetivo: Identificar aspectos relevantes a la hora de Realizar ideas de Negocios con Residuos Solidos en Bogotá D.C.

Nombre: _____	Fecha: _____
Dirección: _____	Estrato: _____
Correo Electrónico: _____	TEL/CEL: _____

1 ¿Es usted Emprendedor o propietario de una Pequeña o Mediana Empresa? Si No

2 ¿Qué Actividad económica realiza:

Servicio Industria Comercio Agronomía Construcción Transporte

3 En el lugar donde habita o trabaja, se ha creado una cultura de clasificación y recolección de los residuos Sólidos para ser reciclados? Si No

4 De acuerdo a las altas cifras de desechos producidas en Bogotá, y a las buenas prácticas que se han venido realizando al aprovechar estas materias, ¿Usted consumiría productos basados en la reutilización de Residuos Sólidos? Si No Por qué?

5 Al aprovechar estas materias de una forma creativa, convirtiéndolas en productos y proyectos de innovación en la construcción y la Vivienda



¿Le gustaría tener en su vivienda o negocio Artículos de esta clase? Si No

Por qué? _____

6 Debido a la falta de empleo formal y a la mala gestión y clasificación de las basuras

¿Usted apoyaría la formalización de trabajadores como los recicladores? Si No

Por qué? _____

Figura 4, Formato de Encuesta sobre Investigación de Mapa de Negocios **Fuente:** Elaboración Propia

5.5 Análisis de Encuesta

De acuerdo con las encuestas realizadas en la ciudad de Bogotá a 20 personas a continuación se grafican los resultados obtenidos del trabajo de campo realizado así:

1 ¿Es usted propietario de un bien raíz o propietario de una Pequeña o Mediana Empresa?

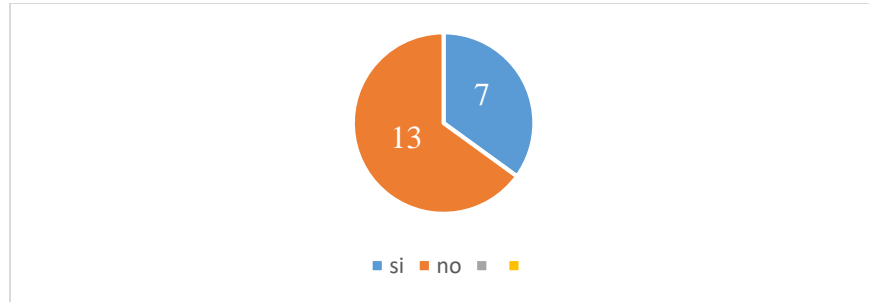


Figura 5, Grafica pregunta 1 **Fuente:** Elaboración Propia

2 En el lugar donde habita o trabaja, se ha creado una cultura de clasificación y recolección de los residuos Sólidos para ser reciclados?

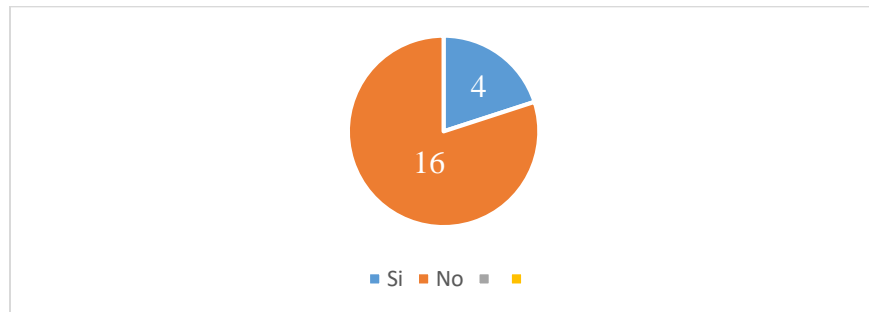


Figura 6, Grafica pregunta 2 **Fuente:** Elaboración Propia

Algunas de las personas encuestadas, dicen ejercer el reciclaje en las empresas de gran magnitud en donde trabajan, dependiendo de su actividad económica, algunos reciclan papel, y otras dicen que si clasifican acopian las estibas, estructuras metálicas, y cartones en donde vienen los productos, en empresas de importación, pero dicen que no se gestionan o aprovechan estas materias. Muy pocas personas dicen realizar un correcto reciclaje en sus hogares.

3 De acuerdo a las altas cifras de desechos producidas en Bogotá, y a las buenas prácticas que se pueden realizando al aprovechar estas materias, ¿Usted consumiría productos basados en la reutilización de Residuos Sólidos?

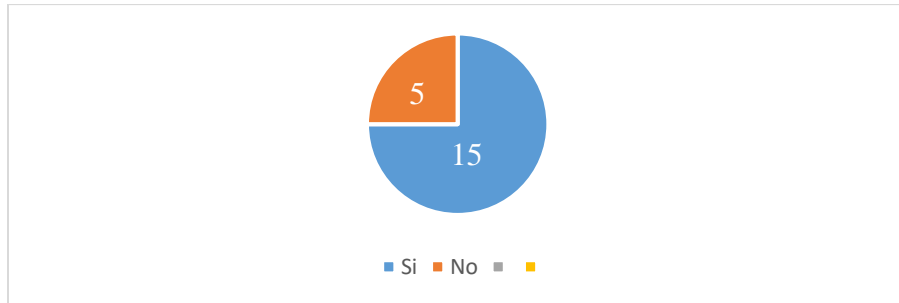


Figura 7, Grafica pregunta 3 Fuente: Elaboración Propia

La mayoría de las personas dicen que si consumirían productos que se basen en la reutilización de estos materiales pero también manifiestan que les gustaría conocer que tipo de procesos se realizan a estas materiales, , además les gustaría estar seguros del tipo de productos que ofrecen al ser sometidos a pruebas técnicas dependiendo de los productos y soluciones que estos puedan resolver

4 Al aprovechar estas materias de una forma creativa, convirtiéndolas en productos y proyectos de innovación en la construcción y la Vivienda. ¿Le gustaría tener en su vivienda o negocio Artículos de esta clase?

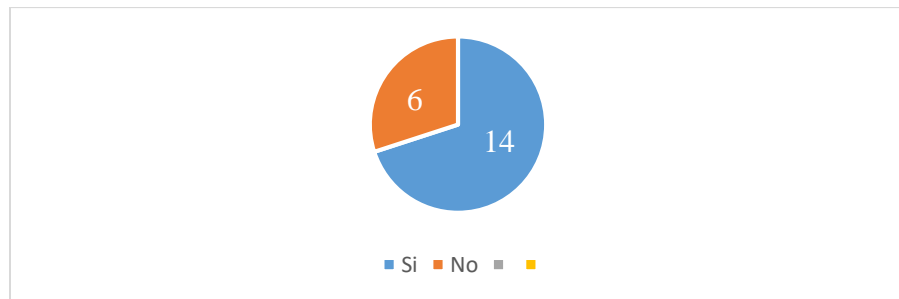


Figura 8, Grafica pregunta 4 Fuente: Elaboración Propia

En esta pregunta las personas se mostraron expectantes y curiosas por saber cómo podrían aprovecharse estos materiales de forma creativa y dicen apoyar estos emprendimientos dependiendo de cuanto sea el monto que deban pagar por algún tipo de estos productos.

5 Debido a la falta de empleo formal y a la mala gestión y clasificación de las basuras ¿Usted apoyaría la formalización de trabajadores como los recicladores?

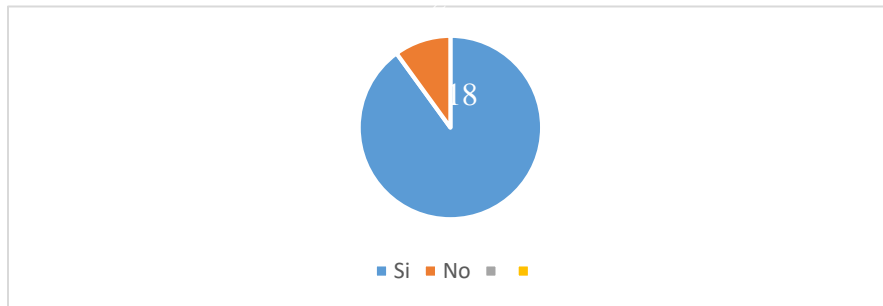


Figura 9, Grafica pregunta 4 Fuente: Elaboración Propia

Las personas aceptan que se realice la formalización de este tipo de empleo, ya que es una forma de realizar responsabilidad corporativa al integrar de forma productiva y no son tenidas en cuenta pues de ellos dependen las familias de bajo recurso de la ciudad.

5.6 Conclusión

Al realizar esta encuesta y graficar las preguntas de relevancia para la investigación por parte de una muestra en Bogotá realizada a 20 personas se evidencian las respuestas a las dinámicas y comportamientos de perfil de las personas en donde en primera instancia, se evidencia cual podría ser el segmento de personas que cuentan con una propiedad, pues son las personas que podrían ver como interés las ideas de negocios planteados. También se evidencia cual es el comportamiento que tienen las personas al momento de manipular los residuos sólidos, y la falta de cultura de concientización para gestionar y clasificar las basuras, aunque esta

práctica se ha venido implementando en las organizaciones o algunas empresas, donde si se está normatizando e incentivando la actividad del reciclaje, ayudando así a cambiar el panorama del destino de estos materiales.

Frente a las preguntas realizadas en cuanto a la adquisición de productos realizados con respecto al reciclaje de los residuos sólidos, las personas se ven abiertas al consumo de estos productos, pero también se manifiestan expectantes y curiosos por la forma en que se podrían implementar estas innovaciones, este tema debe ser tratado de forma abierta, pues se debe compartir en el mercado, las forma en la que se realizaría y procesan los residuos para dar a entender que es una materia que se puede aprovechar, siempre y cuando esto cumplan con lineamiento y requisitos técnicos aplicados a los productos. Adicionalmente las personas se ven abierta en apoyar la formalización del trabajo por parte de las personas que viven del reciclaje para mejorar sus condiciones laborales y promover una mejor calidad de vida para sus familias. A continuación, se presenta la figura a modo de evidencia de las conclusiones.

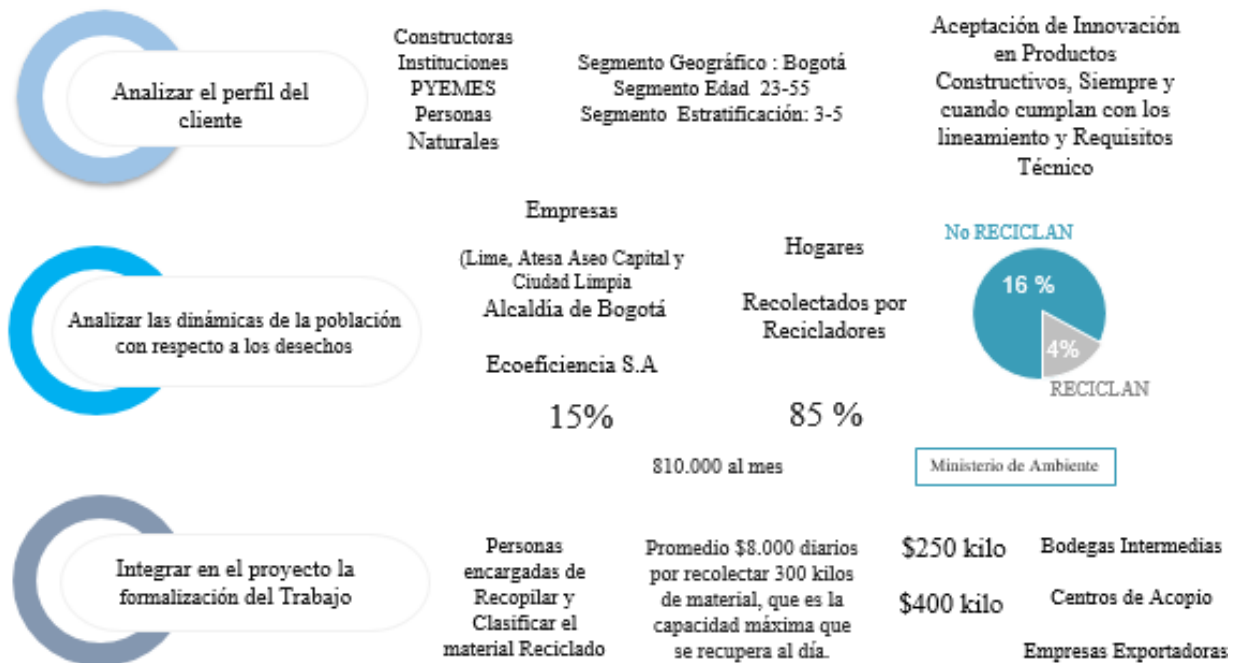


Figura 10 Conclusiones Análisis de Mercado Fuente: Elaboración Propia

6 Capítulo 3

Mapa de Negocios Implementación a Ideas de Negocios basados en la Reutilización de Residuo Sólidos.



Figura 10 Mapa de Negocios para Ideas de Negocios que generan productos Arquitectónicos Innovadores y sostenibles a partir de la reutilización de Residuos Sólidos. Fuente: Elaboración Propia

7 Conclusiones

Basados en el Mapa de Negocios Implementación a Ideas de Negocios basados en la Reutilización de Residuo Solidos se puede concluir que:

- Se deben tener en cuenta las oportunidades que se están perdiendo al no aprovechadas los modelos de negocios que se pueden crear, a causa de la mala gestión interna de los desechos del país, al no ver los beneficios que se pueden generar con emprendimientos que si lleven o gestionen la correcta implementación de los Residuos Sólidos con relación a otros países que si implementan de forma íntegra las buenas prácticas y beneficio para el Sistema económicos de las naciones
- En Colombia, si se pueden llevar a cabo Ideas de negocios que le den solución de forma íntegra al generar impactos ambientales, económicos y sociales como lo demostraron emprendimientos tales como Conceptos Plásticos, una idea y modelo de Negocios generado por jóvenes colombianos, Profesionales en Arquitectura y Economía, quienes llevan a cabo la implantación de los desechos de difícil degradación y los transforman en bloques a base de estos mismos materiales, y crean sistemas constructivos enteros que logran brindar viviendas y equipamientos para sociedades en estado de vulnerabilidad
- Aunque si se realice la recopilación y clasificación de materiales que pueden ser reutilizados como el pet, los plásticos, el papel, el cartón, el vidrio, las llantas ; por medio de bodegas intermedias y empresas de aseo como Aseo Capital, Ciudad Limpia y Lime, Empresas que son Aliadas en el caso de Bogotá a la Alcaldía, solo se está aprovechando el 15% de materiales reciclados, según el Ministerio de Vivienda de estas pocas empresas le dan un verdadero valor agregado

- Gran porcentaje del material reciclado proviene de los sectores residenciales de la ciudad que son recopilados y clasificados por personas que no cuentan con un trabajo formal y que se ven sometidas y expuestas a diferentes adversidades al realizar estas actividades que según estadísticas de la Asociación Nacional de Recicladores en promedio más de 300.000 familias dependen de este tipo de esta fuente de empleo, de esta forma se evidencia como desde este eslabón, no se está generando una correcta y justa gestión de los Residuos Sólidos y que se debe gestionar como Responsabilidad Corporativa
- En tema de emprendimiento se deben generar más desarrollo para la oportunidad que brindan estos materiales dándoles valor agregado en el país, empezando por crear una cultura de la correcta gestión que se le pueden aportar al ser recicladas, se debe tener una visión y un panorama en pro de la innovación para llevar a cabo múltiples beneficios, al crear ideas de negocios.

Lista de Referencia o Bibliografía

- Conde L. Javier. 2013, Empresa y Medio Ambiente hacia la Gestión Sostenible, Madrid España, editorial NIVOLA libros ediciones, SL.
- Epstein J. Marc 2009, Sostenibilidad Empresarial administración y medición de los impactos sociales, ambientales y económicos, Ciudad Bogotá D.C., editorial ECOC ediciones.
- Hass Edercheim 2007, Enseñanzas de Peter Druker, Ciudad de México D.F. Editorial McGraw-Hill interamericana, Ediciones S.A.
- Elizabeth 2007, Enseñanzas de Peter Drucker, Ciudad de México D.F., editorial McGraw-Hill interamericana, ediciones S.A.
- Olsece A.2008, Manual de la empresa Responsable y Sostenible, Ciudad Madrid España, editorial McGraw-Hill interamericana de España ediciones S, A. A. U.
- Valderrey P.2011, Investigación de Mercados, Enfoque Practico, Bogotá Colombia, Editorial, Ediciones de la U.
- Tchobanoglos G, Theisen H, Vigiil S.,1994 Primera Edición, Gestión Integral de Residuos Sólidos, Ciudad Madrid España, Editor Antonio García Brage
- Morales Montejo C, 2014, El emprendedor de Organizaciones Innovadoras, Ciudad Bogotá Colombia, Siglo de Hombre Editores.