



**PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE NUEVOS PROYECTOS EN EMPRESA PROPIA
Y/O DE FAMILIARES O DE OTROS
ZERO WASTE**

AUTORAS

ISABEL CRISTINA CALDERÓN SÁNCHEZ

MARÍA VICTORIA LÓPEZ LÓPEZ

DIRECTOR DEL PROYECTO

EDGAR SARRIA CAMPO

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTIAGO DE CALI

2021

Agradecimientos

En este trabajo queremos hacer un reconocimiento a las personas que nos apoyaron constantemente para no desfallecer. A las personas que nos dieron consejos para saber organizar nuestro tiempo, a nuestro tutor que fue un guía constante en este escrito. También queremos dar gracias a nuestros profesores a lo largo de la carrera que nos han llenado de herramientas y conocimientos que de alguna u otra manera hemos plasmado dentro de nuestro trabajo y sobre todo darle gracias a Dios por permitirnos estar aquí el día de hoy.

Contenido

Resumen.....	6
Abstract.....	6
Metodología.....	8
Objetivos.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Marco teórico o estado del arte del plástico.....	9
Historia.....	10
Clasificación.....	12
Tipos de plásticos y sus aplicaciones industriales.....	13
Consecuencias ambientales.....	17
Marco Teórico de la Planeación Estratégica.....	19
Definición de la planeación estratégica.....	19
Propósito de la planeación estratégica.....	20
Definición de visión, misión y ventaja competitiva.....	21
Visión.....	21
Visión de Zero Waste.....	21
Misión.....	21
Misión de Zero Waste.....	22
Ventaja competitiva.....	22
Ventaja competitiva de Zero Waste.....	22
Modelos de la planeación estratégica.....	23
Balanced Scorecard.....	23
Modelo de William Newman.....	24
Modelo de Tom Lambert.....	25
Modelo de Colon y Rodríguez.....	26
Modelo de Frank Banghart.....	27
Modelo análisis FODA.....	27
Modelo de análisis de Brechas.....	28
Matriz comparativa de los modelos de Planeación Estratégica.....	29
Investigación de mercado.....	31
Ficha técnica.....	31
Resultados.....	32
Modelo Canvas.....	33
Flujo de caja Zero Waste.....	34
Conclusiones.....	36
Aprendizajes.....	38
Bibliografía.....	39
Anexos.....	40

Lista de tablas

Tabla 1. Ejemplos de termoplásticos y termoestables	13
Tabla 2. Ficha técnica del sondeo para Zero Waste	31
Tabla 3. Flujo de caja Zero Waste	35

Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Balanced Scorecard.....	24
Ilustración 2. Modelo de William Newman.....	25
Ilustración 3. Modelo de Tom Lambert	25
Ilustración 4. Modelo de Colon y Rodríguez.....	26
Ilustración 5. Modelo de Frank Banghart	27
Ilustración 6. Modelo análisis FODA	28
Ilustración 7. Modelo análisis de Brechas	29
Ilustración 8. Matriz comparativa de los modelos de PE.....	30
Ilustración 9. Resultados del sondeo.....	32
Ilustración 10. Modelo Canvas de Zero Waste	34

Resumen

En el desarrollo de este texto las autoras presentarán un proyecto sobre la planeación estratégica de un nuevo modelo de negocio que hace frente a una problemática ambiental a nivel mundial, buscando demostrar que es una idea innovadora que no solo busca rentabilidad sino generar en los posibles clientes un valor agregado, producir una cultura ambiental a través de compras sostenibles que ayuden a mitigar o desincentivar el uso del plástico en los hogares caleños. Este proyecto consiste en implementar una alternativa sostenible que conecte a las personas por medio de tiendas de barrio a los productos de primera necesidad que no son empaquetados con plásticos de un solo uso, ya que estos contribuyen al gran consumo de este material sintético que no es biodegradable.

Palabras clave: Sostenible, valor agregado, mercado, plástico, biodegradable.

Abstract

In the development of this text the authors will present a project on the strategic planning of a new business model that addresses an environmental problem worldwide, seeking to demonstrate that it is an innovative idea that not only seeks profitability but not to generate in potential customers an added value, generating an environmental culture through sustainable purchases that help mitigate or discourage the use of plastic in warm homes. This project is to implement a sustainable alternative that connects people through neighborhood stores to essential products that are not packaged with single-use plastics, as these contribute to the high consumption of this non-biodegradable synthetic material.

Keywords: Sustainable, value added, market, plastic, biodegradable.

Introducción

A continuación, en el documento se desarrollará una estrategia de una nueva idea de negocio, para esto se hará una investigación sobre el estado del arte del plástico y la teoría de la planeación estratégica. Además, un trabajo de campo que nos permita conocer el grado de aceptación que podría tener la idea de negocio en la ciudad de Cali. Posterior a ello, se creará un posible flujo de caja para determinar si el emprendimiento será viable en el primer año.

Planteamiento del problema

El proyecto se centra en la parte práctica y por ello, se hará un proceso de planeación estratégica para una idea de negocio, llamada Zero Waste.

Metodología

1. Consulta bibliográfica.
 - a. Marco teórico o estado del arte del plástico.
 - b. Marco Teórico de la Planeación Estratégica.
2. Trabajo de campo.
 - a. Se hará un estudio de mercado a personas mayores de 20 años de estratos 3 y 4 de la ciudad de Cali, a través de sondeos para conocer la percepción que tiene esta población sobre los productos y servicios sostenibles.
 - b. Se creará un flujo de caja en Excel con base en una canasta familiar estandarizada que ayudará a estructurar las posibles proyecciones de ventas y los gastos en los que se incurren al iniciar el emprendimiento.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un modelo de negocio sostenible en el cual podamos desincentivar el uso de plástico en los hogares caleños.

Objetivos específicos

- Marco teórico sobre los orígenes y los usos de los plásticos y sus consecuencias ambientales.
- Marco teórico sobre la planeación estratégica.
- Realizar una investigación de mercados para conocer las preferencias del posible nicho de mercado.

- Llevar a cabo un sondeo y su análisis estadístico.
- Crear el perfil de nuestro posible cliente.
- Conocer el insight de nuestro nicho y afianzar nuestra propuesta de valor.
- Realizar un modelo Canvas con la idea de negocio.
 - Realizar segmentación del mercado.
 - Reconocer cuales serían las actividades, las asociaciones y los recursos claves de la idea de negocio.
 - Determinar por los medios con los que se establecerá la relación con el cliente y los canales que se utilizarán para llegar a él.
 - Analizar posible estructura de costos y fuente de ingresos del emprendimiento.
- Crear un posible flujo de caja para la idea de negocio.

Marco teórico o estado del arte del plástico

Plástico, proviene del griego «plastiko» que significa que se puede moldear (Plastics Europe). Este es el término utilizado para referirse a una gran cantidad de sintéticos o semisintéticos, creados a base de compuestos orgánicos y que, al ser fácilmente maleables en su etapa de manufactura, permiten que sea fundidos, prensados o extrusionados para ser utilizados en una amplia gama de aplicaciones.

En lo que se refiere a sus componentes, los plásticos pueden provenir de diferentes materias primas como la leche, el algodón y la madera, el carbón, el gas natural, el petróleo, entre otras fuentes.

Debido a que es un material tan versátil, en la actualidad es apetecido por diferentes industrias ya que tiene propiedades de aislamiento térmico y eléctrico, resistencia a la corrosión, ligereza, elasticidad y maleabilidad, por lo que es idóneo para aplicaciones en campos como los

de envases y embalajes, edificación y construcción, movilidad y transporte, de dispositivos eléctricos y electrónicos, de agricultura, atención sanitaria, de deporte y ocio, de energía, entre otros.

Historia

Desde hace muchos siglos se utiliza el término “plástico” como la capacidad de ciertos materiales para adquirir una forma determinada, e incluso, se trasladó a connotaciones más socioculturales. Por ejemplo, en el famoso diccionario de Charles Johnson, existe una cita de un poeta del siglo XIX en el que se empleaba el adjetivo “plástico” en referencia a la “capacidad para dar forma” (Johnson, 1836) y unas décadas más tarde en el diccionario The Century Dictionary hacía referencia a “la capacidad de cambiar o ser modificado; capaz de recibir una nueva tendencia o dirección; como, la mente es plástica en la juventud” (Whitney, 1895).

Se tiene conocimiento de la manipulación de polímeros naturales como precursores de los polímeros actuales. Desde el 2.000 a.C, en la época de los faraones, utilizaban resinas naturales para embalsamar sus muertos y calentaban la asta natural para moldearlo y crear recipientes. Como los anteriores, también se utilizaron tanto de origen vegetal como el caucho natural, el ámbar y la gutapercha que se extraían por sangrado al practicar incisiones a determinados árboles y de origen animal como el cuerno, el Carey y la goma laca o shellac.

Charles Goodyear produjo el primer polimérico del que se tiene rastro en 1839, este consiguió modificar las propiedades de la goma natural que era extraída del árbol Jebe mezclándola con azufre y pasándola por un proceso de calor. Después de esto, se obtuvo un caucho que era flexible y que no se reblandecía en las épocas de calor. Goodyear patentó y comercializó este producto, ya que podía ser utilizado para muchas aplicaciones, tanto así que dio lugar a las ruedas para autos.

Con el paso del tiempo se dejó atrás los polímeros naturales y comienzan a surgir los primeros pasos hacia el estireno, componente a partir del cual, más adelante nacería el poliestireno y las resinas de poliéster. Ya en el siglo XIX, se descubrieron materiales como el caucho, la caseína, la ebonita y el celuloide. Este último le dio fama internacional a John Wesley Hyatt por ser el inventor, junto con su hermano Isaías, del primer material plástico. Más adelante en 1909 Leo Hendrik Baekeland, un químico norteamericano sintetizó un polímero a partir de moléculas de fenol y formaldehído, el cual tenía la facilidad de moldearse, que resultaba rígido al solidificar, no era conductor de electricidad, era resistente al agua y fácilmente mecanizable. Fue llamado bakelita en honor a su inventor y fue el primer plástico totalmente sintético de la historia, con el cual se fabricaron carcasas de teléfonos y de radios, artículos de escritorio, ceniceros, etc. (García, 2009).

En la década de los 30 se consigue el desarrollo industrial de polímeros como el cloruro de vinilo (PVC), el poliestireno, las poliolefinas y el metacrilato de metilo, materiales que dieron pie a la creación de una mayor variedad de plásticos que permitieron desarrollar una noción más amplia de fines, como por ejemplo pinturas y barnices o fibras de vidrio de pequeño diámetro. Durante la segunda guerra mundial se descubrieron los elastómeros sintéticos a causa de la falta de aprovisionamiento de caucho natural importado de India Oriental usado para aplicaciones militares. A partir de este descubrimiento nace el neopreno que es utilizado para fabricar neumáticos de aviones y vehículos militares, además se incrementa el uso de los plásticos formados por poliésteres insaturados y fibra de vidrio, así como los hilos de Nylon que se emplean para paracaídas.

En los 50's se dio el nacimiento de nuevos polímeros como polietileno linear, el polipropileno, el poliacetal, el policarbonato, el polióxido de felineo, así como de nuevos

copolímeros. En 1953, los investigadores Karl Ziegler y Giulio Natta recibieron el Premio Nobel de Química en 1963 por las investigaciones y el descubrimiento de la polimerización estereoregular (ABC Pack). Durante los años 60, los plásticos pasaron a sustituir muchos otros productos como la madera, el cartón o el vidrio en los embalajes.

A partir de los años 70 las empresas productoras de polímeros, laboratorios de fuerzas aéreas y científicos que operan en este ámbito comienzan a fomentar la investigación de nuevos polímeros creando constantemente nuevos materiales. Se perfecciona la maquinaria y los medios productivos, se descubren nuevos tipos de aditivos para polímeros y se sustituyen algunas aleaciones ligeras, ocupando el lugar de algunos metales. Los nuevos plásticos creados en esta década y en la siguiente, tienen propiedades más potenciadas como la aplicación a temperaturas más elevadas, resistencia al dañado por el uso, con mayores resistencias mecánicas y módulos elásticos, así como más resistencia a los agentes químicos y a la corrosión (García, 2009).

Desde los 80's hasta ahora la producción del plástico creció y se diversificó exponencialmente convirtiéndose así en una de las principales industrias del mundo. La necesidad de los materiales sintéticos y de nuevos desarrollos de estos se intensificó, aumentando la investigación en estos campos logrando obtener constantemente progresos en materia de polímeros y en las variaciones de sus propiedades físicas y químicas (Álvarez, 1997).

Clasificación

Actualmente, existen diferentes criterios para clasificar las sustancias plásticas como el origen del polímero, el tipo de compuesto químico, grado de cristalinidad, su comportamiento frente al calor, entre otros. Para simplificación de este trabajo se expondrá la última forma de clasificación puesto que es la más común y sencilla de entender.

Comportamiento frente al calor

- **Termoplásticos:** son aquellos que se funden y se ablandan con el calor, y que se endurecen cuando pasan a etapa de enfriamiento. Esta propiedad favorece su procesado industrial y hace posible su posterior reciclaje, mediante la nueva aplicación de calor y presión.
- **Termoestables:** por el contrario de los termoplásticos, una vez se enfrían después del proceso de calor y moldeo, adquieren una forma permanente, por lo que son ideales para la fabricación de objetos o piezas que deben soportar temperaturas elevadas sin sufrir degradación alguna.

Tabla 1

Ejemplos de termoplásticos y termoestables, según su comportamiento frente al calor

Ejemplos de termoplásticos	Ejemplos de termoestables
Acrilonitrilo-butadieno-estireno (ABS) Policarbonato (PC) Polietileno (PE) Polietileno tereftalato (PET) Policloruro de vinilo (PVC) Polimetilmetacrilato (PMMA) Polipropileno (PP) Poliestireno (PS) Poliestireno expandido (EPS) Politetrafluoroetileno (PTFE)	Epóxido (EP) Fenol-formaldehído (PF) Poliuretano (PUR) Resinas de poliéster insaturado (UP)

Tomado de: <https://www.plasticseurope.org/es/about-plastics/what-are-plastics/how-plastics-are-made>

Tipos de plásticos y sus aplicaciones industriales

- **Bioplásticos:** están fabricados a partir de recursos biológicos renovables como al procesar la caña de azúcar, que se obtiene etileno que a su vez se utiliza para fabricar polietileno. Otro ejemplo es el almidón del cual podemos producir ácido poliláctico (PLA). Entre sus aplicaciones industriales se pueden ver utilizados principalmente en envases o fibras para

el sector textil. También se utilizan en varias aplicaciones en deportes, calzado, automoción y agricultura.

- **Plásticos técnicos:** incluyen una amplia gama de polímeros que ofrecen un mayor rendimiento que otros plásticos estándar, son ideales para aplicaciones técnicas que requieren plásticos duros y necesitan buenas propiedades estructurales, de transparencia, resistencia al calor y no propagación de la llama, mayor resistencia a los productos químicos y al impacto. Son realmente útiles en áreas como el transporte, electricidad y electrónica, construcción y edificación, aparatos y productos de consumo, aplicaciones industriales como revestimientos resistentes a la abrasión y la corrosión.
- **Resinas epoxi:** estos elementos pueden formar una gran variedad de materiales puesto que pueden ser moldeados para ser desde un líquido de baja viscosidad hasta un sólido con un punto de fusión elevado. También puede ser cruzado con agentes curantes o endurecedores para darle propiedades únicas y útiles en los sectores industriales, entre ellas excelente adhesión, resistencia al calor y a sustancias químicas y aislamiento térmico. En el hogar puede encontrarse en latas y envases, para proteger el contenido y conservar el sabor, como pinturas y revestimiento protector para todo, desde camas, sillas, muebles de oficinas o de hospitales, hasta carros de supermercado y bicicletas, como adhesivos. También son utilizados como materiales compuestos (fibra de carbono y de vidrio), herramientas industriales, sistemas eléctricos y electrónicos, aplicaciones aeroespaciales.
- **El poliestireno expandido (EPS):** es uno de los polímeros básicos más utilizados cotidianamente. Entre sus propiedades se encuentran la ligereza, fuerza, durabilidad, amortiguación, aislamiento y una procesabilidad excelente. Algunas aplicaciones en las cuales se utiliza el EPS son el aislamiento térmico en edificios, construcción de carreteras,

aislamiento acústico, envasado, protección de productos frágiles y valiosos, cascos, tablas de windsurf, etc.

- **Fluoropolímeros:** se refieren a una familia de plásticos de alto rendimiento. El más famoso de esta familia es el politetrafluoroetileno (PTFE), el cual es inerte a casi todas las sustancias químicas y se considera el material más resbaladizo que existe. Los fluoropolímeros poseen una combinación de propiedades de gran valor, como la inercia química, una constante dieléctrica elevada, retardo de la llama, baja fricción, antiadherencia, resistencia a las inclemencias del tiempo o propiedades de barrera. Su uso es bastante versátil ya que lo observamos en ámbitos como el aeroespacial, las comunicaciones, la electrónica, los procesos industriales y la arquitectura. En cuanto a sus aplicaciones podemos encontrar estos elementos en los rodamientos y juntas de alto rendimiento para automóviles y aviones, como retardantes de la llama, revestimientos para utensilios de cocina que proporcionan una gran estabilidad térmica y propiedades antiadherentes, revestimientos de tuberías y depósitos para productos químicos, envases para baterías de ión-litio, revestimientos para cables en el sector de las telecomunicaciones y la informática, implantes y catéteres para aplicaciones biomédicas.
- **Poliiolefinas:** Son uno de los plásticos más utilizados hoy, estos son una familia de termoplásticos de polietileno y polipropileno que son producidos principalmente a partir del petróleo y el gas natural. Existen 4 clases de poliolefinas que son tipificadas dependiendo de su densidad y a cada una se le da una aplicación diferente.
 1. LDPE: film transparente, bolsas de la compra, film agrícola, revestimiento para brics de leche, revestimiento para cable eléctrico, bolsas industriales para grandes cargas.

2. LLDPE: film extensible, films para embalaje industrial, contenedores de paredes muy finas, bolsas pequeñas, medianas y para grandes cargas.
 3. HDPE: cajas y contenedores, botellas (para productos alimenticios, detergentes, cosméticos), recipientes para alimentación, juguetes, depósitos de gasolina, envoltorios industriales, tuberías y utensilios domésticos.
 4. PP: envases para alimentos, como vasos de yogur o margarina, envoltorios de caramelos o aperitivos, recipientes para microondas, fibras para alfombras, muebles de jardín, dispositivos médicos y sus envases, maletas, utensilios de cocina y tuberías.
- **Poliestireno:** es un polímero aromático sintético elaborado a partir del monómero de estireno, un líquido petroquímico. Está clasificado en los polímeros termoplásticos por lo que puede ser fácilmente moldeado por el calor, puede ser rígido o espumado. Entre sus características generales es transparente, duro y quebradizo. Permite el paso del oxígeno y el vapor de agua y tiene un punto de fusión relativamente bajo. Es utilizado principalmente en envases y embalajes, envases de alimentos para llevar, electrodomésticos, productos electrónicos de consumo, construcción y edificación, por ejemplo, espuma aislante, paneles, unidades de baño y ducha, accesorios de fontanería e iluminación, medicina, por ejemplo, elementos desechables como bandejas para el cultivo de tejidos, tubos de ensayo, placas petri, componentes para diagnóstico, y estuches para kits de pruebas.
 - **Poliuretano:** es un polímero extensamente utilizado en numerosos procesos industriales, es el resultado de una mezcla de polioli e isocianato. Puede encontrarse en muchos

ámbitos y con diversas aplicaciones ya que posee mayor flexibilidad que otros agentes, tiene mayor resistencia al impacto de solventes químicos, resiliente y duradero, asequibles y reciclables. En la cotidianidad podemos encontrarlos en las espumas en muebles y camas, hasta el aislamiento que regula la temperatura en el interior de los edificios, piezas de autos, calzado y ropa deportiva, revestimiento y adhesivos, aislamientos, protector de columnas, entre otros.

- **Policloruro de vinilo (PVC):** es uno de los plásticos sintéticos más producidos en el mundo, es un derivado de la sal y del petróleo o el gas, el cual puede adoptar dos formas, rígido y flexible. Entre sus propiedades se tiene que es duradero, ligero, fuerte y resistente al fuego, con unas excelentes propiedades aislantes y baja permeabilidad. Entre sus aplicaciones industriales están: los productos para la construcción, como marcos de ventanas y otros perfiles, revestimientos de suelo y paredes, láminas para techos, piscinas y depósitos. Tuberías y accesorios para agua potable y para aguas residuales, y conducciones para energía y telecomunicaciones. Revestimientos, como lonas alquitranadas, láminas de metal corrugado e impermeables. Aislamiento y cubiertas para suministros de energía de bajo voltaje, telecomunicaciones, dispositivos eléctricos y aplicaciones de automoción. Envases para productos farmacéuticos y médicos, alimentos y confitería, agua y zumos de fruta, etiquetas, bandejas de presentación, productos de ocio, como mangueras de jardín, calzado, piscinas hinchables, tiendas.

Consecuencias ambientales

Los plásticos se han tomado el planeta y la situación ambiental mundial respecto a este tema es dramática pues su creciente producción exponencial y uso advierte en contaminar cada rincón debido a que se ha convertido en el material principal de fabricación en los últimos

tiempos. Los plásticos pueden contaminar el medio ambiente por diversos medios por su fácil dispersión y su lento proceso de degradación que afecta a la tierra, el aire y principalmente al agua, pues los mares y océanos son receptores de hasta 12 millones de toneladas de basura al año, el equivalente de 1.200 veces el peso de la Torre Eiffel (Green Peace), de las cuales entre el 60 y el 80 por ciento son plásticos.

Las consecuencias de la contaminación del plástico son diversas y extensas, pero se pueden resumir en los siguientes puntos:

- **Las islas de plástico:** debido a la gran acumulación de este material en los océanos, se han creado 5 enormes islas por medio de las corrientes oceánicas, siendo la isla más grande la del Pacífico, que actualmente es llamada el continente de plástico ya que es del tamaño similar a los países de España, Francia y Alemania junto (García Astillero, 2019).
- **Pérdida de biodiversidad:** La existencia de los plásticos en nuestro planeta nos está dirigiendo a una extinción de especies y a la pérdida de la biodiversidad por la afectación que tiene en nuestros ecosistemas. Los animales que tienen algún tipo de contacto con estos materiales siempre se ven afectados, ya sea en su fisiología por la ingesta de plásticos que les provoca laceraciones, heridas internas o cambios en sus órganos que les impiden su conducta normal de buscar alimento, por lo que pueden morir de inanición. En otros casos, los animales pueden sufrir malformaciones, amputaciones de extremidades o muerte al quedar atrapados entre estos elementos que son tan resistentes y no se degradan fácilmente.
- **Amenazas a la salud pública:** Los humanos también podemos ser afectados por medio de la bioacumulación y biomagnificación en la cadena trófica, dado el consumo de plástico que tienen muchos animales por error. Así mismo, los plásticos son riesgosos

para la salud humana ya que en su fabricación se utilizan compuestos peligrosos que pueden ser cancerígenos y que además estos compuestos se liberan durante la degradación de los plásticos produciendo un radio de contaminación alrededor de este.

- **Contribución al efecto invernadero:** Dado que muchos plásticos están formados del carbono y proceden del petróleo, cuando estos están expuestos a la radiación solar emiten gases de efecto invernadero como lo son el metano y etileno (UNEP, 2018), por lo que contribuyen negativamente al cambio climático pues son uno de los contaminantes que atrapan el calor.

Marco Teórico de la Planeación Estratégica

En concordancia con lo planteado en este proyecto, se hará con detalle de lo que es el concepto de planeación estratégica. Además, se evidencia como diferentes autores han contribuido al desarrollo de cada paso de esta metodología.

Definición de la planeación estratégica

La planeación estratégica se basa en “una planificación económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa u organización cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro” (Galan Sanchez). Además, es un poderoso y amplio curso de acciones que le permite a las empresas obtener en un futuro ganancias y ventajas que estén en relación con la situación actual. Es decir, hacer una planeación estratégica es una ciencia, es una reflexión que da a entender a los empresarios que se puede pensar antes de actuar y que logrando un buen plan se obtiene una estructura sólida.

También, se puede plantear como una herramienta que ayuda a las organizaciones o proyectos a orientar sus esfuerzos hacia las metas claras de rendimiento, de esta manera, se

beneficiaría la compañía que este implementando la herramienta descrita. Ya que, impulsa a identificar cuáles son las causas de los problemas y la toma de acciones oportunas para corregir errores en el logro de estas metas.

Hay que mencionar que, no es un proceso que sea riguroso, por el contrario, es adaptativo a las necesidades, objetivos y metas que se trace la empresa. Además, es importante la constante información para poder obtener resultados de eficiencia ya que así se podrá determinar situaciones internas y externas de la empresa o del mercado.

Propósito de la planeación estratégica

Se busca que los líderes como todo el cuerpo que compone la organización evalúen la situación que se estén presentando en la organización. Esto permitirá estar en un alineamiento que ayude a eliminar diferencias que transcurran, debido a que es importante y necesario identificar los problemas que pueda tener el plan estratégico y así encontrar cuales son los propósitos que se van a cumplir para eliminar los problemas.

Es importante y el propósito fundamental de toda una planeación es poder alcanzar los objetivos deseados y esto se realizará de manera adecuada si se tiene un buen manejo de la información que se presenta detalladamente. Además, obtener buena comunicación hará que la organización tenga una ventaja comparativa ya que, se tendrá en cuenta que factores están haciendo que la planeación falle o no se alcance los objetivos descritos.

Como se ha mencionado anteriormente, la PE es adaptativa por lo que es también suficiente por sí misma, debido a que cuando se empieza a construir con bases sólidas, el desarrollo de esta empieza a obtener resultados satisfactorios.

Definición de visión, misión y ventaja competitiva

Visión

Se encarga de proyectar las aspiraciones de la administración para la empresa, proporciona una visión paronímica de “hacia dónde vamos” y una explicación convincente de por qué esto tiene un buen sentido de negocio para la organización (Thompson, Jugar, Peteraf, & Strick Land III, 1999).

También podríamos definir que las visiones son una exposición clara, donde se define hacia donde se va a dirigir la organización. Es fundamental tener claro los propósitos a largo plazo ya que, se espera lograr los aspectos estratégicos en una planeación (Thompson, Jugar, Peteraf, & Strick Land III, 1999).

Visión de Zero Waste

Somos dos jóvenes con una iniciativa de responsabilidad social empresarial, que busca consolidarse en el año 2026 como una pyme caleña que promueve el crecimiento económico siendo amigables con el medio ambiente.

Misión

Es el motivo, propósito o fin o razón de ser de la existencia de una organización ya que define lo que pretende cumplir en su entorno, lo que pretende hacer, el para quien lo va a hacer y se puede ver influenciada por la historia de la organización o las preferencias de la gerencia (Thopson).

La misión es la expresión del carácter, identidad y razón de existir de una organización. La construcción de la misión se divide en cuatro partes que se pueden interrelacionar: Propósito, estrategia, patrones de comportamiento y valores (Bustamante, 1991).

Misión de Zero Waste

Buscamos favorecer la sostenibilidad, mediante la concientización de personas ofreciendo productos y servicios orientados a mitigar el impacto ambiental que causa el plástico en tiendas de barrio de estratos 3 y 4 en la ciudad de Cali.

Ventaja competitiva

Se basa en que la empresa tiene una posición mejor que los rivales para asegurar a los clientes. Algunos de las fuentes que proporcionan una ventaja competitiva puede ser: la elaboración del producto con la más alta calidad, lograr menos costos en los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, optimizar el tiempo de entrega del producto, etc. (Arellano, 2017).

Se puede decir, que para los clientes hay cinco dimensiones las cuales consideran de gran relevancia para calificar un producto o servicio, las cuales son: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibles. Ya que un servicio excelente es lo que hace que las empresas creen lealtad con los clientes y preferencia con los consumidores potenciales con el fin de retenerlos (Arellano, 2017).

Ventaja competitiva de Zero Waste

La sostenibilidad es nuestra ventaja competitiva, esta es nuestra estrategia de posicionamiento en el mercado. Zero Waste quiere ser un referente para las pymes en la ciudad, enseñando que no es necesario sacrificar el medio ambiente para ser competitivos y tener utilidades.

Nuestra propuesta de valor para los consumidores es que podrán encontrar en Zero Waste un servicio de atención al cliente excepcional y productos del campo colombiano en nuestras tiendas, apoyando así el comercio local y educando a los caleños sobre hábitos de compra

alternativos a los que estamos acostumbrados. Es por esto, que el logo (Anexo 1) de la idea de negocio va muy en línea con la propuesta de valor y refleja el propósito del emprendimiento.

Modelos de la planeación estratégica

Como hemos mencionado anteriormente, la planeación estratégica se basa en la buena información que se logra recolectar, por ello, es necesario acudir a modelos que se ajusten a las necesidades empresariales. Se encuentran varios modelos de planeación estratégica que ayudan que las empresas se enruten y puedan lograr las metas, ejecuciones, objetivos, propósitos a corto, mediano y largo plazo y sobre todo a la minimización de errores.

Algunos de estos modelos se mencionarán a continuación:

Balanced Scorecard

El cuadro de mando integral es una metodología de planeación estratégica que permite evaluar el funcionamiento de una organización. Esta metodología fue creada por Robert Kaplan y David Norton, en la cual permite que la estructura de los objetivos estratégicos sea de una forma dinámica e integral en el cual se ponen a prueba indicadores que evalúan el desempeño de todas las iniciativas para obtener el cumplimiento eficiente. (Roncacio, 2018).

Esta metodología utiliza cuatro perspectivas claves, las cuales son:

1. La financiera que consiste en el rendimiento sobre las inversiones y el valor agregado.
2. Perspectiva cliente, es el que satisface a todo el nicho de mercado, crea retención y maneja una cuota de mercado.
3. Procesos internos, hace parte de la calidad, costos, introducción a nuevos productos.
4. Formación y crecimiento, se encarga de satisfacer a los empleados y proveer los sistemas de información.

Ilustración 1**Modelo de Balanced Scorecard**

Tomado de: <https://gestion.pensemos.com/cuales-son-las-perspectivas-del-balanced-scorecard-ejemplos>

Modelo de William Newman

Newman afirma que, entendemos mejor el proceso de planeación si primeramente estudiamos las etapas básicas de una decisión específica que se tome. (Cano Flores & Olivera Gómez, 2008). Esta teoría se remonta desde la época clásica de la administración y quizá puede ser más simple comparada con otros, pero a diferencia esta enfatiza en todas las necesidades de poder encontrar una solución alterna para encontrar el origen de las actividades de la planeación.

También, se determina las posibilidades reales de solución de problemas propios de la planeación y una vez que estén ya evaluados, se podrá preparar la meta y el objetivo estratégico, dándole un sentido pertinente a la acción de la planificación.

Ilustración 2

Modelo de William Newman

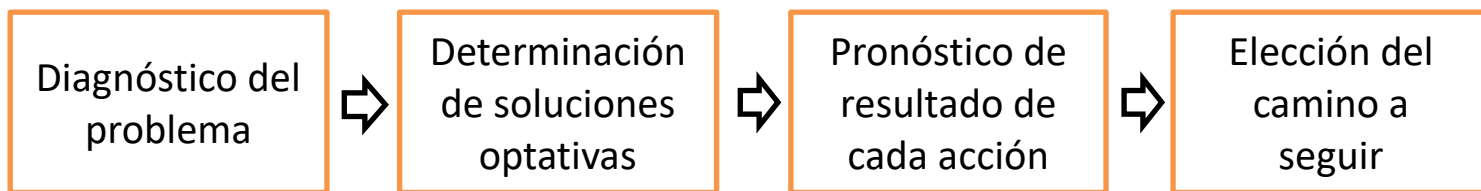


Diagrama de flujo elaborado para explicar los pasos en los cuales consiste la metodología. *Creación propia.*

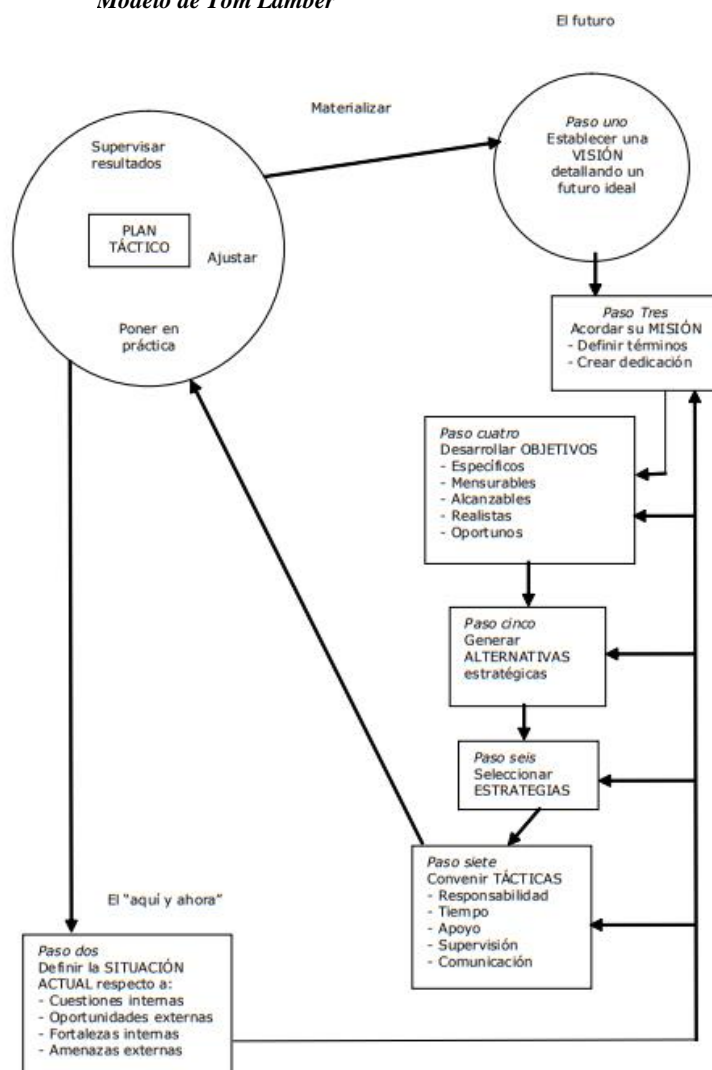
Modelo de Tom Lambert

Este modelo planteado por Lambert consiste en ocho pasos, en el cual se inicia con la comparación de la visión de futuro, el segundo paso es, definir la situación actual, el tercer paso, acordar su misión, cuarto paso, desarrollar sus objetivos, quinto paso, generar alternativas, sexto paso, seleccionar estrategias, séptimo paso, convenir tácticas, finalmente, elaborar el plan táctico.

El autor explica el modelo diciendo que el concepto más importante es que se lleve al equipo desde donde está hoy en día hasta cualquier futuro ideal que se quiera diseñar. (Cano Flores & Olivera Gómez, 2008) Esto, hace que el plan estratégico que se esté planteando pase de algo que está en el aire a algo

Ilustración 3

Modelo de Tom Lambert



Tomado de: *Algunos modelos de planeación, 2008, Cano Flores y Olivera Gómez.*

más concreto, más sólido y así mismo si es algo muy creativo, que pueda llegar a la precisión, a la exactitud.

Con lo anterior se puede concluir, que este modelo busca, poder llegar a la misión y a la visión de una manera exacta y precisa, minimizando discrepancia y llegando a objetivos reales.

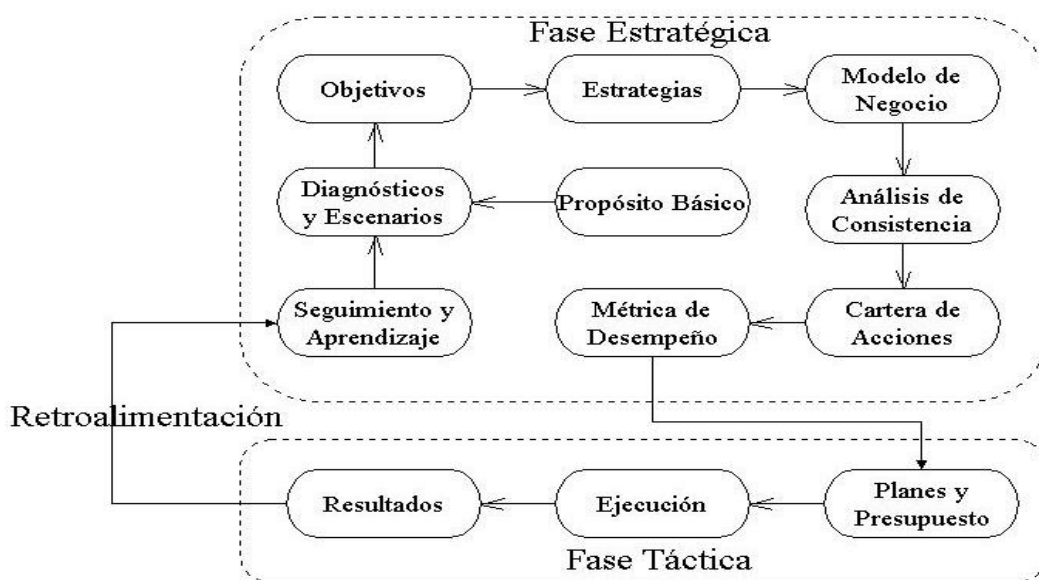
Modelo de Colón y Rodríguez

Algunos autores consideran como el modelo más fácil de interpretar, porque, es adaptable a cualquier empresa que lo implemente debido a que sus fases son sencillas y claras a la hora de analizarlas.

El modelo empieza con los objetivos del proyecto estratégico, antes que con el análisis diagnóstico como lo hacen otros modelos, y es así ya que el análisis, permite centrar todas las acciones de los planeadores. Es decir, es más analítico en las propuestas, desempeño y lo más importante el seguimiento que permita la evaluación globalizada del plan empresarial.

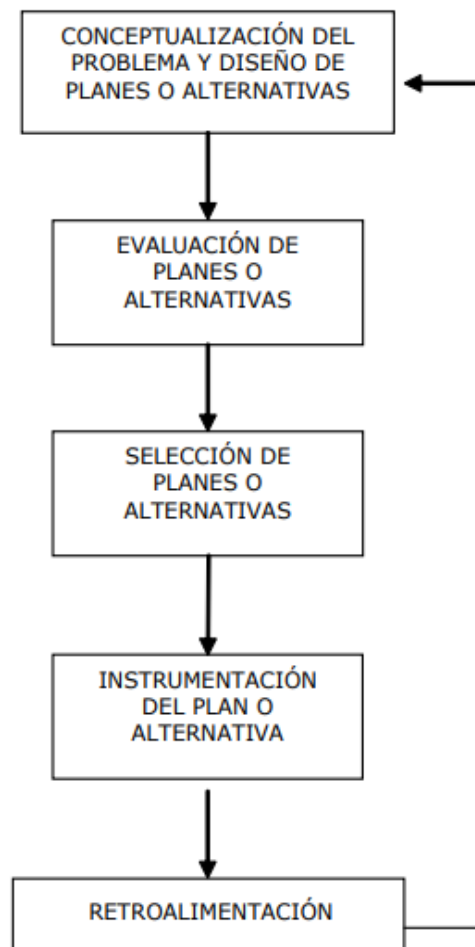
Ilustración 4

Modelo de Colón y Rodríguez



Tomado de: <https://www.monografias.com/trabajos14/planeacionestr/planeacionestr.shtml>

Ilustración 5



Tomado de: Algunos modelos de planeación, 2008, Cano Flores y Olivera Gómez

Modelo de Frank Banghart

Este modelo muestra las descripciones más claras y completas del proceso de planeación. Posee cuatro fases las cuales consiste en la definición del problema, conceptualización del problema, diseño de planes o alternativas, evaluación de planes o alternativas, selección de planes o alternativas, instrumentación de planes o alternativas y, por último, retroalimentación. (Cano Flores & Olivera Gómez, 2008).

Hay que mencionar que, este modelo posee una propuesta al modelo de Newman. Sin embargo, nos propone una idea clara de las implicaciones del proceso de la planeación estratégica. (Cano Flores & Olivera Gómez, 2008)

Modelo análisis FODA

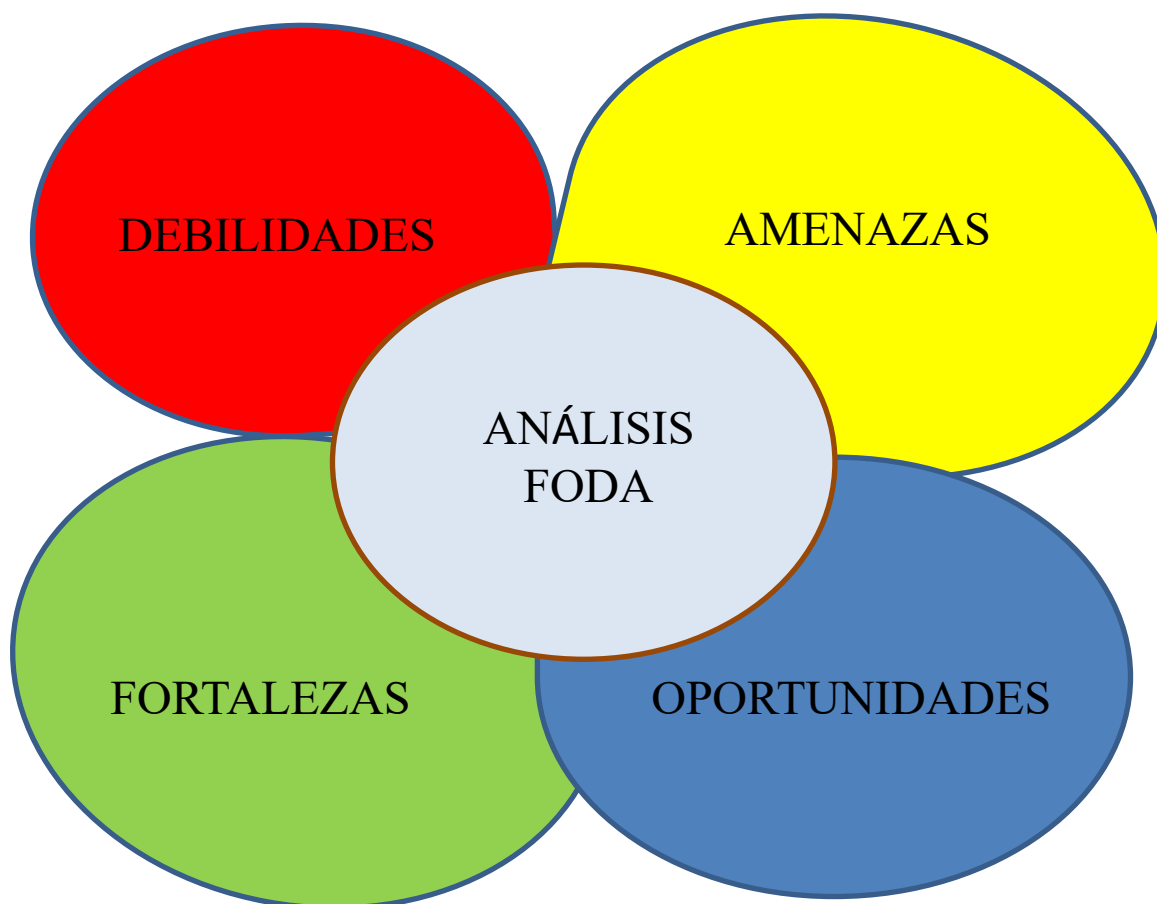
Este modelo consiste en estudiar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una empresa. Es muy importante aplicar este modelo antes de realizar cualquier estrategia comercial ya que la empresa, a partir de la información que se obtenga sobre estos factores mencionados anteriormente, puede mejorar o generar cambios organizativos que mejor se adapte a las exigencias del mercado del entorno económico. (Mariam Kiziryan, 2015).

Los componentes de esta herramienta son:

1. Análisis interno: Se debe analizar las fortalezas y las debilidades de la empresa.
2. Análisis externo: Se deben estudiar las oportunidades y las amenazas.

Ilustración 6

Modelo Análisis FODA



Modelo de análisis de Brechas

Este análisis normalmente se formula como la diferencia del estado actual y el estado deseado de una empresa. Además, comprende las razones para la brecha y formula un plan de respuesta.

Para realizarlo se debe de empezar con describir la situación actual, encontrar puntos de análisis y estos puntos encontrados cuantificarlos, también se debe de generar preguntas para enfocar un plan adecuado. Algunas de estas preguntas son:

¿Dónde estamos ahora? ¿Cuáles son las razones de las brechas? ¿Cómo podemos mejorar? Partiendo de estas preguntas se puede construir las brechas adecuadas para reforzar el plan (Savkin, 2021).

Ilustración 7

Modelo Análisis de brechas



Tomado de: <https://bscdesigner.com/es/analisis-de-brechas.htm>

Matriz comparativa de los modelos de Planeación Estratégica

Cada modelo presentado anteriormente tiene perspectivas diferentes con algunas características en común por lo que se analizará sus ventajas y desventajas, sin embargo, cabe aclarar que la utilización de uno o del otro depende de la necesidad de la organización en cuanto a la planeación estratégica que desea realizar.

Ilustración 8

Matriz comparativa de los modelos de Planeación Estratégica

Modelos	Característica	Ventajas	Desventajas
Balanced Scorecard	Análisis desde 4 perspectivas: Financiera, del cliente, de procesos internos y de formación y crecimiento	Transforma la visión en objetivos medibles Mejor gestión de la información Alinea y da estructura a toda la estrategia Estimula las transformaciones estratégicas	Cantidad de información abrumadora Puede parecer una metodología muy rígida La estrategia no se puede copiar a través de ejemplos No hay información de factores externos
William Newman	La planeación debe resolver problemas y objetivos reales. Encontrar probables soluciones alternativas, para orientar las actividades de planeación	Modelo sencillo De fácil comprensión Puede impulsar el pensamiento disruptivo	No se acopla a las nuevas tendencias Se centra en resolución de problemas
Tom Lambert	El modelo brinda una sólida base para enfocar el pensamiento en una estrategia para lograr los objetivos propuestos	Guía con un paso a paso Hace que la planeación vaya de la especulación a la exactitud y precisión Lleva al equipo desde donde está a al futuro que se quiera diseñar Es uno de los modelos más completos	Puede hacerse un mal diagnóstico de la situación Se desconoce los principios y la cultura empresarial
Colon y Rodriguez	Identifica fortalezas y debilidades de la empresa y con base en estas, desarrolla un plan de acción conducido al logro de las metas	Fácil de comprensión e interpretación Es bastante detallado Es adaptable a cualquier empresa	Escenario hipotético Es un proceso largo Al llegar a la retroalimentación se reanuda el modelo. Nunca termina.
Frank Banghart	Posee cuatro fases: la definición del problema, conceptualización del problema, diseño de planes o alternativas, evaluación de planes o alternativas, selección de planes o alternativas, instrumentación de planes o alternativas y, por último, retroalimentación	Es una de las descripciones más claras y completas del proceso de planeación Permite establecer paso a paso las estrategias que se buscan implementar Se realiza seguimiento de las estrategias ya implementadas	Se centra en problemas internos Ignora factores externos El diseño alternativas unidas con varias etapas generales en una sola puede generar una errada forma de llevar a cabo cada proceso para la solución de problemas
Análisis FODA	Es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. Se utilizan cuatro aspectos para su desarrollo: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas	Comprende aspectos de análisis tanto internos como externos Analiza el mercado en general Es un diagnóstico certero de una empresa o proyecto en particular	No es tan profundo y detallado Es solo una pequeña etapa de todo el proceso de planificación No da soluciones u otras alternativas
Análisis de Brechas	Un método para evaluar las diferencias entre el desempeño real y el desempeño esperado en una organización o negocio	Permite que las empresas evalúen su desempeño actual Analiza las causales Crea soluciones para acercarse a su desempeño ideal	Situación hipotética para el futuro No tiene en cuenta los factores externos a la empresa Se debe realizar más investigación para la interpretación

Matriz en la cual se describen las características, ventajas y desventajas de cada modelo de PE anteriormente presentado. *Creación propia.*

Investigación de mercado

Ahora, se presentará la ficha técnica y los resultados del sondeo que se realizó por medio de una encuesta digital a la población objetivo, que en este caso sería el nicho de mercado al cual se dirigirá el emprendimiento, las cuales son personas mayores de 20 años de estratos 3 y 4 de la ciudad de Cali. Lo anterior con el propósito de determinar el grado de aceptación que pueda tener la idea de negocio “Zero Waste”.

Ficha técnica

Tabla 2

Ficha técnica del sondeo para Zero Waste

Nombre del sondeo	Zero Waste
Universo	Población que realiza mercado en su hogar
Unidad de muestreo	Ciudadanos caleños de estratos socioeconómico del 1 al 6, en un rango de edad entre los 20 a los 60 años.
Fecha de creación	2021-05-17
Área de cobertura	Los diferentes barrios de la ciudad de Cali
Técnica de recolección de datos	Sondeo realizado vía formato de Google forms y disponible en la red social WhatsApp.
Objetivo de la encuesta	Conocer el grado de aceptación que pueda tener la idea de negocio Zero Waste en la ciudad de Cali.
Nº de preguntas formuladas	Diecisiete (17)
Tipo de preguntas aplicadas	Cerradas (16) y abierta (1)
Escala empleada para medición	Visual y binaria
Alcance del sondeo	54 personas

Resultados

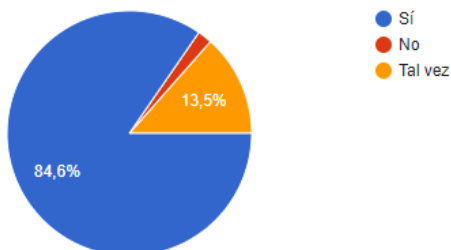
A través del sondeo realizado se encontró ciertas características en nuestros clientes potenciales por lo que se procede a crear un perfil del cliente con los datos más significativos del sondeo. Nuestro posible cliente es una mujer de entre 20 y 30 años, de estrato 3 de la ciudad de Cali, soltera o de familia nuclear (formada por los progenitores y uno, dos o más hijos), con un nivel de educación superior, empleada y que posiblemente haga el mercado para su hogar cada 15 o 30 días.

Por otro lado, el sondeo en sus resultados más relevantes nos muestra las preferencias de las personas hacia los empaques y las formas de compra más ecológicas. Así pues, como se puede observar en la *Ilustración 9*, el 84,6% de los encuestados le gustaría que los productos que compren como frutas y verduras fueran empacados en materiales diferentes al plástico y en la *Ilustración 10*, nos demuestra que el 78,8% de las personas estarían dispuestas a comprar en otro formato al tradicional (al granel) para reducir su consumo de plástico.

Ilustración 9

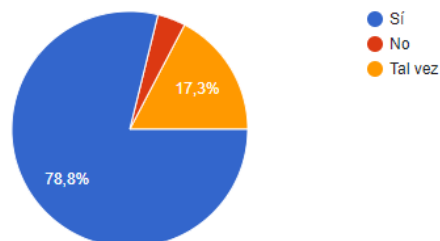
¿Le gustaría que sus productos como frutas y verduras fueran empacados en materiales diferentes al plástico?

52 respuestas



¿Estaría dispuesto a comprar a granel si esto reduce su consumo de empaques de plástico?

52 respuestas



Resultados del sondeo. *Creación propia.*

Por consiguiente, con la información suministrada por esta investigación de mercados para la idea de negocio, se logró descubrir el insight de nuestros consumidores, pues estos quieren encontrar productos y servicios que conecten con su deseo de equilibrar calidad, conveniencia y asequibilidad con el de minimizar las consecuencias ambientales y sociales desfavorables durante la vida útil de los productos. Es por esto que Zero Waste propone ofrecer un lugar en el cual los caleños encuentren productos y servicios para su canasta básica familiar que sean ecológicos para promover hábitos de compra sustentables.

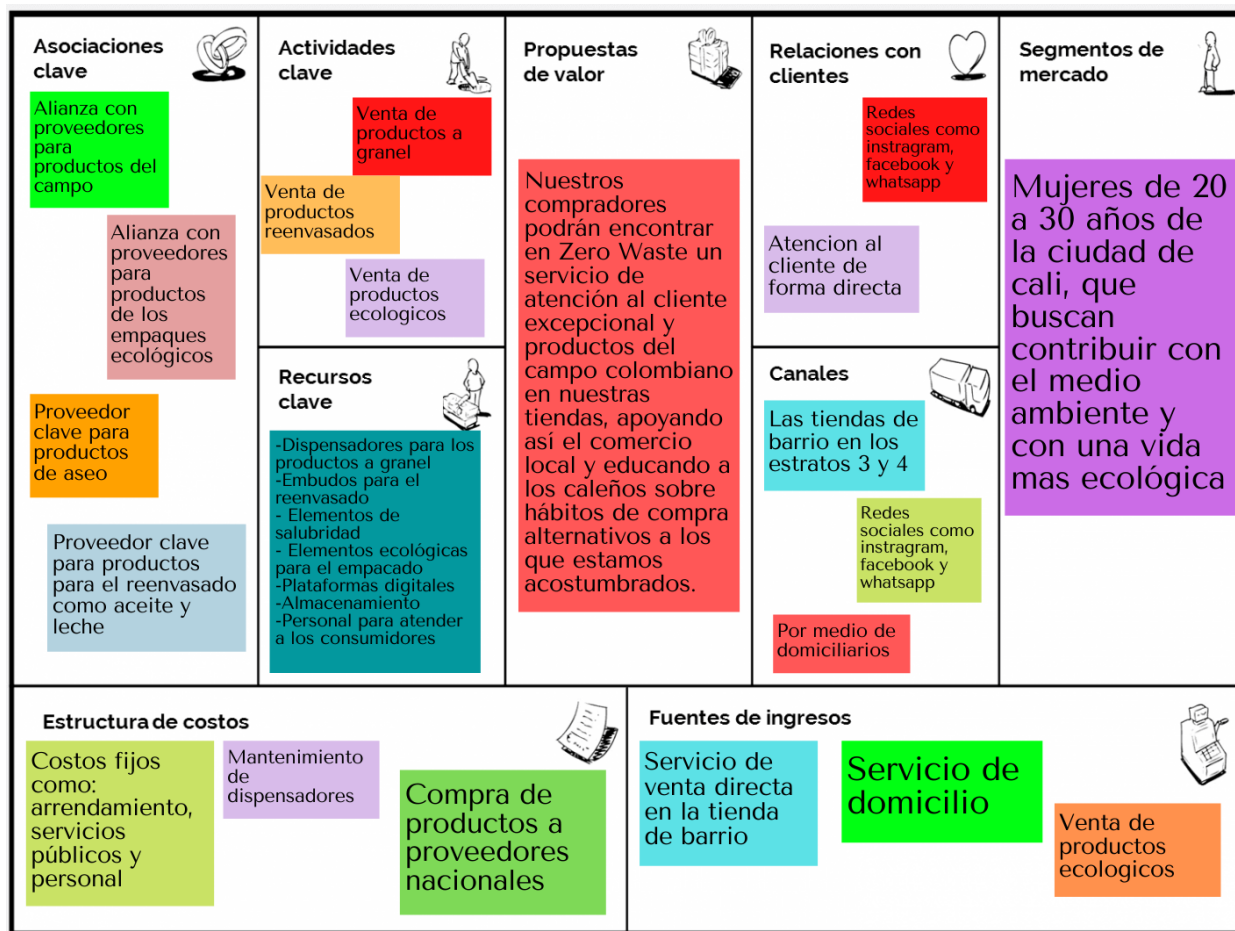
Modelo Canvas

El siguiente modelo consiste en mostrar de manera lógica la interconexión de nueve aspectos básicos de un modelo de negocio (Carazo Alcalde, 2017). El cual se inicia con la segmentación de clientes, llegando a un nicho de mercado más pertinente para satisfacer necesidades y deseos. Luego, se presenta la propuesta de valor, por la cual el cliente comparará con nosotros y no con otros, después los canales que se utilizarán para llegar de forma eficaz a los clientes. En la misma línea a nivel cliente, realizamos la relación con los clientes, para conocer correctamente y tener éxito en el negocio.

El siguiente paso es definir cuáles son los recursos claves, los cuales se debe de tener presenta para saber con qué implementos se debe de contar para llevar a cabo la actividad del negocio. Luego, se tiene presente cuales son los aliados claves que serán imprescindible para desarrollar de manera óptima y segura el negocio. Por otro lado, desarrolla el flujo de ingresos que muestra que tan rentable es la idea de negocio y como sobreviviría en el mercado y por último, se define los costos en los que se incurre la idea para tener clara la estructura y tener un presupuesto solvente.

Ilustración 10

Modelo Canvas de Zero Waste



Flujo de caja Zero Waste

Dado que se tiene claridad en la estructura de ingresos y costos del modelo de negocio, se puede crear un flujo de caja, es decir las posibles entradas y salidas de dinero del emprendimiento, puesto que esta resulta indispensable para conocer el posible estado de la empresa ya que brinda información sobre la liquidez que se puede llegar a tener, si estará en capacidad de pagar sus deudas y sobrevivir en el mercado.

En la siguiente imagen se mostrará el flujo de caja realizado a partir de una estandarización de una canasta familiar compuesta por productos alimenticios a granel, productos de aseo, cuidado personal y otros artículos ecológicos. Luego, se produjo una proyección de ventas mensuales en un rango de un año basado en esa canasta estandarizada. Esta proyección tiene como meta que cada mes, las ventas (medidas en cantidad de canastas), aumenten un 20% respecto al mes anterior, como se puede observar en los Anexos 1 y 2 respectivamente.

Tabla 3

Flujo de caja para Zero Waste

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Caja Inicial	0	3.124.893	2.015.835	1.060.088	336.643	-163.602	-447.655	-430.216	-113.453	503.260	1.513.615	2.924.679
Inversiones Préstamo	5.000.000											
Ingresos												
Ventas	1.732.500	1.905.750	2.096.325	2.305.958	2.536.553	2.790.209	3.069.229	3.376.152	3.713.768	4.085.144	4.493.659	4.943.025
Total Ingresos	6.732.500	5.030.643	4.112.160	3.366.046	2.873.197	2.626.607	2.621.575	2.945.936	3.600.315	4.588.405	6.007.274	7.867.704
Egresos												
Compra de dispensadores	600.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Arrendamiento	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Pago de nomina	908.526	908.526	908.526	908.526	908.526	908.526	908.526	908.526	908.526	908.526	908.526	908.526
Proveedores	800.000	807.200	814.465	821.795	829.191	836.654	844.184	851.781	859.447	867.182	874.987	882.862
Pago de servicios publicos	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Pago de mantenimiento	0	0	30.000	0	0	30.000	0	0	30.000	0	0	30.000
Amortización deuda	149.081	149.081	149.081	149.081	149.081	149.081	149.081	149.081	149.081	149.081	149.081	149.081
Total Egresos	3.607.607	3.014.807	3.052.072	3.029.402	3.036.798	3.074.261	3.051.791	3.059.389	3.097.055	3.074.790	3.082.594	3.120.469
Flujo de caja total	3.124.893	2.015.835	1.060.088	336.643	-163.602	-447.655	-430.216	-113.453	503.260	1.513.615	2.924.679	4.747.234

Para la creación del flujo de caja se considera acceder a un préstamo de cinco millones de pesos a un plazo de 60 meses con una tasa del 25,79% (Grupo Bancolombia, 2021) para hacer la inversión inicial y que el emprendimiento pueda empezar con sus operaciones comerciales en el primer mes. Posteriormente, los gastos fijos y operacionales futuros, además de la amortización de la deuda del préstamo, se cubrirán con los ingresos por ventas que se efectúen mes a mes.

Conclusiones

Con la solución de este trabajo de grado como un anticipo sobre la investigación del emprendimiento se puede concluir lo siguiente:

En primer lugar, se investigó todo lo relacionado con el plástico: sus tipos y usos, su proceso de desintegración y sobre todo, cómo este afecta directamente el planeta. Además, se hizo una investigación exhaustiva sobre la historia del plástico y cómo este se ha ido integrando en el uso cotidiano de las familias a la hora de comprar los alimentos de la canasta básica.

En segundo lugar, incursionamos en el estudio de la planeación estratégica para desarrollar de forma óptima el emprendimiento Zero Waste, ya que, la información recolectada, dio herramientas pertinentes para evolucionar correctamente en las estrategias que ayudarán a posicionarse como una marca líder ecológica en el mercado caleño. Debido a que, es poco convencional escuchar que las tiendas de barrio decidan hacer un cambio en el uso de empaques plásticos a otras maneras más ecológicas.

Por otro lado, la planeación estratégica permitió tener un panorama más amplio de las necesidades que se querían satisfacer, por medio de modelos como el FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) que posibilitan a la mejora constante de las debilidades y amenazas que se encuentran en el mercado.

En tercer lugar, al desarrollar este proyecto se logró crear la misión, visión y la ventaja competitiva pertinente para Zero Waste que nos ayudará a centrarnos más en las necesidades de las personas y tener unos objetivos planeados para ir construyendo en el corto y largo plazo. Así mismo, la creación de un logo que logra comunicar lo que la marca quiere que sus posibles clientes entiendan de ella y que conecta con su sentido de responsabilidad ambiental.

Sumado a esto, se desarrolló dos formas de planificar las finanzas en el emprendimiento. El primero fue un modelo Canvas, en el cual se expone un plan a seguir de los aspectos básicos que debe tener en cuenta cualquier marca partiendo de esclarecer información sobre proveedores, costos, ingresos, propuesta de valor que se presenta a los clientes y la manera en la que se desenvolverá el emprendimiento como los canales por los cuales llegaremos al segmento de mercado y en segundo lugar, un flujo de caja que permite ceñir un modelo estándar de compra para fijarnos metas en cuanto a las ventas y organizar de manera óptima los egresos que se generarán en el corto y largo plazo, con el que se logró visualizar que después del tercer trimestre se tendrían pérdidas como cualquier emprendimiento nuevo, sin embargo, el negocio se recuperará a partir del mes de septiembre.

Finalmente, todos los pasos a seguir presentados fueron logrados, gracias a una planeación estratégica desde de las finanzas hasta la parte logística del emprendimiento, debido a que, si no se tiene estas herramientas claras no se podría atender a las señales que va mostrando el mercado durante el proceso y quizás no se tendrían las bases suficientes para desafiar los cambios que se generan dentro de él. Por ello, siempre se debe desarrollar y aplicar una planeación estratégica para que la ejecución de una idea de negocio sea exitoso y duradero.

Aprendizajes

1. Gracias a la planeación estratégica pudimos desarrollar con éxito una estrategia para que el emprendimiento pueda subsistir en el mercado y ser una marca competitiva.
2. Entender que la mejor manera de organizar las finanzas es estandarizar las ventas y trazarse objetivos desde el principio para no desviar el camino y enfocarse.
3. La mejor manera de que una marca persista en el tiempo es crear una ventaja competitiva que sea influyente en los consumidores y una propuesta de valor que conecte con los futuros clientes.

Bibliografía

- ABC Pack. (s.f.). *Enciclopedia ABC pack*. Obtenido de Historia de los plásticos: <https://www.abc-pack.com/enciclopedia/historia-de-los-plasticos/>
- ACIPLAST. (s.f.). *Cámara Costarricense de la Industria Del Plástico*. Obtenido de El plástico y sus tipos: <https://aciplast.org/el-plastico-y-sus-tipos/>
- Álvarez, M. L. (1997). *el ABC de los plásticos*. México, DF: Universidad Iberoamericana.
- Arellano, H. (15 de Mayo de 2017). *La calidad en el servicio como ventaja competitiva* . Obtenido de http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3194/1/Calidad_servicio.pdf
- Bustamante, M. (1991). *Los conceptod de: Misión, Visión y Proposito estrategico*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53655475/Mision__Vision_y_Proposito_Estrategico.pdf?1498402538=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLOS_CONCEPTOS_DE_MISION_VISION_Y_PROPOS.pdf&Expires=1618285234&Signature=LtJgWxdixfN2bj2nxZ2dLRJCJEYi5
- Cano Flores, M., & Olivera Gómez, D. (2008). *Modelos de planeacion* . Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/modelos2008-2.pdf>
- Carazo Alcalde, J. (14 de Junio de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- Galan Sanchez, J. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/plan-estrategico.html>
- García Astillero, A. (10 de Julio de 2019). *Ecología Verde*. Obtenido de <https://www.ecologiaverde.com/contaminacion-por-plasticos-causas-consecuencias-y-soluciones-2114.html>
- Green Peace. (s.f.). *Green Peace Org*. Obtenido de <https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/consumismo/plasticos/>
- Grupo Bancolombia. (2021). *Bancolombia*. Obtenido de https://www.grupobancolombia.com/personas/creditos/consumo/credito-libre-inversion?gclid=CjwKCAjwqeWKBhBFEiwABO_XBk2_voeJRvihJWU0tN84Xfbb-HDTazHaJ_LuKbzq5VhgbVhcPUHX6RoC8cgQAvD_BwE
- Johnson, S. (1836). *Johnson's Dictionary*. Boston: Charles J. Hendee.
- Mariam Kiziryan. (27 de Mayo de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-dafo.html>
- Plastics Europe. (s.f.). *Plastics Europe Org*. Obtenido de <https://www.plasticseurope.org/es/about-plastics/what-are-plastics>
- Roncacio, G. (2018). *Gestion.pensemos*. Obtenido de <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>
- Savkin, A. (26 de Enero de 2021). *BSC Designer*. Obtenido de <https://bscdesigner.com/es/analisis-de-brechas.htm>
- Thompson, A., Jugar, J., Peteraf, M., & Strick Land III, A. (1999). *Administración estratégica teoría y casos*. México.
- Thopson, I. (s.f.). *Misión y Visión* . Obtenido de <http://www.colegio-isma.com.ar/Secundaria/Apuntes/Mercantil/4%20Mer/Administracion/Mision%20y%20Vision.pdf>
- UNEP. (24 de Agosto de 2018). *Programa de las Naciones Unidad para el Medio Ambiente*. Obtenido de <https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/reportajes/un-problema-doble-el-plastico-tambien-emite-potentes-gases-de>
- Whitney, W. D. (1895). *The Century Dictionary* (Vol. I). New York: The Century Co.

