

Propuesta de Modelo de Negocio para la Empresa  
Transformat SAS en el Municipio de Yumbo Valle del Cauca

Luz Karime Arboleda Ospina  
Ceida Carolina Parra

Fundación Universitaria San Martín  
Facultad de Escenarios Múltiples  
Administración de Empresas

Palmira Valle del Cauca

2016

**PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA  
TRANSFORMAT SAS EN EL MUNICIPIO DE YUMBO – VALLE DEL CAUCA**

**LUZ KARIME ARBOLEDA OSPINA  
CEIDA CAROLINA PARRA**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTIN  
FACULTAD DE ESCENARIOS MÚLTIPLES  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PALMIRA VALLE DEL CAUCA  
2016**

**PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA  
TRANSFORMAT SAS EN EL MUNICIPIO DE YUMBO – VALLE DEL CAUCA**

**LUZ KARIME ARBOLEDA OSPINA  
CEIDA CAROLINA PARRA**

**Trabajo de grado para optar el título de  
Administración De Empresas**

**FRANCISCO JAVIER DURAN  
DIRECTOR TÉCNICO  
JAIRO ANDRÉS LONDOÑO  
DIRECTOR METODOLÓGICO**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTIN  
FACULTAD DE ESCENARIOS MÚLTIPLES UADV  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PALMIRA VALLE DEL CAUCA  
2016**

## CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN.....	14
1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	15
1.1 TÍTULO DEL PROYECTO.....	15
1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	15
1.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	18
2. OBJETIVOS.....	19
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	19
2.2 OBJETOS ESPECÍFICOS .....	19
3. JUSTIFICACIÓN.....	20
4. MARCOS DE REFERENCIA.....	22
4.1 MARCÓ HISTÓRICO.....	22
4.2 MARCÓ TEÓRICO.....	25
4.2.1 Logística Inversa.....	25
4.2.2 Business model canvas.....	28
4.2.3 Cadena de valor.....	31
4.2.4 Cinco fuerzas de porter.....	34
4.3 MARCO CONTEXTUAL.....	37
4.4 MARCO LEGAL.....	40

5.	ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	50
5.1	TIPO DE ESTUDIOS.....	50
5.1.1	Estudio exploratorio.....	50
5.1.2	Estudio descriptivo.....	50
5.2	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	50
5.2.1	Método de observación.....	50
5.2.2	Método de análisis.....	51
5.2.3	Método de encuesta.....	51
5.2.4	Diseño de investigación.....	58
5.2.5	Fuentes y técnicas para la recolección de información.....	58
5.2.6	Resultados esperados.....	59
6.	ESTUDIO DE MERCADO.....	60
6.1	ANÁLISIS DEL SECTOR.....	61
6.2	ESTRUCTURA DEL MERCADO.....	63
6.2.1	Análisis de demanda .....	63
6.2.2	Análisis de la oferta.....	65
6.3	CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	65
6.3.1	Clientes.....	65
6.3.2	Competencia.....	66
6.4	PLAN DE MERCADEO.....	68
6.4.1	Producto .....	68
6.4.2	Ventajas Comparativas.....	71
6.4.3	Ventajas Competitivas.....	72
6.4.4	Estrategia de precios.....	72
6.4.5	Estrategia de ventas.....	74
6.4.6	Táctica de venta 1. Modelo de satisfacción de las necesidades.....	75
6.4.7	Táctica efectiva 2. Modelo de resolución de problemas.....	75
6.4.8	Estrategia promocional .....	76
6.4.9	Estrategia de distribución .....	77

6.4.10 Política de producción.....	78
6.4.11 Nombre de la Empresa .....	78
6.4.12 Logo.....	78
6.4.13 Misión.....	79
6.4.14 Visión.....	79
6.4.15 Valores Corporativos.....	79
6.4.16 Filosofía de trabajo.....	80
6.4.17 Competencias organizacionales.....	81
6.4.18 Análisis FODA.....	82
6.5 CADENA DE VALOR.....	83
6.6 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	84
6.6.1 Poder de negociación.....	85
6.6.2 Competencia futura.....	85
6.6.3 Competidores actuales.....	85
6.6.4 La amenaza.....	86
6.6.5 El poder de negociación.....	86
6.7 ANÁLISIS DE ATRACTIVIDAD.....	86
6.7.1 Del macro-entorno.....	86
6.7.2 Del micro-entorno.....	87
7. BUSINESS MODEL CANVAS.....	89
7.1 MÓDULO 1 – SEGMENTOS DE MERCADO.....	89
7.2 MÓDULO 2 – PROPUESTA DE VALOR.....	90
7.3 MÓDULO 3 – CANALES .....	93
7.4 MÓDULO 4 - RELACIONES CON LOS CLIENTES.....	94
7.5 MÓDULO 5 – FLUJO DE INGRESOS.....	95
7.6 MÓDULO 6 – ACTIVIDADES CLAVES.....	98
7.7 MÓDULO 7 - RECURSOS CLAVES.....	103
7.8 MÓDULO 8 – ALIANZAS CLAVES.....	110
7.9 MÓDULO 9 - ESTRUCTURA DE COSTOS .....	111

7.10	LIENZO TERMINADO DEL MODELO .....	115
8.	Cronograma evolución propuesta de negocio.....	117
9.	CONCLUSIONES.....	118
10.	RECOMENDACIONES.....	120
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	121
	ANEXOS .....	124

## **INTRODUCCIÓN**

Actualmente no se habla solo de la realidad de un país, ahora el panorama se visualiza de forma mundial, las fronteras ya no representan límites y la competencia es global. El reto es cada vez mayor para las empresas, ya no se trata de vender un producto, se trata de vender una propuesta de valor. El hecho de que las personas compren una experiencia ha generado un fenómeno en el cual las empresas deben evaluar constantemente la propuesta con la que se está brindando satisfacción al cliente, para proponer una manera innovadora de satisfacer las necesidades y no caer en la obsolescencia del modelo de negocio.

Muchas empresas han surgido con éxito y a una velocidad increíble han capturado innumerables usuarios o clientes, y otras han llegado a ser los líderes del mercado y por falta de innovación en su modelo de negocio han llegado al fracaso.

La adaptabilidad de una empresa al cambio y el paso a la innovación, es lo que define el futuro de una organización hacia el éxito o el fracaso.

La finalidad de esta propuesta de modelo de negocio es determinar mediante un estudio de las variables contextuales, de marketing, técnicas, organizacionales, legales y financieras y la oportunidad de crear en el municipio de Yumbo una empresa Recicladora y Procesadora de plástico PET para ser reincorporado al ciclo de producción y darle paso a otro nuevo producto, el cual se someterá un análisis multidisciplinario y se consideraran todos los factores que participan y afectan al proyecto mediante una estrategia de fomento de una cultura del reciclaje hacia los habitantes del municipio, para que sean agentes activos en el proceso de recolección, de esta manera garantizar el desarrollo ambiental del municipio de Yumbo.



### **Nota**

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

**[repositoriofusm@sanmartin.edu.co](mailto:repositoriofusm@sanmartin.edu.co)**