

TABLA DE CONTENIDO

1	Introducción	1
2	Objetivos.....	2
2.1	Objetivo general.....	2
2.2	Objetivos específicos.....	2
3	Marco conceptual	3
3.1	Primeros hitos del reciclaje en el mundo	3
3.2	¿Qué es un residuo?	3
3.3	Clasificación de los RSM	4
3.4	Tipo y cantidad de residuos que desechan los hogares en Chile.....	4
3.5	Manejo de Residuos	6
3.6	Empresas valorizadoras	6
4	Diagnóstico de la situación actual del mercado	7
4.1	La comuna de Estación Central.....	7
4.1.1	Población.....	7
4.1.2	Tipos de viviendas.....	8
4.1.3	Residuos generados.....	9
4.1.4	Compromiso medioambiental de la comuna.....	9
4.2	Marco legal vigente.....	9
5	Investigación de mercado.....	11
5.1	Resultados.....	11
5.1.1	Análisis de clientes	11
5.1.2	Compromiso con el reciclaje.....	12
5.1.3	Reconocimiento de marcas	14
5.1.4	Hipótesis de servicio.....	15
5.1.5	Canales de comunicación.....	17
5.1.6	Resumen de la investigación de mercado	18
6	Análisis de la competencia.	20
6.1	Servicios gratuitos	20
6.1.1	Recicladores de base	20
6.1.2	Puntos verdes y puntos limpios	21
6.1.3	Análisis de fortalezas y debilidades	23
6.2	Servicios pagados	24
6.2.1	Empresas de reciclaje a domicilio pagadas.....	24
6.2.2	Análisis de servicios y valores	24
6.2.3	Análisis de canales de publicidad	25
6.2.4	Análisis de fortalezas y debilidades	25
7	Benchmarking.....	27
7.1	Mercado nacional	27
7.1.1	Comuna de Santiago	27
7.1.2	Comuna de Providencia	28
7.2	Mercado Internacional	29
7.2.1	San Francisco, California, EEUU.....	29
7.2.2	Tokio, Japón	30
7.2.3	Flandes, Bélgica	31
7.3	Análisis de benchmarking.....	32
8	Análisis de las empresas valorizadoras.....	33

9	Analisis PEST	35
9.1	Factores políticos.....	35
9.2	Factores económicos.....	35
9.3	Factores sociales.....	36
9.4	Factores tecnológicos.....	37
10	Análisis del entorno	38
11	Análisis del mercado potencial	39
12	Análisis FODA	41
12.1	Segmentos	41
13	Estrategia Comercial	44
13.1	Segmento objetivo.....	44
13.2	Objetivo estratégico.....	44
13.3	Posicionamiento	44
13.4	Estrategia de productos/servicios	44
13.5	Estrategia de precios	46
13.6	Fidelización.....	47
13.7	Estrategia de distribución	48
13.8	Estrategia de comunicación.....	48
13.9	Centro de operaciones	49
13.10	Estructura organizacional	51
14	Aspectos técnicos.....	53
14.1	Layout de instalaciones	53
14.2	Definición de equipamiento y tecnologías a implementar.....	54
15	Evaluación económica.....	56
15.1	Supuestos generales.....	56
15.2	Tasa de descuento	56
15.3	Ingresos.....	57
15.3.1	Ingresos por venta de planes	57
15.3.2	Ingresos por venta residuos valorizables recolectados	57
15.3.3	Ingreso por auspicios.....	58
15.4	Costos operacionales	58
15.4.1	Costos por contenedores.....	58
15.4.2	Costos por camión.....	59
15.4.3	Costos por transacciones bancarias.....	59
15.5	Gastos de administración y ventas.....	59
15.5.1	Remuneraciones.....	59
15.5.2	Publicidad	59
15.5.3	Arriendo centro de operaciones.....	60
15.5.4	Contabilidad.....	60
15.5.5	Cuentas de servicios e insumos de oficina.....	60
15.5.6	Tecnologías de la información	60
15.6	Inversión	60
15.7	Depreciación.....	60
15.8	Fuentes de financiamiento.....	61
15.9	Participación de mercado	62
15.10	flujo de caja	62
15.10.1	Cálculo del flujo	62
15.10.2	Valor residual.....	65
15.10.3	VAN Y TIR	66

15.11	Análisis de sensibilidad.....	66
16	Conclusiones y recomendaciones	68
16.1.1	Conclusiones	68
16.1.2	Recomendaciones	69
17	Bibliografía.....	70
Anexo A:	Encuesta.....	71
Anexo B:	Layout centro de operaciones.....	82
Anexo C:	Costos camión recolector	83
Anexo D:	Costos de implementación	85
Anexo E:	Depreciación	86
Anexo F:	Participación de mercado.....	87
Anexo G:	Flujos de caja	89