

República Dominicana

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA - UNIBE



Escuela de Mercadeo

Proyecto Final para optar por el título de Licenciado en Mercadeo

**Plan de Mercadeo 2024 para el reposicionamiento de Cilpen Global Business, S.R.L.,
empresa dedicada a la recolección y reciclaje de desechos sólidos, en la ciudad de Santiago
de los Caballeros, República Dominicana en el período septiembre-diciembre 2023.**

Realizado por:

María Alessia Giglio 21-0198

Giannina Reyes 21-0473

Asesores:

Marcia Rincón Liriano de Ortega

Julian Donaty Baldera Piantini

Santo Domingo, D.N.

Noviembre 26, 2023

***Los conceptos expuestos en la
presente investigación son de la
exclusiva responsabilidad de los
sustentantes de la misma***

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTOS.....	x
RESUMEN EJECUTIVO.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	xii
Capítulo 1. Delimitación del Tema.....	xiii
DELIMITACIÓN DEL TEMA.....	xiii
1.1 Título.....	xiii
1.2 Planteamiento del Problema.....	xiii
1.3 Marco Espacial / Delimitación Geográfica.....	xiv
1.4 Limitantes de la Investigación.....	xiv
1.5 Justificación.....	xiv
ANTECEDENTES DEL PROBLEMA, REVISIÓN DE LITERATURA Y ESTADO DEL ARTE.....	xv
2.1 Literatura Profesional y Académica acerca de un plan de mercadeo.....	xv
2.2 Estudios Previos.....	xvii
2.3 Marco conceptual.....	xviii
Capítulo 2. Generalidades Empresa Elegida.....	xx
GENERALIDADES EMPRESA.....	xx
3.1 Descripción Empresa.....	xx
3.2 Historia y Evolución.....	xx
3.3 Principales Productos.....	xxi
3.4 Naturaleza de los clientes.....	xxiii
MARCO ORGANIZACIONAL.....	xxiv
4.1 Estructura Organizacional.....	xxiv
4.2 Definición de puestos.....	xxiv
MARCO LEGAL.....	xxviii
5.1 Leyes, Decretos.....	xxviii
5.2 Regulaciones.....	xxx
5.3 Acuerdos Comerciales.....	xxx
MARCO ESTRATÉGICO.....	xxxí
6.1 Grupos de interés.....	xxxí
6.2 Externos.....	xxxii

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS.....	xxxiii
7.1 Visión.....	xxxiii
7.2 Misión.....	xxxiii
7.3 Valores.....	xxxiv
7.4 Cultura Organizacional.....	xxxiv
7.5 Principales Estrategias Implementadas.....	xxxv
7.6 Modelo de Gestión Estratégica.....	xxxv
Capítulo 3. Análisis Situacional.....	xxxvii
ANÁLISIS FACTORES INTERNOS ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR.....	xxxvii
8.1 Logística Interna.....	xxxvii
8.2 Producción / Operaciones.....	xxxvii
8.3 Logística Externa.....	xxxix
8.4 Marketing y Ventas.....	xl
8.5 Servicios.....	xli
8.6 Aprovisionamiento.....	xli
8.7 Desarrollo Tecnológico.....	xlii
8.8 Gestión de Recursos Humanos.....	xlii
8.9 Contabilidad y Finanzas-Ventas de la categoría o marca que hace el plan.....	xliii
8.10 Gestiona Empresarial.....	xliv
RECURSOS Y CAPACIDADES.....	xlvi
9.1 Indicadores de la Cadena de Valor.....	xlvi
9.2 Matriz de Recursos y Capacidades.....	xlvi
9.3 Competencias Distintivas - Ventaja Competitivas.....	xlviii
MATRIZ EVALUACIÓN FACTORES INTERNOS (EFI).....	l
10.1 Análisis de Fortalezas.....	l
10.2 Análisis de Debilidades.....	l
10.3 Matriz Telaraña.....	li
ANÁLISIS FACTORES EXTERNOS ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE PESTEL.....	lii
11.1 Perspectiva Política.....	lii
11.2 Perspectiva Económica.....	liii
11.3 Perspectiva Sociodemográficas.....	liv
11.4 Perspectiva Tecnológica.....	lv
11.5 Perspectiva Ambiental.....	lvi

11.6 Perspectiva Legal.....	lvii
ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO.....	lviii
12.1 Descripción de la industria a la que pertenece la empresa.....	lviii
ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES.....	lix
13.1 Alcance de la competencia y grado de integración de la misma.....	lix
13.2 Posición y movimientos estratégicos de los competidores.....	lx
13.3 Grupo estratégico en que se desarrolla.....	lxi
13.4 Posicionamiento Competitivo.....	lxii
13.5 Tamaño del mercado y datos del mercado.....	lxiii
13.6 Grado de diferenciación de productos.....	lxiv
13.7 Análisis de Tendencias.....	lxv
13.8 Fuerzas impulsoras y Factores Claves de Éxito en la Industria.....	lxvi
ANÁLISIS DE PORTER PARA LA INDUSTRIA EN LA QUE SE DESARROLLA LA EMPRESA O PROYECTO.....	lxvii
14.1 Entorno Competitivo.....	lxvii
14.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	lxviii
14.3 Rivalidad entre competidores existentes.....	lxix
14.4 Amenaza de productos y servicios sustitutos.....	lxx
14.5 Poder de negociación del proveedor.....	lxx
14.6 Poder de negociación del cliente.....	lxxi
MATRIZ EVALUACIÓN FACTORES EXTERNOS.....	lxxi
15.1 Análisis de Amenazas.....	lxxi
15.2 Análisis de Oportunidades.....	lxxii
15.3 Matriz de perfil competitivo (CPM).....	lxxiii
Capítulo 4 Investigación de Mercados.....	lxxiv
DISEÑO METODOLÓGICO.....	lxxiv
16.1 Tipo de Investigación.....	lxxiv
16.2 Metodología de investigación.....	lxxiv
16.2.1 Objetivos de la Investigación.....	lxxiv
16.3 Técnica de investigación.....	lxxv
MÉTODO O PLAN DE MUESTREO.....	lxxv
17.1 Universo.....	lxxv
17.2 Población.....	lxxv

17.3	Calculo y tamaño de la muestra.....	lxxvi
17.4	Marco de la muestra.....	lxxvii
17.5	Tipo de muestreo.....	lxxviii
17.6	Diseño de instrumento de recolección.....	lxxviii
17.7	Levantamiento y análisis de los datos.....	lxxxiii
17.8	Análisis de los Datos.....	lxxxiii
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	c
18.1	Conclusión según objetivos Específicos planteados.....	c
18.2	Recomendaciones según objetivos específicos planteados.....	ci
18.3	Conclusión General.....	cii
18.4	Recomendación General.....	ciii
	Capítulo 5. Plan de Mercadeo.....	civ
	MERCADO/INDUSTRIA: OFFLINE.....	civ
19.1	Perfil del público objetivo, público meta o target, es un grupo de personas que una empresa define como clientes o futuros clientes.....	civ
19.2	Tamaño del mercado: representa la cantidad de dinero que se gasta en la adquisición de bienes o servicios.....	cvii
19.3	Demanda del mercado: Existen diferentes tipos de demandas; ingreso, gustos, expectativas, precio, bienes sustitutos.....	cix
	ONLINE BUYER PERSONA.....	cx
20.1	Perfil del usuario digital ideal.....	cx
	FIJACIÓN DE OBJETIVOS.....	cxí
21.1	Objetivos Cualitativos, Cuantitativo y SMART.....	cxí
	ESTRATEGIAS DE MARKETING Y SUS TÁCTICAS.....	cxiii
22.1	Estrategias de segmentación.....	cxiii
22.2	Estrategias en relación con la competencia.....	cxiv
22.3	Estrategias de posicionamiento de marca.....	cxv
22.4	Estrategias de penetración en el mercado.....	cxvi
22.5	Estrategias de marketing digital.....	cxvii
22.6	Estrategias de marketing de contenidos.....	cxviii
22.7	Estrategias de fidelización.....	cxix
22.8	Estrategias de marketing directo.....	cxx
22.9	POEM.....	cxxi
	PRESUPUESTO CON CRONOGRAMA DE ACCIONES.....	cxxiv

23.1 Cotizaciones de todas las acciones del presupuesto y calendarización de las mismas.....	cxxiv
PLAN FINANCIERO.....	cxxv
24.1 Proyección de Ingresos.....	cxxv
24.2 Proyección de Costos.....	cxxv
24.3 Proyección de Gastos.....	cxxvi
24.4 Estados Financieros Proyectados Evaluación económico-financiera.....	cxxviii
ESTRUCTURA DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA.....	cxxxi
25.1 WACC (Weighted Average Cost of Capital) Punto de Equilibrio.....	cxxxii
25.2 Punto de Equilibrio.....	cxxxiv
25.3 Valor Presente Neto o Valor Actual Neto y TIR.....	cxxxiv
24.9 Payback descontado.....	cxxxv
24.10 Análisis de Sensibilidad.....	cxxxvi
24.11 Estrategia de salida.....	cxxxix
24.12 Conclusiones Financieras.....	cxli
SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y CONTROL KPI'S.....	cxli
25.1 Establecer el sistemas e indicadores de evaluación y control.....	cxli
Anexos.....	cxliv
Referencias.....	cxlix

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Recursos y Capacidades.....	xlvi
Tabla 2 Análisis Fortalezas	l
Tabla 3 Análisis Debilidades	l
Tabla 4 Análisis Amenazas	lxxi
Tabla 5 Análisis Oportunidades	lxxii
Tabla 6 Perfil Competitivo	lxxiii
Tabla 7 Perfil de usuario	cx
Tabla 8 Medios de POEM.....	cxxi
Tabla 9 KPI'S.....	cxli

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Organigrama.....	xxiv
Ilustración 2 Tabla Telearaña.....	li
Ilustración 3 Telearña	lii
Ilustración 4 Muestra Virtual	lxxvii
Ilustración 5 Pregunta 1.....	lxxxiii
Ilustración 6 Pregunta 2	lxxxiv
Ilustración 7 Pregunta 3.....	lxxxiv
Ilustración 8 Pregunta 4.....	lxxxv
Ilustración 9 Pregunta 5	lxxxv
Ilustración 10 Pregunta 6	lxxxvi
Ilustración 11 Pregunta 7	lxxxvii
Ilustración 12 Pregunta 8	lxxxvii
Ilustración 13 Pregunta 9	lxxxviii
Ilustración 14 Pregunta 10	lxxxviii
Ilustración 15 Pregunta 11	lxxxix
Ilustración 16 Pregunta 12	xc
Ilustración 17 Pregunta 13	xc
Ilustración 18 Pregunta 14	xc
Ilustración 19 Pregunta 16	xciii
Ilustración 20 Pregunta 17	xciii
Ilustración 21 Pregunta 18	xciv
Ilustración 22 Pregunta 19	xciv
Ilustración 23 Pregunta 20	xcv
Ilustración 24 Pregunta 21	xcvi
Ilustración 25 Pregunta 22	xcvi
Ilustración 26 Pregunta 23	xcvii
Ilustración 27 Pregunta 24	xcvii
Ilustración 28 Pregunta 25	xcviii
Ilustración 29 Pregunta 26	xcviii
Ilustración 30 Pregunta 27	xcix
Ilustración 31 Target E	cvi
Ilustración 32 Recaudación mensual por tipo de usuario.....	cviii
Ilustración 33 Eficiencia recaudación por tipo de usuario (En miles de DOP).....	cviii
Ilustración 34 Comportamiento de facturación de la basura (2004 – 2016).....	cix
Ilustración 35 Presupuesto y Calendarización.....	cxxiv
Ilustración 36 Proyección de Ingresos.....	cxxv
Ilustración 37 Proyección de Costos	cxxvi
Ilustración 38 Proyección de Gastos	cxxvi

Ilustración 39 Nomina Administrativa	cxxvii
Ilustración 40 Gastos de Plan de Mercadeo	cxxviii
Ilustración 41 Estados financieros proyectados.....	cxxviii
Ilustración 42 Resumen de Estados Financieros.....	cxxix
Ilustración 43 WACC	cxxx
Ilustración 44 Flujo evaluacion financiera.....	cxxxii
Ilustración 45 Flujo de caja descontada.....	cxxxiii
Ilustración 46 Punto de Equilibrio.....	cxxxiv
Ilustración 47 VAN Y TIR.....	cxxxiv
Ilustración 48 Payback	cxxxv
Ilustración 49 Análisis de Sensibilidad	cxxxvi

DEDICATORIA

Con infinita gratitud y profundo amor, dedicamos este trabajo de proyecto final a nuestros padres, quienes han sido nuestra fuente inagotable de apoyo, aliento y sacrificio durante nuestra trayectoria universitaria. Su inquebrantable fe en nuestros sueños nos ha dado la fuerza para alcanzar esta meta. Su dedicación y sacrificio han sido el faro que nos ha guiado en los momentos de duda y desafío. Cada página de este trabajo es un testimonio de su esfuerzo y amor incondicional. Su confianza en nosotras ha sido el impulso que nos ha llevado a superar obstáculos y a perseverar en los momentos más difíciles. ¡Gracias por su infinito sacrificio, por creer en nosotras más de lo que a veces creímos en nosotras mismas y por ser el pilar sólido en todo momento!

María Alessia Giglio y Giannina Reyes

AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestra profunda gratitud a todos aquellos que fueron pilares fundamentales en la realización de este proyecto final. En primer lugar, a Dios, por su guía constante, por darnos la fuerza, sabiduría y perseverancia durante todo el proceso.

Nuestro reconocimiento especial y sincero a nuestras asesoras Marcia Rincón Liriano de Ortega y Julián Donaty Baldera Piantini. Su dedicación, orientación y apoyo incondicional fueron fundamentales para llevar a cabo este proyecto con éxito. Su experiencia y compromiso fueron una luz en cada etapa de esta trayectoria académica.

Agradecemos enormemente a Marcos José Iglesias, líder de Cilpen Global, y su equipo, cuyo respaldo y disposición fueron imprescindibles para sumergirnos en los detalles profundos de esta empresa. Su asesoramiento fue invaluable y su apoyo inquebrantable.

No podemos pasar por alto el aporte invaluable de Álvaro Mañón y Luis Ángel Rojas, quienes nos brindaron orientación precisa en el plan financiero, su asesoría fue clave para la fundamentación sólida de nuestra propuesta. Asimismo, extendemos nuestro agradecimiento a Gerardo Giglio, por proporcionarnos documentos exhaustivos sobre los desechos sólidos en la República Dominicana. Su aporte fue fundamental para comprender a fondo el contexto de nuestro estudio.

Este proyecto ha sido posible gracias al invaluable respaldo, orientación y colaboración de cada una de estas personas. Sus conocimientos, apoyo y dedicación han sido el motor que nos ha impulsado a alcanzar este logro académico.

RESUMEN EJECUTIVO

Cilpen Global Business, S.R.L se enfrenta a desafíos críticos derivados de la crisis de gestión de residuos en el país. Con un país que produce alrededor de 7 millones de toneladas de basura anualmente, la falta de infraestructura adecuada para el procesamiento de desechos está generando problemas ambientales graves, incluyendo la contaminación del agua y del aire. El país cuenta con vertederos a cielo abierto, causando riesgos ambientales y de salud pública. La empresa busca reposicionarse estratégicamente para crear conciencia sobre sus prácticas sostenibles de gestión de residuos, que van más allá de la recolección, abogando por un enfoque innovador de reciclaje y reutilización.

Los desafíos incluyen la obtención de datos actualizados, la cooperación gubernamental, la certificación ambiental y la colaboración con empresas locales. Cilpen busca abordar el vacío estructural en la gestión de residuos sólidos en República Dominicana, destacando su contribución a la economía circular, convirtiendo residuos en productos reciclados exportables, eliminando la necesidad de vertederos a cielo abierto y generando beneficios ambientales y económicos. A pesar de los esfuerzos gubernamentales, la gestión de residuos en el país sigue siendo ineficiente. Cilpen, desde 2017, ha sido pionero en la valorización de residuos, brindando empleo seguro, mejorando la recolección de residuos y compitiendo a nivel internacional con productos reciclados. Atiende a diversas industrias con necesidades de gestión de residuos, incluyendo sectores hospitalarios, textiles, proveedores de productos PET y empresas industriales, consolidando alianzas y liderando soluciones sostenibles de gestión de residuos.

El plan de mercadeo 2024 se enfoca en posicionar a Cilpen como líder en soluciones sostenibles de gestión de residuos, fortaleciendo la conciencia pública sobre su contribución ambiental, ampliando alianzas estratégicas y consolidando su posición como exportador líder de productos reciclados en el Caribe. El reposicionamiento estratégico de es crucial para abordar la crisis de gestión de residuos en la República Dominicana, destacando su papel en la economía circular y su contribución a la reducción de impactos ambientales negativos.

INTRODUCCIÓN

El constante desafío de mantener una presencia relevante en un mercado dinámico y en constante evolución es una realidad ineludible para las empresas contemporáneas. En este contexto, el presente plan de mercadeo se erige como un pilar fundamental para Cilpen Global Business, S.R.L., una empresa líder en la recolección y reciclaje de desechos sólidos en la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana.

El propósito esencial de este documento es trazar una ruta definida y estratégica para el reposicionamiento de Cilpen Global, durante el período comprendido entre septiembre y diciembre de 2023. Este plan de acción surge como una respuesta proactiva a los desafíos inherentes a un entorno empresarial en el que la conciencia ambiental, la sostenibilidad y la responsabilidad social se entrelazan estrechamente con las expectativas del mercado y la percepción pública.

La presente propuesta se nutre de una cuidadosa exploración de estrategias innovadoras y adaptativas. Estas estrategias se diseñan con el objetivo de permitir no solo mantener su presencia y relevancia en el mercado local, sino también fortalecer su imagen y expandir su alcance. La meta es consolidar su posición como referente principal en la industria de recolección y reciclaje de desechos sólidos en Santiago de los Caballeros, República Dominicana.

En este contexto, se enfatiza el compromiso inquebrantable con la excelencia en el servicio, la integración estratégica de tecnologías emergentes y el enfoque proactivo en la responsabilidad social empresarial. Estos pilares fundamentales constituyen la base sobre la cual se construye este plan de mercadeo, el cual aspira a propiciar una diferenciación notable y una ventaja competitiva sostenible para Cilpen Global.

El objetivo primordial de esta propuesta es trazar un camino claro y eficiente que, mediante estrategias meticulosamente diseñadas, permita a Cilpen Global alcanzar y superar sus metas comerciales, consolidando así su posición como líder indiscutible en la industria de gestión de desechos sólidos en Santiago de los Caballeros, República Dominicana.

Capítulo 1. Delimitación del Tema

DELIMITACIÓN DEL TEMA

1.1 Título

“Plan de Mercadeo 2024 para el reposicionamiento de Cilpen Global Business, S.R.L., empresa dedicada a la recolección y reciclaje de desechos sólidos, en la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana en el período septiembre-diciembre 2023.”

1.2 Planteamiento del Problema

Actualmente en la República Dominicana el ciudadano produce un total de 650 kg de residuos sólidos anualmente lo que se contempla con un total de 7 millones de toneladas al año en un país con una superficie de 48,422 km². (Martinez, 2023) Al ser una isla rodeada de agua las posibilidades de procesamiento de basura son limitadas y de alta inversión. Al presente el país cuenta con 354 vertederos a cielo abierto que reciben de manera consolidada más de 14,000 toneladas diarias de basura los cuales en su mayoría operan sin ningún tipo de control ambiental, generando lixiviados que contaminan las fuentes de agua subterránea y en los cuales predomina comúnmente la práctica de incendiar a cielo abierto la basura lo que implica una contaminación del aire. Frecuentemente la ciudad del gran Santo Domingo se ha visto en situaciones de riesgo para sus ciudadanos puesto que esta nube compuesta de Dióxido de Carbono (CO₂), Metano (CH₄), el Óxido Nitroso (N₂O) y los Halocarbonos o CFC ha revestido la ciudad y pueblos allegados los cuales pueden provocar enfermedades a corto y largo plazo. (EPA, 2023)

Esta es una realidad que cada día se ve más crítica debido a que el país carece de espacios debidamente adecuados para el procesamiento de basura. Es por esto que Cilpen Global Business debe de ser reconocida por todas las grandes empresas del país y sobre todo por los ciudadanos, al no contar con un posicionamiento estratégico dentro de las ciudades los individuos no actúan de forma activa para solucionar el problema. La iniciativa ambiental con la cual carga Cilpen debe de ser tomada en cuenta como normativa para todas las prácticas de procesamiento de desechos ya que esta trabaja activamente para no solo brindar un recopilamiento adecuado, sino que busca darle un nuevo uso a los mismos creando nuevos productos.

1.3 Marco Espacial / Delimitación Geográfica

Gran Santo Domingo, República Dominicana

1.4 Limitantes de la Investigación

Las posibles limitantes de esta investigación incluyen la disponibilidad de datos actualizados y fiables sobre la generación de basura en la República Dominicana, así como la cooperación de entidades gubernamentales y la accesibilidad a información sobre la gestión de desechos.

Además, la percepción y conciencia de la población sobre los problemas de basura pueden variar, lo que podría dificultar la obtención de datos representativos.

También, el costo y la disponibilidad de recursos para obtener la certificación de cumplimiento de estándares medioambientales podrían ser un desafío. Además, la disposición de las empresas locales a establecer alianzas estratégicas puede depender de varios factores, lo que podría afectar la consecución de ese objetivo.

Por último, la variabilidad en los precios y tiempos de procesamiento de basura, así como las fluctuaciones en la producción de desechos sólidos en los últimos tres años, podrían requerir una cuidadosa recopilación de datos y análisis para obtener resultados precisos.

1.5 Justificación

En República Dominicana es evidente que existe una escasez de estructura dentro de la industria de revalorización de desechos sólidos urbanos en el país, las empresas implicadas en la recolección de la misma afrontan el gran reto de no contar con un respaldo legislativo lo suficientemente fuerte para poder expandir de forma sostenible sus actividades. Por otro lado, el respaldo económico es significativamente bajo por ende se ven con barreras de crecimiento al no contar con el apoyo de entidades financieras que apuesten por una economía circular. Cilpen Global busca solventar de forma privada cierta parte de la problemática que afecta a todos los ciudadanos del país. La empresa actualmente cuenta con una presencia en el mercado neutral, pero cuenta con grandes oportunidades de mejora para lograr un mayor impacto no solo de forma interna para obtener nuevos clientes, sino que cuenta con la posibilidad de ser reconocido en el mercado como el número uno dentro de su categoría.

Dentro de los factores significativos que hacen el problema tener mayor impacto es la preservación de los recursos naturales en el país, algunos de los servicios que la empresa cuenta es la exportación de basura reciclada implicando así un valor agregado a esos residuos que, debido a la estructura pobre de esta gestión en el país, estos servicios logran impartir mayor valor al mercado y apoya al medio ambiente eliminando la necesidad de un vertedero a cielo abierto el cual es conocido como uno de los métodos menos higiénicos y sobre todo más dañinos para el medio ambiente y el ser humano. En el país las regulaciones actuales apuestan por estructuras arcaicas y poco sostenibles que están en necesidad de un cambio inmediato, Cilpen busca ser una opción para solucionar este problema, generando ingresos de un insumo que anteriormente era descartado como no renovable y generando un sistema de economía circular beneficiando a sus colaboradores, empleados y las comunidades del país.

ANTECEDENTES DEL PROBLEMA, REVISIÓN DE LITERATURA Y ESTADO DEL ARTE

2.1 Literatura Profesional y Académica acerca de un plan de mercadeo

Diseño de una aplicación móvil de colaboración ciudadana para guiar el proceso de reciclaje en la República Dominicana, durante el período mayo-agosto del año 2020 / Diana Yelizaveta Rodríguez Bernal, Marivick Báez Batista; asesor: Delby Ismael Acosta Taveras (Decanato de ingenierías e Informática Ingeniería de software, 2020)

El trabajo de grado implicó el análisis y diseño de una aplicación móvil diseñada para brindar documentación educativa sobre reciclaje y la ubicación de diversos sitios de reciclaje a lo largo del país. Esto ayudará a promover las actividades de reciclaje entre los ciudadanos dominicanos y promover el trabajo de las organizaciones de reciclaje en el país. Considerando que República Dominicana no cuenta con una aplicación móvil que brinde documentos educativos sobre reciclaje y no indique la ubicación de los distintos puntos de reciclaje en el país, esto genera desinformación sobre estos temas y un mal manejo de los residuos sólidos en el medio ambiente. La contaminación está aumentando. Para fundamentar esta pregunta se realizó una encuesta entre la población dominicana. El estudio se realizó sobre una muestra de 508 personas determinada mediante muestreo probabilístico aleatorio simple de una población

limitada. Consta de 12 preguntas cerradas. El análisis de los datos recopilados arrojó que el 71% de los encuestados cree que la gestión de residuos sólidos en República Dominicana es incompleta, el 80% dice estar afectado por la mala gestión de residuos sólidos en el país y el 59,1% de los encuestados dijo que no. Reciclaje.

Además, el 95,9% de los encuestados indicó que la aplicación móvil propuesta les resultó útil y el 96,1% de los encuestados admitió que la aplicación móvil propuesta les parecía innovadora. A partir de los resultados se podrá crear una aplicación móvil para satisfacer las necesidades de reciclaje de los ciudadanos de República Dominicana. La aplicación móvil brindará soluciones a los problemas identificados en el proceso de investigación, lo que brindará un fuerte apoyo a las instituciones estatales responsables de la limpieza urbana, así como a las organizaciones estatales de reciclaje para cooperar con el movimiento de protección ambiental.

Los hábitos de reciclaje y su incidencia en el cuidado del medio ambiente de los estudiantes de séptimo grado de la escuela de educación básica Antonio de Ulloa, parroquia Puenbo, cantón Quito, provincia de Pichincha. (Hábitos del reciclaje y su incidencia en el cuidado del medio ambiente, 2013)

Busca mejorar los hábitos de reciclaje entre los estudiantes de séptimo grado de la Escuela Antonio de Ulloa en Puenbo, Quito, con el fin de preservar el medio ambiente. Destaca la colaboración de las autoridades escolares, el apoyo de profesionales de la UTA y la consulta de diversas fuentes bibliográficas para desarrollar el estudio. Aborda las causas y consecuencias de la contaminación ambiental debido a la falta de hábitos de reciclaje, proponiendo soluciones y analizando los resultados de encuestas realizadas a los estudiantes para formular conclusiones y recomendaciones.

La propuesta central consiste en implementar un proyecto basado en las tres RRR (Reducir, Reutilizar, Reciclar) adaptado al nivel cultural de docentes y estudiantes, enfatizando el compromiso de la comunidad educativa en charlas y actividades para crear conciencia sobre los impactos ambientales y mantener prácticas de reciclaje que preserven el entorno natural, con el objetivo final de impulsar una auténtica concienciación y evitar el deterioro del paisaje natural.

2.2 Estudios Previos

Un Análisis en Base de Datos Levantados en el Marco del Proyecto ZAC (Situación actual de Gestión de residuos en República Dominicana, 2018)

Presenta un análisis de la situación actual de la gestión de residuos en República Dominicana, basado en información recopilada entre julio de 2014 y julio de 2018. El informe se enfoca en el proyecto ZACK, que busca implementar un plan de desarrollo económico compatible con el cambio climático. El documento presenta los objetivos del proyecto, los desafíos que enfrenta el país en la gestión de residuos, y las medidas específicas que se están implementando para reducir la cantidad de residuos y fomentar el reciclaje. Además, se discute la relevancia de la gestión de residuos en el marco de la economía circular y su relación con el cambio climático. El informe es una contribución importante y se espera que se equipare con más información para convertirse en un compendio completo sobre la gestión de residuos en República Dominicana.

Propiedades de los Plásticos (Propiedades de los Plásticos - Gobierno de Canarias, 2023)

Proporciona información detallada sobre los materiales plásticos, su origen y cómo se obtienen. Se describen los diferentes tipos de plásticos, sus propiedades y aplicaciones, así como los procesos de fabricación utilizados para producir objetos de plástico. También se discuten los impactos ambientales y de salud asociados con el uso de plásticos y se proporcionan consejos para reducir su impacto negativo.

Tecnologías inteligentes de residuos sólidos: ¿Dónde estamos y hacia dónde vamos? | Por Marcello Basani (Volvamos a la fuente, 2023)

Este artículo hace referencia a un seminario web sobre tecnologías inteligentes de residuos sólidos (smart Waste technologies) realizado en América Latina y el Caribe. Se centra en más de 100 tecnologías digitales que pueden mejorar la gestión de residuos en cada etapa, desde la generación hasta la eliminación final. Estas tecnologías incluyen la computación en la nube, el uso de chips RFID para el seguimiento en tiempo real de los residuos generados, la

inteligencia artificial para la separación y el reciclaje de residuos y el uso de drones y análisis de datos geoespaciales.

Estas tecnologías se han implementado en la región y han demostrado mejoras significativas en la eficiencia operativa, ahorro de costos y una toma de decisiones más informada en el manejo de residuos. Además, se mencionan iniciativas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) como GIRSU Ratings y el Waste and Circular Economy Hub, que contribuyen a la mejora continua de la gestión de residuos.

Ejemplos de implementación exitosa de tecnología incluyen el uso de GPS y cámaras de monitoreo remoto en camiones de recolección en Chile, y el uso de drones y análisis geoespacial en República Dominicana y Haití. En conclusión, la Industria 4.0 existe en la gestión de residuos y las tecnologías inteligentes están preparadas para revolucionar este sector.

2.3 Marco conceptual

- **Sólidos.** Los residuos sólidos son materiales en estado sólido derivados de los procesos productivos y de consumo que en principio son desechados, pero que pueden ser reutilizados o reciclados. Se caracterizan por ser materiales que si no se disponen adecuadamente se transforman en contaminantes ambientales. (Lifeder, 2023)
- **Desechos.** Los desechos son aquellos materiales, sustancias, objetos, cosas, entre otros, que se necesita eliminar porque ya no ostenta utilidad. (DefiniciónABC, 2023)
- **Recolección.** La palabra recolección procede del latín *recollectum*, supino de *recolligĕre*, reunir, recoger. (Educalingo, 2023)
- **Residuos.** Los residuos se definen como aquellos materiales o productos cuyo propietario o poseedor desecha y que se encuentran en estado sólido o semisólido, líquido o gaseoso y que se contienen en recipientes o depósitos; pueden ser susceptibles de ser valorizados o requieren sujetarse a tratamiento o disposición. (Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad, 2023)
- **Reciclaje.** El reciclaje es el proceso que consiste en recolectar y transformar los residuos o materiales de desecho en nuevas materias o productos para su reutilización. (Significado, 2023)

- Fabricación. Se entiende la elaboración, construcción o producción de algún objeto, en este proceso se toma un insumo o materia prima y se transforma a través de medios mecánicos o manuales, para obtener un producto que, en la mayoría de los casos, posteriormente será comercializado en el mercado. (Economía 360, 2023)
- Medio Ambiente. Es el conjunto de todos aquellos elementos químicos, físicos y biológicos con los cuales los seres vivos interactúan. (Ecología Verde, 2023)
- Sostenibilidad. Es gestionar los recursos para satisfacer las necesidades actuales, sin poner en riesgo las necesidades del futuro. Esto considerando el desarrollo social, económico y el cuidado del medioambiente. (Economipedia, 2023)
- Vertedero. Se denomina al espacio en el cual se pueden verter cosas. Este verbo (verter), por su parte, alude a derramar un líquido o a arrojar algún tipo de elemento. (Definicion.de, 2023)
- Impacto. Es el choque o la colisión de dos objetos o seres. (Definicion.de, 2023)
- Exportación. Es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor envíe como mercancía a un tercero, para su compra o utilización. (Economipedia, 2023)

Capítulo 2. Generalidades Empresa Elegida

GENERALIDADES EMPRESA

3.1 Descripción Empresa

Cilpen se destaca como la pionera en la República Dominicana en el ámbito de la gestión de residuos, especializándose en la recolección, tratamiento y reciclaje de diversas categorías de desechos en el vertedero de Rafey, ubicado en Santiago. Los desechos procesados por la empresa son adquiridos por una amplia clientela, en su mayoría de carácter internacional, quienes transforman estos materiales tratados en nuevos productos. En la actualidad, Cilpen ostenta el título de ser el principal exportador de plásticos reciclados en el país y en la región del Caribe. Con el propósito de asegurar la adecuada realización de sus operaciones y evitar la liberación de gases perjudiciales para el medio ambiente, Cilpen dispone de una de las instalaciones más avanzadas de América Latina. Esta planta está equipada con tecnología de última generación y es operada por un personal altamente capacitado en el manejo de diversos tipos de desechos. Además, en el vertedero de Rafey, emplean el método japonés "fukuoka" para extender la durabilidad de dicho vertedero.

Cilpen se esfuerza por colaborar tanto con el sector público como privado, así como con la sociedad en general, con el objetivo de posicionar a la República Dominicana en la economía circular, promoviendo el reciclaje y la clasificación de residuos sólidos desde su origen. La creación de Cilpen surge como respuesta a la necesidad en el país de encontrar una solución innovadora y sostenible para el manejo y aprovechamiento de los residuos, con el propósito de minimizar su impacto adverso en la población y en el entorno natural. Asimismo, busca contribuir a nivel global en la batalla contra el cambio climático. Esto conlleva a un cambio en la manera en que se abordan los desechos en los vertederos y a la promoción de la concienciación sobre la gestión apropiada de residuos en toda la sociedad.

3.2 Historia y Evolución

En la República Dominicana, como en muchos países en desarrollo y desarrollados, el sistema de gestión de residuos es altamente ineficiente. A pesar de los intentos del gobierno

dominicano por abordar esta situación, la recolección de residuos ha tenido poco éxito y la gestión de vertederos ha sido descuidada. Esto se debe a la falta de recursos o comprensión, y los vertederos mal manejados y los residuos sin tratar tienen un impacto muy perjudicial en el medio ambiente y la salud pública, emitiendo gases tóxicos y aguas residuales contaminadas, además de propiciar enfermedades y posibles incendios.

En la República Dominicana, se generan alrededor de cuatro millones de toneladas de residuos anualmente, de las cuales menos del 5% se recicla o trata adecuadamente. Estos residuos se distribuyen en más de 350 vertederos a cielo abierto en todo el país e incluso se arrojan directamente a cuerpos de agua. Además, la importación de productos como neumáticos usados, plásticos y productos químicos agrava el problema, ya que carecen de un manejo adecuado.

Cilpen es una empresa familiar que opera desde 2017 en Santiago de los Caballeros y se dedica al tratamiento de residuos. Su planta de valorización es una de las más grandes y modernas en el Caribe y tiene la capacidad de procesar residuos de Santiago y municipios cercanos. Han proporcionado empleo seguro y beneficios a más de 500 buzos que antes trabajaban en condiciones precarias. Además, han mejorado el servicio de recolección de residuos en la ciudad, eliminando incendios en vertederos y evitando la entrada de animales. Su enfoque en calidad y eficiencia les ha permitido competir en mercados internacionales, convirtiéndose en el principal exportador de plásticos reciclados en el Caribe. Estos productos se reintegran en la economía circular.

3.3 Principales Productos

➤ Plásticos

Los materiales son clasificados meticulosamente por color, tipo y tamaño antes de ser compactados. La empresa se especializa en la comercialización de plásticos, estableciéndose como su principal producto básico. Anualmente, exporta aproximadamente 18,000 toneladas de materiales como PET, HDPE, LDPE y otros de naturaleza similar a diversos mercados internacionales.

La destacada capacidad de procesamiento y clasificación de la empresa le permite obtener los mejores precios a nivel global y la coloca en una posición competitiva en sectores donde pocas empresas pueden competir exitosamente.

➤ Metales

La empresa dispone de electroimanes y utiliza corrientes negativas para la captura de metales. Cuenta con maquinaria de vanguardia para llevar a cabo procesos de separación, apoyada por un equipo altamente capacitado especializado en la captura y limpieza de diversos metales, entre ellos hierro, aluminio, cobre y bronce, entre otros.

Su enfoque en la calidad y la eficiencia le permite obtener metales de alta pureza, los cuales gozan de una fuerte demanda en los mercados asiáticos, donde la empresa ha establecido una sólida presencia internacional.

➤ Papel y Cartón

La empresa lleva a cabo un proceso de separación eficiente y a gran escala para el papel y el cartón de alta calidad recibidos. Este material es ampliamente empleado por empresas internacionales en la manufactura de productos tales como papel higiénico, cartones de huevos y otros productos derivados.

➤ Combustibles Derivado de Residuos

El presente producto consiste en una amalgama de materiales inorgánicos que se encuentran en un estado de degradación notable, lo que lo vuelve inadecuado para su procesamiento en el ámbito del mercado de reciclaje convencional. No obstante, en lugar de proceder a su descarte, se ha implementado un proceso de tratamiento especializado que comprende etapas de secado, trituración y compactación con el propósito de acondicionarlos para su empleo como combustibles alternativos en las calderas de las cementeras

➤ Diesel Sintético

La organización ha implementado un proceso de vanguardia con el propósito de abordar el tratamiento de los neumáticos de vehículos usados de manera eficiente y sostenible. A través de un método que involucra la pirólisis y la destilación, luego se procede a descomponer el

material de caucho de los neumáticos, transformándolo en un diésel sintético de alta calidad. Cabe destacar que este producto encuentra una utilidad relevante en la industria del asfalto y en el sector de las cementeras, donde sus beneficios se manifiestan de manera significativa.

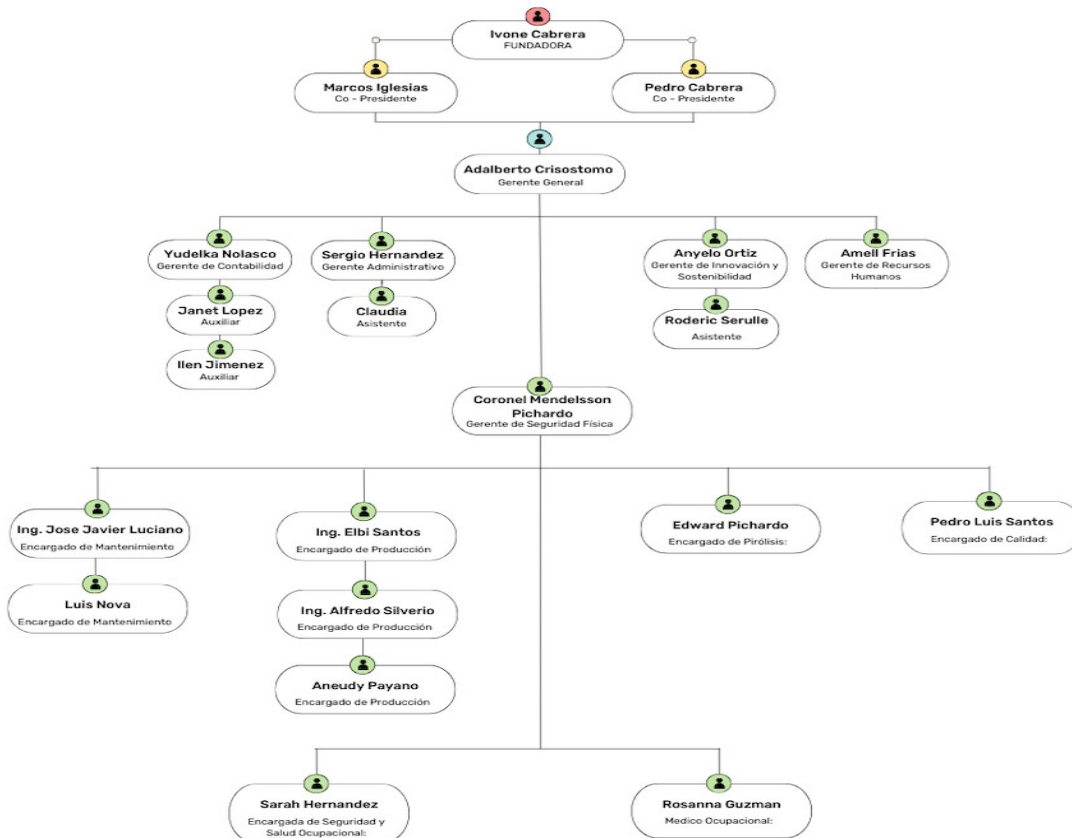
3.4 Naturaleza de los clientes

La naturaleza de los clientes de Cilpen de forma macro se remonta en todas las entidades y empresas que estén en necesidad del servicio de recogida de residuos sólidos, reciclables y/o peligrosos. Actualmente Cilpen Global enfoca sus esfuerzos en su cartera de clientes vigente donde incluye sectores como el hospitalario, textil, suplidores y clientes PET, consumidores de combustible y empresas industriales las cuales tienen una generación de desechos importante en el país. Empresas como Cemex, CORASAAN, Propagas, Philip Morris entre otras forman parte de dicha cartera, las cuales buscan reducir su huella de carbono en el país y optan por procesar sus desechos de forma sostenible tercerizando esta actividad a Cilpen, quien se encarga de hacer la recolección de basura, clasificación y procesamiento de la misma dentro de sus instalaciones en Santiago de los Caballeros. No obstante, su localización la empresa no se ve limitada por la misma ya que cuenta con distintas sedes y puntos de acopio en todo el territorio dominicano.

MARCO ORGANIZACIONAL

4.1 Estructura Organizacional

Ilustración 1 Organigrama



Nota: Este organigrama ilustra la estructura jerárquica de Cilpen Global Business SRL, mostrando las relaciones y responsabilidades de los diferentes departamentos y cargos. (Autoría propia 2023)

4.2 Definición de puestos

Fundadora: Ivonne Cabrera

Trabaja de la mano con los Co-Presidente en liderar y dirigir la empresa, establecer alianzas estratégicas, promover la concientización sobre la gestión adecuada de residuos y contribuir a la implementación de tecnología avanzada en el tratamiento de desechos.

Co-Presidentes: Pedro José Cabrera y Marcos José Iglesias

Tienen el rol de implementar el liderazgo estratégico, que implica crear y comunicar una visión precisa y estratégica para la organización, asegurándose de que esté en sintonía con los objetivos y metas corporativas, además de contribuir a la toma de decisiones estratégicas clave. También deben supervisar y coordinar actividades, abarcando la planificación estratégica, el crecimiento empresarial y la gestión operativa. Su objetivo es garantizar que estas áreas funcionen de manera eficiente y en armonía con la visión estratégica establecida.

Gerente Administrativo: Sergio Hernández

Desempeña un papel fundamental en la gestión integral de Cilpen, asegurando que la empresa opere de manera eficiente, rentable y ética, cumpliendo con las normativas ambientales y legales, y contribuyendo a los objetivos de sostenibilidad y responsabilidad social de la empresa.

Asistente Administrativo: Ing. Enmanuel Ferreira

Contribuye a la gestión de documentos, la comunicación, la logística y otras actividades esenciales que son cruciales para el éxito de la empresa y su enfoque en la gestión de residuos y la sostenibilidad ambiental.

Gerente de Contabilidad: Yudelka Nolasco

Tiene la responsabilidad de supervisar todas las actividades financieras y contables de la empresa, garantizando la precisión de los registros, el cumplimiento normativo y la gestión eficiente de los recursos financieros en el contexto de la gestión de residuos y la promoción de prácticas sostenibles.

Auxiliar de Contabilidad: Janet López y Ilen Jiménez

Trabajan de la mano con el gerente de contabilidad. Garantizan que las transacciones financieras relacionadas con las operaciones de reciclaje y gestión de residuos se registren y controlen adecuadamente, contribuyendo así a la misión ambiental de la empresa.

Gerente General: Adalberto Crisóstomo

Tiene la responsabilidad de liderar y supervisar todas las operaciones de la empresa, establecer y ejecutar la estrategia de negocio, mantener relaciones sólidas con los clientes y otras partes interesadas, y gestionar el talento humano.

Gerente de Innovación y Sostenibilidad: Anyelo Ortiz

Lidera iniciativas para promover la innovación y la sostenibilidad en todas las facetas de la empresa y contribuyendo a su objetivo de minimizar el impacto adverso de los residuos en la población y el entorno natural, así como a nivel global en la lucha contra el cambio climático.

Asistente de Sostenibilidad: Roderic Serulle

Su rol incluye la investigación y desarrollo, la implementación de políticas y procedimientos, el monitoreo y seguimiento del desempeño sostenible de la empresa, y la colaboración con partes interesadas clave. Su trabajo contribuye a minimizar el impacto adverso de los residuos en la población y el entorno natural, y a promover la conciencia y la gestión adecuada de los residuos en la sociedad.

Gerente de Recursos Humanos: Amell Frías

Liderar la gestión del talento humano y asegurarse de que la empresa cuente con el personal adecuado y comprometido para avanzar en su misión de gestión de residuos sostenible y promoción de la sostenibilidad ambiental en la República Dominicana y a nivel global.

Gerente de Seguridad Física: TTE. Coronel Mendelsson Pichardo

Se encarga de la protección de las instalaciones, los empleados y los activos de la empresa, así como en el cumplimiento de las regulaciones ambientales y laborales relacionadas con la gestión de residuos. Su enfoque en la seguridad ambiental y laboral contribuye a la sostenibilidad y al cumplimiento de la misión de la empresa de minimizar el impacto adverso de los residuos en la población y el entorno natural.

Encargado de Mantenimiento: Ing. José Javier Luciano y Luis Nova

Garantiza que las operaciones de gestión de residuos de Cilpen se realicen de manera segura y eficiente. Su trabajo contribuye a mantener en buen estado las instalaciones y los equipos, lo que es crucial para lograr los objetivos de la empresa y minimizar el impacto ambiental de las operaciones.

Encargado de Producción: Ing. Elbi Santos, Ing. Alfredo Silverio y Aneudy Payano

Gestiona los residuos de manera sostenible y promueve la economía circular. Su gestión efectiva de las operaciones de producción es esencial para maximizar la recuperación de materiales reciclables y minimizar el impacto adverso de los residuos en el medio ambiente.

Encargado de Pirólisis: Edward Pichardo

Juega un papel esencial en la cadena de valor de la gestión de residuos de Cilpen, contribuyendo a la transformación de materiales no deseados en recursos valiosos y sostenibles, lo que es fundamental para la misión de la empresa de minimizar el impacto adverso de los residuos en la población y el entorno natural.

Encargada de Seguridad y Salud Ocupacional: Sarah Hernández

Protege a los empleados y promoción de un ambiente de trabajo seguro y saludable, lo que es fundamental para el cumplimiento de la misión de Cilpen Global de minimizar el impacto adverso de los residuos en la población y el entorno natural.

Medico Ocupacional: Rosanna Guzmán

Protege la salud de los empleados y la prevención de riesgos laborales en el contexto de las operaciones de gestión de residuos. Su trabajo contribuye a crear un ambiente de trabajo seguro y saludable para todos los empleados.

Encargado de Calidad: Pedro Luis Santos

Garantiza la integridad de los productos y servicios, así como en cumplir con las regulaciones y normativas relacionadas con la gestión de residuos. Su trabajo contribuye a la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y la responsabilidad ambiental de la empresa.

MARCO LEGAL

5.1 Leyes, Decretos

A. Ley General de Gestión Integral y Coprocesamiento de Residuos Sólidos, No. 225-20. G. O. No. 10990 del 2 de octubre de 2020

“Prevenir la generación de residuos, además de establecer el régimen jurídico de su gestión para fomentar la reducción, reutilización, reciclaje, aprovechamiento y otras formas de valorización y manejo integral, así como regular los sitios contaminados; con la finalidad de garantizar el derecho de toda persona a habitar en un medio ambiente sano, proteger la salud de la población, así como disminuir la generación de gases de efecto invernadero, emitidos por los residuos”. (Proyecto de Ley Sobre Manejo de Residuos Sólidos en la República Dominicana, 2018)

B. Ley N° 176-07. Ley sobre el Distrito Nacional y los Municipios, Santo Domingo, República Dominicana, 17 de julio del 2007

Esta ley define los derechos y deberes de cada uno de los municipios; además de los objetivos, responsabilidades y funciones de los ayuntamientos, las cuales serán explicadas más adelante. Otro aspecto a destacar explicado en la ley es el del manejo de los recursos económicos para la ejecución de los servicios de los Ayuntamientos tal y como se menciona en el Art. 21 donde se indica que: *“La distribución de los ingresos que reciban los ayuntamientos, tanto aquellos provenientes del gobierno central como los generados por cuenta propia deberán de designarse hasta el treinta y un por ciento (31%), para la realización de actividades y el funcionamiento y mantenimiento ordinario de los servicios municipales de su competencia que prestan a la comunidad”.* (Ley No. 176-07, 2007)

C. Ley No. 42-01, Ley General de Salud

Promulgada el 8 de marzo del 2001, de acuerdo al Art. 1 *“tiene por objeto la regulación de todas las acciones que permitan al Estado hacer efectivo el derecho a la salud de la población, reconocido en la Constitución de la República Dominicana”*

D. Ley No. 64-00, Ley General sobre Medio Ambiente y Recu

Esta ley es el primer marco legal en materia de medio ambiente que se desarrolla en la República Dominicana, fue promulgada en el mes de agosto del año 2000. Se inicia con la idea de prevención de todas las preocupaciones sobre temas ambientales y sostenibilidad. Busca fomentar la creación de un sistema de gestión integral ambiental.

En esta ley, se abordan distintas cuestiones como: evaluación de impacto ambiental, normas para la conservación, protección, mejoramiento y restauración del medio ambiente y los recursos naturales, Sistema Nacional de Áreas Protegidas, establecer las responsabilidades de los diferentes organismos del Estado en medio ambiente.

E. Ley 176-07 del Distrito Nacional y los Ayuntamientos.

Según la ley 176-07 del Distrito Nacional y los Municipios, los ayuntamientos se les atribuyen las siguientes competencias relacionadas con la gestión de los residuos (Art. 19):

- *“Servicios de limpieza y ornato público, recolección, tratamiento y disposición final de residuos sólidos”.*
- *“Normar y gestionar la protección de la higiene y salubridad públicas para garantizar el saneamiento ambiental”.*
- *“Limpieza vial.”*

F. Ley 1-12, Ley Orgánica de la Estrategia Nacional de Desarrollo de la República Dominicana 2030 (END).

G. Ley No. 83-89. Prohíbe la colocación de desperdicios de construcción, escombros y desechos, en calles, aceras, avenidas, carreteras y áreas verdes, solares baldíos, plazas y jardines públicos dentro de las zonas urbanas y suburbanas de la República.

Fue promulgada en el mes de octubre de 1989; establece que no se permitirá que ningún residente o empresa de construcción pueda colocar escombros y desechos de construcción en las calles de las ciudades. Asimismo, determina las sanciones con las que se podrán castigar a las personas que violen esta ley.

H. Ley No. 120-99. Prohíbe a toda persona física o moral tirar desperdicios sólidos y de cualquier naturaleza en calles, aceras, parques, carreteras, contenes, caminos, balnearios, mares, ríos, etc.

Esta ley fue promulgada en el mes de diciembre de 1999; obliga a los residentes y ciudadanos a mantener limpio e higienizado el frente de su residencia o establecimiento y recoger la basura, desecho o desperdicios que se encuentren en su acera. Además, establece el tipo de sanción si se incumple lo establecido en la ley. (Ley No. 120-99, 1999)

5.2 Regulaciones

- El Decreto No.126-09, del 14 de febrero de 2009, que aprueba el Reglamento sobre los Desechos y Residuos Generados por los Centros de Salud y Afines.
- La Resolución No.10-2003, del 5 de junio de 2003, que aprueba y emite la Norma de Control de las Emisiones de contaminantes atmosféricos provenientes de fuentes fijas.
- La Resolución No.02-2006, del 5 de enero de 2006, que crea el Reglamento para la Gestión de Sustancias y Desechos Químicos Peligrosos en la República Dominicana, el Reglamento de Etiquetado e Información de Riesgo y Seguridad de Materiales Peligrosos, y el Reglamento para la Transportación de Sustancias y Materiales Peligrosos.

5.3 Acuerdos Comerciales

ACIS (Asociación de Comerciantes Industriales): Miembros Activos

Esta es una institución de la clase empresarial del Cibao que vela por el desarrollo, intereses y canaliza las inquietudes del sector para brindar por su crecimiento de la ciudad de Santiago. La misma lleva más de 59 años brindando apoyo a los miembros de la institución y cuenta en la actualidad con un aproximado de 3,077 empresas relacionadas. (ACIS, 2023)

ANJE (Asociación de Jóvenes Empresarios)

Dicha asociación se encarga de brindar un espacio en donde los líderes empresariales puedan crear nuevas propuestas innovadoras con el propósito de ayudar al crecimiento de distintas industrias en el país. Actualmente el presidente de Cilpen Pedro Cabrera participa de forma activa en las actividades relacionadas al medio ambiente. (ANJE, 2023)

Comisión de Cambio Climático

La comisión del cambio climático es la encargada de establecer políticas públicas y reglamentos a las industrias de la República Dominicana para la prevención y mitigación de emisiones de gases de efecto invernadero las cuales pueden tener efectos adversos al cambio climático. Cilpen ha firmado un acuerdo con dicha oficina gubernamental con el fin de combatir el cambio climático y reducir las emisiones en el manejo de los residuos sólidos. (Consejo Nacional para el Cambio Climático y Mecanismo de Desarrollo Limpio, 2023)

SICPA Dominicana

Empresa que provee la tecnología del sistema del control fiscal de bebidas alcohólicas y cigarrillos, cuenta con un acuerdo legal en conjunto con Cilpen para la segregación y aprovechamiento de sus desechos sólidos recuperables.

Dirección General de Aduanas DGA

Cuenta con el acuerdo de Cooperación Interinstitucional con Philips Morris y Cilpen Global Business.

MARCO ESTRATÉGICO

6.1 Grupos de interés

A. Internos

Accionistas

- Pedro José Cabrera Hache
- Marcos José Iglesias Cabrera

Directivos

El grupo directivo de Cilpen está compuesto por Ivonne Cabrera (Fundadora), Marcos José Iglesias (Co-Presidente) y Pedro José Cabrera (Co-Presidente). Juntos, tienen como objetivo principal liderar de manera sostenible e innovadora la industria de manejo y reciclaje de residuos en la República Dominicana. Su enfoque va más allá de simplemente gestionar los residuos, ya

que se centran en temas como la sostenibilidad, la responsabilidad social y la mejora continua de la industria, con el objetivo de transformar la gestión de residuos en el país.

Estos líderes son altamente valorados por la empresa debido a su vasta experiencia y profundo conocimiento en el manejo y reciclaje de residuos, lo que les permite desarrollar estrategias novedosas y efectivas. Su visión se enfoca en proporcionar soluciones integrales y sostenibles para la gestión de residuos, lo que demuestra un sólido compromiso con la responsabilidad social corporativa. Además, aspiran a liderar la transformación de la gestión de residuos en la región y enfatizan la colaboración con las comunidades locales y la promoción de una economía circular a través del reciclaje, lo que resulta muy atractivo para inversionistas, socios estratégicos y clientes.

Todo esto respalda su objetivo de convertirse en líderes indiscutibles en calidad y servicio en su campo, respaldado por una sólida formación en áreas relacionadas.

Trabajadores

6.2 Externos

Clientes

Hospitalarios

- HOMS
- HEMMI
- Centro Medico Bournigal

Industriales

- Zona Franca Tamboril
- EATON
- AERODOM
- Asociación Cibao

Consumidores de Combustible

- Acero del Cibao
- CEMEX

Limpia Sépticos

- Limpia Séptico Mora
- CORASAAN
- Limpia Séptico AyR

Organizaciones Sociales:

- Suplidores
- Parley for the Oceans (NY)
- Recicla +100 (CND)
- Terra Polyester, SA de CV (Honduras)

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS

7.1 Visión

“Nuestra visión es ser el referente global en la provisión de soluciones innovadoras para abordar los desafíos de coexistencia entre los seres humanos y la generación de residuos en el mundo.”

“Nos esforzamos por ser líderes indiscutibles en calidad y servicios en nuestra región, ofreciendo soluciones integrales y sostenibles que promuevan un equilibrio armonioso entre la sociedad y el medio ambiente, y que inspiren a otras organizaciones a seguir nuestro ejemplo.” (CILPEN, 2023)

7.2 Misión

“Nuestra misión es ofrecer una solución integral, sostenible y transformadora para el manejo del 100% de los residuos, con un enfoque centrado en la sociedad dominicana y la región. Nos comprometemos a impulsar un cambio positivo, minimizando el impacto ambiental y generando beneficios sociales a través de nuestras innovadoras soluciones de gestión de residuos.”

“Buscamos ser líderes en la creación de un futuro más limpio y próspero, donde los residuos se conviertan en recursos valiosos para el desarrollo sostenible de nuestras comunidades.” (CILPEN, 2023)

7.3 Valores

- Seriedad: “Actuamos siempre con integridad para cumplir con nuestros compromisos y mantenemos altos estándares éticos en todas nuestras operaciones.” (CILPEN, 2023)

- Familia y Comunidad: “Somos una empresa familiar que centramos nuestros valores en reconocer la importancia de las relaciones humanas y colaboramos con las comunidades locales y las empresas pequeñas.” (CILPEN, 2023)

- Estructura: “Valoramos los sistemas eficientes y las responsabilidades bien definidas y contamos con tecnología de punta para proveer el mejor servicio posible.” (CILPEN, 2023)

- Alta Calidad: “Buscamos la excelencia y la mejora continua en todos los aspectos del negocio para ofertar productos y servicios de alta calidad que puedan satisfacer las expectativas de los clientes.” (CILPEN, 2023)

7.4 Cultura Organizacional

Cilpen se caracteriza por un fuerte compromiso compartido con la sostenibilidad, la integridad y la excelencia en la gestión de desechos sólidos. Los empleados sienten pasión por la sostenibilidad y creen firmemente en la importancia de su trabajo en la protección del medio ambiente. Promueven una cultura de responsabilidad ambiental en la que todos los empleados se comprometen a reducir los residuos y aumentar el reciclaje. Se espera que todos los empleados actúen con honestidad y ética en todas las actividades comerciales, cumplan con los estándares ambientales y trabajen con total transparencia.

Además, se promueve la excelencia en la gestión de residuos con foco en la innovación y la adopción de tecnología avanzada. Los empleados se enorgullecen de ser parte de una empresa que lidera la industria en calidad y eficiencia. La cooperación y participación con las comunidades locales son esenciales y se anima a los empleados a participar en actividades benéficas y de concienciación medioambiental. Se consideran miembros activos de sus

comunidades locales y pretenden hacer una contribución positiva a través de sus actividades comerciales y compromiso con la responsabilidad social corporativa.

Por último, pero no menos importante, Cilpen valora el crecimiento profesional y personal de sus empleados, brindando oportunidades de capacitación y desarrollo y reconociendo los aportes individuales de cada miembro del equipo.

7.5 Principales Estrategias Implementadas

Cilpen, tiene como principal objetivo, liderar el campo de la gestión de residuos sólidos a nivel nacional, siendo reconocidos por la excelencia y el alcance de sus servicios. Para alcanzar esta meta, se guían por principios fundamentales como la integridad y el respaldo a las comunidades locales. Diseñan y construyen infraestructuras adecuadas y ofrecen servicios y productos de la más alta calidad.

Su estrategia competitiva se basa en la diferenciación, ya que son los únicos en el sector. Los clientes los eligen porque son capaces de resolver todas sus necesidades en un solo lugar de manera eficiente y con estándares de calidad excepcionales. Proporcionan servicios integrales que cubren desde la recolección hasta el tratamiento y la disposición final de alta calidad, lo que les permite ofrecer precios Premium que sus clientes valoran positivamente. Además, sus clientes internacionales aprecian la excelente calidad de los materiales reciclados, resultado de su maquinaria especializada y de su personal altamente capacitado.

Además, aprovechan su estatus de Zona Franca Especial para obtener ventajas fiscales significativas de acuerdo con la legislación vigente. Estos beneficios les permiten exportar sin incurrir en impuestos de venta ni sobre la renta, además de reducir los costos al importar la maquinaria y los equipos necesarios para nuestras operaciones.

7.6 Modelo de Gestión Estratégica

Cilpen basa su gestión estratégica alrededor de las nuevas tecnologías e innovaciones dentro de la industria a la que pertenece, esto se debe a que fue pionero en el país al presentar al público su planta de valorización de los desechos sólidos. Sus esfuerzos se han visto fructíferos no sólo

en los resultados arrojados en los últimos años en torno al reciclaje que reciben, sino que han sido elocuentes en comunicar su interés de seguir implementando nuevas tecnologías innovadoras para seguir creciendo dentro del país. Esta gestión ha logrado de forma interna un sentido de lealtad por parte de sus colaboradores y empleados ya que se sienten identificados con el futuro y la proyección de la empresa.

Para plasmar de forma más adecuada la gestión implementada en Cilpen el análisis FODA más adelante presentado, explica de manera detallada como la empresa se encuentra actualmente dentro del mercado, tanto tomando en cuenta aspectos internos como externos para poder delimitar cuáles puntos son los que actualmente se encuentran en mejor posicionamiento y cuales necesitan de asistencia para mejorar ya sea la gestión, la ejecución y los resultados.

Capítulo 3. Análisis Situacional

ANÁLISIS FACTORES INTERNOS ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR

8.1 Logística Interna

La logística interna de Cilpen, es un proceso integral que abarca desde la recolección de residuos en diferentes ubicaciones, incluyendo puntos de acopio en Santiago de los Caballeros y Santo Domingo, hasta su procesamiento, clasificación, exportación y gestión de rellenos sanitarios. La empresa cuenta con una flota de camiones recolectores para recoger los residuos de sus diversos clientes, que incluyen hospitales, industrias, zonas industriales y residencias. Una vez que los residuos llegan a las instalaciones de Cilpen, se procede a su pesaje y clasificación, separando cuidadosamente los materiales reciclables, como plásticos, metales, papel y cartón, de cualquier resto de basura orgánica presente. Los plásticos, en particular, se someten a un proceso de limpieza y compactación en pacas para su exportación a fabricantes en diferentes países. Estos desechos son compactados en pacas y luego exportados a fabricantes en diferentes países, incluyendo Estados Unidos, Honduras, China, Alemania y México.

Además, la empresa gestiona de manera responsable la basura orgánica en su granja de compostaje, utilizándose como mejorador de suelos en jardines y en el vertedero de Rafey. Cilpen también se encarga del manejo de residuos industriales, como aceites tóxicos, metales peligrosos y escombros de construcción, garantizando una disposición final adecuada según su tipo. La gestión del vertedero sanitario de Santiago es otra de sus responsabilidades, donde se manipulan y compactan los residuos sólidos urbanos para reducir los impactos negativos y prolongar su vida útil.

8.2 Producción / Operaciones

La empresa al procesar desechos sólidos estos se dividen en distintas categorías y cada una cuenta con un proceso de producción distinto. El primer paso es el acopio de los desechos en las instalaciones de los clientes, luego al llegar a las instalaciones, se procede a pesar, vaciar y someter a un proceso de segregación toda la basura. Este proceso se inicia mediante la utilización

de maquinaria especializada que se encarga de separar los residuos sólidos de cualquier resto de basura orgánica que pudiera estar presente.

Posteriormente, se realiza una clasificación manual exhaustiva para depurar aún más los materiales, seguida de una limpieza y la preparación en pacas con el propósito de facilitar su exportación. En casos donde los materiales no sean aptos para el reciclaje, se lleva a cabo una disposición final adecuada, de acuerdo al tipo de material en cuestión.

Continuando con el plástico, este constituye más del 50% de los desechos que son sometidos a procesamiento. Una vez que se ha segregado del resto de los residuos, se procede a su clasificación mediante una máquina que evalúa su peso. Posteriormente, se realiza una etapa de separación manual por parte de los operarios, quienes lo organizan en compartimentos según su tipología, ya sea PET o HDPE. Dependiendo de las especificaciones, los plásticos se agrupan por tipo o color, se someten a un proceso de limpieza y se transportan hacia la máquina que lo compacta con el fin de crear fardos que luego serán exportados a los fabricantes encargados de otorgar un nuevo propósito a dicho material.

La basura orgánica envuelve todos aquellos residuos que pueden experimentar una degradación natural con el tiempo. Cuando no se les gestiona adecuadamente, estos desechos pueden tener un impacto perjudicial debido a que emiten altos niveles de metano, el cual participa como la principal causa de combustión e incendios en los vertederos, generando una elevada contaminación. Asimismo, su descomposición puede producir lixiviados, un líquido altamente contaminante que se desprende de los residuos y que puede contaminar tanto las aguas como los suelos.

Este tipo de residuo representa más del 60% del total de desperdicios que se reciben diariamente, en su mayoría compuesto por desechos de tabaco y líquidos sépticos. En nuestra granja de compostaje, se valora este material con el propósito de utilizarlo posteriormente como un mejorador de suelos en nuestros jardines, además de gestionar su disposición adecuada en el vertedero de Rafey.

En los excedentes de la fábrica de Industriales se encuentran diversos residuos urbanos, así como aceites tóxicos, metales peligrosos y escombros de construcción, entre otros.

El procesamiento de desechos industriales se encarga de gestionar la disposición final adecuada para cada uno de estos elementos. Los aceites son canalizados hacia los tanques de la planta de Industriales con el propósito de utilizarlos como combustible derivado de residuo (CDR). Los escombros de construcción son transportados al vertedero donde se destinan como material de relleno sanitario. Por otro lado, las gomas son sometidas a un proceso de trituración para la producción de otro tipo de CDR mediante el método de pirólisis.

8.3 Logística Externa

La logística externa de Cilpen implica una serie de actividades y procesos que se llevan a cabo fuera de sus instalaciones para garantizar la eficiencia y el éxito en sus operaciones. Cilpen trabaja en estrecha colaboración con diversas fuentes de generación de residuos, como empresas industriales, hospitales y zonas urbanas, lo que implica la programación y coordinación de la recolección de residuos desde estos puntos de origen, utilizando flotas de camiones recolectores para recoger los desechos de manera eficiente y segura. Luego de ser recolectados, los residuos se transportan desde los puntos de origen hasta las instalaciones de Cilpen para su procesamiento, con camiones especializados para el transporte de residuos y materiales reciclables.

Además, la empresa se encarga de la gestión de residuos especiales, como desechos hospitalarios, asegurando un transporte seguro y una disposición adecuada de acuerdo con las regulaciones ambientales y de salud. Como parte fundamental, Cilpen exporta materiales reciclados a mercados internacionales, lo que implica la planificación y coordinación de la exportación de productos como plásticos, metales, papel y cartón, gestionando envíos, documentos de aduanas y seleccionando rutas de transporte adecuadas. La empresa también realiza visitas a clientes existentes y potenciales, así como participa en ferias y eventos relacionados con la industria de la gestión de residuos, planificando estas visitas y la participación en eventos para promover sus servicios y productos.

Adicionalmente, Cilpen utiliza las redes sociales como parte de su estrategia de marketing y concienciación ambiental, gestionando contenido en línea, interactuando con seguidores y organizando eventos de voluntariado y actividades relacionadas con la sostenibilidad. La empresa se esfuerza por mantener buenas relaciones con las comunidades locales donde opera, lo que implica la comunicación constante con las autoridades locales y la participación en iniciativas que beneficien a estas comunidades, como limpiezas de playas y reforestación.

8.4 Marketing y Ventas

Cilpen es una empresa posicionada dentro de la industria como una de las empresas visionarias que buscan mejorar no solo su producción interna, sino que también buscan el crecimiento de las comunidades y de la misma industria. La empresa cuenta con altos niveles de calidad dentro de sus operaciones internas tanto como externas demostrando así una buena ejecución del departamento de mercadeo ya que con esfuerzos ha logrado darse a resaltar mayormente dentro de la industria. En cuanto a su estrategia de marketing, se enfocan en el contacto personal debido a la complejidad de su industria. Visitan empresas para realizar evaluaciones y demostrar la importancia y la necesidad de sus servicios. También participan en ferias y visitan clientes en diferentes partes del mundo para ofrecerles sus materiales, adaptándose a sus necesidades en términos de calidad, color y tipo de material, entre otros.

Finalmente, han establecido presencia en las redes sociales para difundir los impactos positivos que han logrado. Dado el creciente interés en la sostenibilidad por parte de empresas y personas. A través de estas plataformas, han establecido conexiones significativas con numerosas personas de interés y han creado una red de voluntarios que les han acompañado en actividades como reforestación, limpieza de playas, eventos educativos y más. Estos eventos no solo refuerzan su compromiso con la sociedad, sino que también fortalecen su marca, generando un impacto aún mayor.

No obstante, los esfuerzos, tácticas y estrategias mencionadas anteriormente existen gran oportunidad de crecimiento no solo de la empresa y sus servicios y productos, sino que de su reconocimiento en el mercado de forma nacional. Cilpen cubre una necesidad muy importante en

el país y es el procesamiento de los desechos sólidos, buscando así una solución sostenible y factible para la gestión de basura en el país, la finalidad y propósito de la empresa buscan ayudar al país de forma equitativa por lo que merece ser reconocida de una manera más exhaustiva.

8.5 Servicios

- Creación y Mantenimiento de Rellenos Sanitarios. Gestionan de forma eficiente y responsable el vertedero sanitario de Santiago, donde reciben alrededor de 300,000 toneladas de residuos sólidos urbanos cada año. Disponen de equipos especializados para recibir, manipular y compactar los residuos, lo que ayuda a prolongar su vida útil y reducir los impactos negativos.
- Recolección y disposición final de residuos especiales y privados. Disponen de una flota de camiones recolectores para ofrecer servicios a diferentes empresas privadas. Establecen acuerdos con zonas industriales, compañías, grandes empresas y también residencias, para encargarse de la recolección y certificación de los residuos que generan cada mes.
- Tratamiento de desechos hospitalarios. Se enfocan en la evaluación, transporte y tratamiento de desechos hospitalarios generados por grandes proveedores para asegurar la seguridad y el manejo adecuado de estos desechos, siempre cumpliendo con los estándares ambientales y protegiendo la salud pública.
- Certificaciones ambientales. Ofrecen visitas a empresas para ayudarles a obtener certificaciones internacionales. Durante estas visitas, evalúan las áreas en las que pueden mejorar su sostenibilidad y ofrecen opciones y recomendaciones específicas. Al finalizar, otorgan certificaciones mensuales que validan los logros alcanzados, las cuales son reconocidas por otras certificaciones internacionales.

8.6 Aprovechamiento

Cilpen al ser una empresa que se encarga del acopio, recolección y procesamiento de los residuos urbanos industriales, su materia prima es generaliza en todos los desechos de los

clientes que forman parte de su carta. Estos incluyen sectores hospitalarios, industrias y urbanos. Es importante mencionar que el aprovisionamiento de la empresa debido a su origen es distinto al de las empresas comunes. Al procesar y revalorizar los residuos urbanos el aprovisionamiento más importante es la misma basura que es recolectada por los agentes de transporte en los distintos puntos de acopio en el país.

Algunos de estos puntos se encuentran en Santiago de los Caballeros: Gurabo, Los Pepines, La alcaldía y en el Parque Central. En Santo Domingo existe un punto de acopio en el centro comercial Galería 360.

8.7 Desarrollo Tecnológico

La gestión de residuos sólidos municipales de la República Dominicana se caracteriza por una marcada dependencia de métodos manuales en cada etapa del procedimiento, desde la recolección de residuos hasta su eliminación y clasificación. Los vertederos del país emplean a unos 10.000 recolectores, también conocidos como "buzos", para clasificar los residuos. Según información del Movimiento Nacional de Tramperos, aproximadamente el 60% de estos carroñeros son inmigrantes haitianos sin visas válidas que viven en la nación.

Existen serios problemas con la gestión de residuos, según una evaluación de 2010 realizada conjuntamente por la Organización Panamericana de la Salud (OPS), el Instituto Americano de Higiene e Ingeniería Ambiental (AIDIS) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Los expertos del sector señalan que en el país sólo existen entre 2 y 3 vertederos, lo que significa que menos del 1% del total de residuos se elimina adecuadamente. Para el bien de la nación, el presidente de República Dominicana, Luis Abinader, se comprometió a mejorar la gestión de residuos sólidos. Cree una estación de transferencia en el lugar del entierro. Además, está previsto instalar vertederos en al menos ocho o diez grandes territorios del país. Estas medidas están diseñadas para abordar de manera más efectiva los desafíos actuales de la gestión de residuos sólidos en el país.

8.8 Gestión de Recursos Humanos

En Cilpen, el proceso de reclutamiento es bastante tradicional, ya que reciben solicitudes de empleo tanto de forma digital como presencial. Cuando diferentes áreas requieren cubrir

vacantes debido a renuncias, despidos o la creación de nuevas posiciones, comienza el proceso de búsqueda de candidatos adecuados. En primer lugar, identifican el perfil necesario para la posición y determinan la escala salarial correspondiente. Luego, inician la búsqueda de candidatos que cumplan con los requisitos, ya sea revisando los currículos que ya tengan en la base de datos o utilizando diferentes plataformas de búsqueda de perfiles. También colaboran con una empresa especializada en la búsqueda y selección de candidatos, que les proporciona candidatos preseleccionados.

Una vez que identifican un candidato potencial, lo someten a una entrevista con el gerente del área y el departamento de Recursos Humanos para evaluar si encaja en la posición. Si se selecciona al candidato, se le presenta una oferta salarial, y si la acepta, coordinan su fecha de ingreso a la empresa. En caso de que el candidato rechace la oferta, continúan el proceso de reclutamiento.

En cuanto a las actividades adicionales, después de que los nuevos empleados completan el proceso de reclutamiento y se unen a la empresa, les dan la bienvenida en el Departamento de Recursos Humanos para la firma de los documentos de ingreso. Luego, se les ofrece una presentación de inducción que incluye un video que proporciona una visión general de la empresa, incluyendo su misión, visión, valores, políticas y procedimientos en cada área, así como información general sobre cómo se relacionan entre sí. Además, realizan actividades como talleres de inclusión y programas educativos para fomentar el desarrollo profesional y la integración de los nuevos empleados.

8.9 Contabilidad y Finanzas-Ventas de la categoría o marca que hace el plan

Las responsabilidades de gestión de residuos sólidos municipales (CSA) del municipio cubren diversas áreas, incluida la limpieza, recolección, procesamiento, transporte y eliminación de residuos domésticos no peligrosos de conformidad con la Ley de Gestión Integrada y Cooperación No. 225-20. disposición. Eliminación de residuos sólidos.

Según los últimos datos de 2010, el 94,5% de la eliminación de residuos sólidos en todo el país es realizada directamente por las autoridades municipales, cifra significativamente superior

al promedio regional del 59,4%, como se indica en el informe ambiental regional. Evaluación de la Gestión de Residuos Sólidos Municipales en América Latina y el Caribe en 2010.

En cuanto a la recogida diaria de residuos, el 77,2% del trabajo lo realiza directamente el municipio, lo que vuelve a superar la media regional del 50,6%. Además, en lo que respecta al almacenamiento final de residuos, el 90% de las actividades están bajo control de los municipios, en contraste con un promedio del 52,8% en la región, mientras que sólo un pequeño 10% lo realizan empresas privadas. (Martinez, 2023)

Si bien las ciudades participan activamente en la gestión de residuos sólidos, la implementación de planes de gestión urbana es insuficiente, ya que sólo el 5,1% de las ciudades a nivel nacional cuentan con dichos planes, uno de los niveles más altos de América Latina y el Caribe. El 1,2% de los municipios nicaragüenses cuentan con este tipo de planes, frente a un promedio regional del 19,8%. Es importante que los costes para los municipios relacionados con la gestión de residuos sean significativos. En América Latina y el Caribe, los gastos de limpieza por kilómetro en 2010 fueron de \$24,89, mientras que los gastos de recolección y disposición final por tonelada fueron de \$34,22 y \$20,43, respectivamente. El costo de recolección promedio regional (excluyendo los extremos) es de \$23 por tonelada métrica y el costo de disposición final es de \$11,43 por tonelada métrica. (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Santo Domingo, 2023)

En República Dominicana, la información sobre los aspectos financieros de los servicios (costos, tarifas y tarifas) fue una de las principales brechas identificadas durante la elaboración de este estudio. Aunque hay algunos datos, no son muy confiables, por lo que el gobierno debería, por supuesto, intentar realizar una investigación sobre el costo de la prestación de servicios; por otro lado, implementa estrategias y sistemas de cobranza ya efectivos, que se explicarán más adelante.

8.10 Gestiona Empresarial

La gestión empresarial de Cilpen se caracteriza por un fuerte compromiso con la gestión sostenible de residuos y la promoción de una economía circular en República Dominicana. La empresa se centra en minimizar el impacto negativo de los residuos en las poblaciones humanas

y el medio ambiente natural, al tiempo que contribuye a la lucha contra el cambio climático en todo el mundo. Su misión es clara. Se trata de liderar la gestión sostenible de residuos y promover la sostenibilidad ambiental en la República Dominicana.

Este liderazgo estratégico es responsabilidad de los Co-presidentes, quienes son responsables de establecer la visión estratégica y participar en las decisiones estratégicas clave para garantizar que todos los aspectos de la organización estén alineados con los objetivos corporativos. La innovación y la sostenibilidad están en el centro de nuestras operaciones comerciales. Liderada por su Gerente de Innovación y Sostenibilidad, la compañía está impulsando iniciativas para impulsar la innovación y las prácticas sostenibles en todas las áreas de la empresa.

Cilpen presta servicios a una amplia cartera de clientes en una variedad de industrias y trabaja en estrecha colaboración con ellos para reducir su huella de carbono y eliminar los residuos de manera sostenible. Nuestro reconocimiento a nuestros empleados altamente calificados se refleja en un ambiente de trabajo seguro y saludable, así como en promover el desarrollo profesional y la integración de nuevos empleados a través de programas educativos y talleres de inclusión.

La gestión de residuos, desde la recogida hasta el procesamiento y la promoción de una economía circular, la lleva a cabo un equipo diverso de expertos que desempeñan funciones clave, como directores de producción, directores de pirólisis y directores de calidad. Además, nos esforzamos por el estricto cumplimiento de las normas ambientales y legales relacionadas con la disposición de residuos, con el apoyo de nuestro Gerente de Seguridad Física y Gerente de Seguridad y Salud Ocupacional.

Cilpen también apuesta por la innovación tecnológica e invierte en tecnología de punta para sus plantas de recuperación para asegurar la correcta ejecución de las operaciones y evitar emisiones de gases nocivos para el medio ambiente. Además, la compañía se esfuerza por trabajar con el sector público, el sector privado y la sociedad en general para concienciar sobre el tratamiento adecuado de los residuos en origen y posicionarse como un actor clave en la economía circular.

RECURSOS Y CAPACIDADES

9.1 Indicadores de la Cadena de Valor

Las empresas emplean indicadores con el propósito de evaluar el rendimiento y la obtención de las metas establecidas, al mismo tiempo que funcionan como un aviso para que las personas encargadas de tomar las decisiones adopten acciones correctivas en caso de que se presente alguna desviación. Para utilizar eficazmente estos indicadores, es esencial contar con información precisa y confiable que refleje con precisión la situación y que, en verdad, se convierta en una herramienta eficaz

La empresa basa su cadena de valor en los siguientes aspectos:

- Sostenibilidad: Procesos en donde siempre se cumpla el eje principal de la empresa, maquinarias de bajo consumo eléctrico, implementación de transporte sostenible.
- Ventas y exportaciones: Cumplimiento de las metas financieras, captaciones nuevas localidades de exportación, número de exportaciones trimestrales, implementación de una economía circular en todos los procesos.
- Captación de nuevos clientes: Ampliamiento de la carta de clientes, ampliamiento de territorio abarcado.

9.2 Matriz de Recursos y Capacidades

Tabla 1

Recursos y Capacidades

Recursos	Valioso	Singular	Difícil de sustituir	Fácil de imitar	Consecuencia competitiva	Implicación del desempeño
Nivel de internacionalización	Si	No	Si	No	Ventaja competitiva sostenible	Por debajo del retorno

Gestión de abastecimiento	Si	No	No	No	Ventaja competitiva sostenible	Por encima del retorno
Cantidad de colaboradores	Si	Si	No	No	Ventaja competitiva sostenible	Por encima del retorno
Logística de distribución	Si	Si	Si	No	Ventaja competitiva sostenible	Por encima del retorno
Limpieza de trabajo	Si	No	Si	No	Paridad Competitiva	Retorno promedio
Responsabilidad social	Si	Si	No	No	Ventaja competitiva sostenible	Por encima del retorno
Responsabilidad ambiental	Si	Si	Si	No	Ventaja competitiva sostenible	Por encima del retorno
Retención de demanda	Si	Si	Si	No	Ventaja competitiva sostenible	Retorno promedio
Soporte educativo al empleado	Si	No	SI	No	Paridad competitiva	Retorno promedio
Acción social activa	Si	Si	Si	No	Ventaja competitiva sostenible	Por encima del retorno
Ubicación de puntos	Si	No	No	No	Paridad competitiva	Retorno promedio

verdes						
Transparencia de información	Si	Si	Si	No	Ventaja competitiva sostenible	Por encima del retorno
Planificación estratégica	Si	No	No	No	Paridad competitiva	Por encima del retorno

Nota: Este cuadro demuestra todas las características las cuales la empresa cumple frente a su industria viendo se así cuáles capacidades posee y cuales aún están en proceso, por igual se denomina la paridad competitiva frente al mercado y el nivel de retorno la misma cumple. (Autoría propia 2023)

9.3 Competencias Distintivas - Ventaja Competitivas

A. Competencias Distintivas

- **Tecnología avanzada:** Se distingue por invertir en tecnología avanzada para el tratamiento y clasificación de residuos. Esta tecnología permite una separación eficiente de materiales reciclables y aumenta la pureza del producto final.
- **Enfoque en la sostenibilidad:** La empresa ha desarrollado un fuerte compromiso con la sostenibilidad ambiental y la gestión responsable de residuos. Esto incluye implementar prácticas que reduzcan los impactos ambientales negativos, tales como, reutilizar, reciclar y minimizar las emisiones.
- **Capacidades de diversificación:** No se limita a reciclar un tipo de material, sino que puede gestionar una amplia gama de residuos, desde plásticos, metales, papel y cartón hasta residuos peligrosos como los hospitalarios. Esta capacidad de diversificar aumenta su alcance en el mercado.
- **Relaciones Estratégicas:** Ha construido sólidas relaciones estratégicas con clientes locales e internacionales, así como con comunidades y autoridades locales. Contribuyen al éxito de la recogida de residuos y la exportación de productos reciclados.

B. Ventajas Competitivas

- Calidad del producto reciclado: Proporciona materiales reciclados de alta calidad debido a su tecnología avanzada y su enfoque en la separación y limpieza de residuos. Esto atrae a clientes internacionales que aprecian los productos reciclados de alta calidad.
- Eficiencia de la cadena de valor: Ha optimizado su cadena de valor desde la recogida hasta la exportación, lo que le permite ofrecer precios competitivos y servicios integrales muy valorados por los clientes.
- Conciencia ambiental: Ha demostrado una fuerte conciencia ambiental a través de iniciativas educativas y actividades de voluntariado. Esto no sólo fortalece la marca, sino que también tiene un impacto positivo en la sociedad y promueve la sostenibilidad.
- Ventajas fiscales: Al aprovechar su estatus de zona franca especial, Cilpen recibirá importantes beneficios fiscales, lo que reducirá los costos y le permitirá competir de manera más efectiva en los mercados internacionales.
- Compromiso comunitario: Contribuye a su reputación y le permite desarrollar relaciones sólidas con los gobiernos y residentes locales, que son esenciales para facilitar las operaciones.

MATRIZ EVALUACIÓN FACTORES INTERNOS (EFI)

10.1 Análisis de Fortalezas

Tabla 2

Análisis Fortalezas

Fortalezas	Ponderación	Clasificación	Puntuaciones Ponderadas
Tecnología avanzada	0.20	3	0.60
Empleados altamente capacitados	0.10	3	0.30
Diversificación de productos	0.70	3	2.10
Estatus de Zona Franca Especial	0.60	4	2.40
Compromiso Social y Ambiental	0.80	3	2.40
Promueve una economía circular	0.30	3	0.90
Crear alianzas estratégicas con comercios locales, constructoras e instituciones educativas	0.90	4	3.60

Nota: La evaluación detallada de las fortalezas de Cilpen revela una serie de aspectos destacables que contribuyen a su posición en el mercado. Entre sus puntos fuertes más sobresalientes se encuentra la diversificación de productos, lo que le brinda una robusta versatilidad para adaptarse a distintos segmentos y demandas del mercado. Además, sus alianzas estratégicas son un motor clave para su desarrollo, generando oportunidades de sinergia y crecimiento. A pesar de estos logros, se identifican áreas que requieren atención prioritaria, como el compromiso social y ambiental. Estos aspectos, aunque no desmerecen la posición general de la empresa, ofrecen oportunidades significativas para reforzar su impacto positivo en la comunidad y el entorno natural. El estatus de Zona Franca Especial se revela como un elemento distintivo y ventajoso, proporcionando un entorno propicio para el crecimiento empresarial, la innovación y la expansión global. (Autoría propia 2023)

10.2 Análisis de Debilidades

Tabla 3

Análisis Debilidades

Debilidades	Ponderación	Clasificación	Puntuaciones Ponderadas
Dependencia de los mercados internacionales	0.30	2	0.60
Limitación geográfica en Santiago de los Caballeros	0.40	1	0.40
Dependencia tecnológica y de equipos especializados	0.30	1	0.30
Variabilidad de la generación de residuos	0.80	2	1.60

Nota: El análisis detallado revela una evaluación exhaustiva de las debilidades inherentes a la entidad, brindando una visión ponderada y clasificada de sus áreas críticas. En primer lugar, la limitación geográfica centrada exclusivamente en Santiago de los Caballeros emerge como una debilidad de alcance crítico. Esta restricción territorial limita el potencial de expansión y diversificación, imponiendo barreras significativas para la ampliación geográfica y el alcance de mercado. Además, la dependencia marcada de los mercados internacionales y la necesidad de tecnología altamente especializada se posicionan como inquietudes importantes. Esta dependencia expone a la entidad a volatilidades económicas y fluctuaciones en los mercados globales, aumentando la vulnerabilidad frente a cambios repentinos en las condiciones económicas y tecnológicas. Por otro lado, la variabilidad en la generación de residuos representa un desafío multifacético. Esta disparidad en la producción de desechos plantea dificultades en la gestión efectiva de residuos, incrementando los costos operativos y ambientales. La falta de uniformidad en la generación de residuos puede obstaculizar los esfuerzos de implementar estrategias de gestión sostenible y eficiente. (Autoría propia 2023)

10.3 Matriz Telaraña

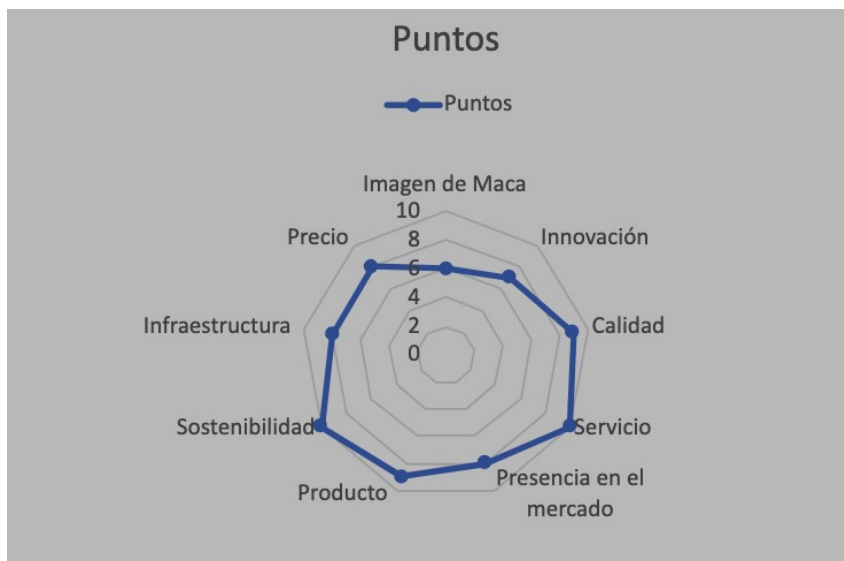
Ilustración 2

Tabla Telearña

Aspectos	Puntos	Estado
Imagen de Maca	6	Regular
Innovación	7	Regular
Calidad	9	Excelente
Servicio	10	Excelente
Presencia en el mercado	8	Bien
Producto	9	Excelente
Sostenibilidad	10	Excelente
Infraestructura	8	Bien
Precio	8	Bien

Ilustración 3

Telearaña



Nota: La tabla y figura evalúan varios aspectos de una entidad o negocio. Destacan la excelencia en calidad, servicio, producto y sostenibilidad, con calificaciones de "excelente". Aunque la imagen y la innovación se califican como "regulares", hay espacio para mejoras. La presencia en el mercado, infraestructura y precio son "buenos", lo que indica estabilidad con margen de mejora. (Autoría propia 2023)

ANÁLISIS FACTORES EXTERNOS | ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE PESTEL

11.1 Perspectiva Política

En la República Dominicana, se promulgó recientemente en 2020 un proyecto de ley de gestión integral de residuos con la finalidad de transformar el actual enfoque lineal de gestión hacia uno circular. Este nuevo modelo incorpora conceptos como el aprovechamiento, tratamientos, valorización, y establece la responsabilidad extendida de los productores y una jerarquía de residuos. Según la misma, los productores llevan consigo la responsabilidad de separar de forma correcta los residuos producidos, mientras que los ayuntamientos deben implementar sistemas de recolección selectiva.

A nivel nacional, se estableció una contribución especial con un periodo anual basada en los ingresos, destinada a un fideicomiso encargado de la gestión de dichos residuos. La ley también motiva el sector estipulando la inmunidad del 100 % del impuesto sobre la renta, el impuesto sobre los activos y los aranceles e ITBIS de la maquinaria durante un periodo de 5 años. Esta ley también considera la creación de un instrumento conocido como bono verde para financiar proyectos "verdes".

Sin embargo, es importante destacar que, en la actualidad, la República Dominicana enfrenta una gran problemática en lo que respecta al manejo de residuos sólidos urbanos, ya que carece de información confiable y actualizada. La falta de un sistema de información pública sólido entorpece la toma de decisiones efectivas, lo que puede verse como un resultado negativo en el país.

Para abordar estos desafíos, es importante la cooperación activa de todos los involucrados, incluidos los departamentos gubernamentales y la ciudadanía en su totalidad. El gobierno debe liderar la implementación de políticas y normativas integrales para la gestión de residuos sólidos, incentivando a la ciudadanía a desempeñar su papel en la implementación de prácticas responsables en el manejo de residuos. La gestión inapropiada de la basura urbana en vertederos improvisados e ilegales representa una amenaza para el medio ambiente y la salud pública. Es con carácter de urgencia abordar esta falta en la gestión de residuos para prevenir la contaminación y las enfermedades asociadas.

11.2 Perspectiva Económica

En la actualidad, se ha demostrado una insuficiencia de recursos financieros para poner en marcha de forma correcta y fluida un sistema de gestión de residuos que sea ambiental y climáticamente sostenible. Los fondos disponibles para la gestión de residuos en los ayuntamientos provienen de asignaciones del presupuesto nacional administrado por el gobierno central. “Los gastos en servicios sociales básicos mantienen un nivel bajo y la transferencia del 10 % del Presupuesto del Gobierno Central a los Gobiernos Locales estipulado por la Ley de Municipios, entes encargados de la gestión de RSU, no alcanza en realidad el 5 % (2022). Esto hace que los municipios destinen del 30 al 70 % de sus ingresos a solventar los gastos corrientes del servicio de basuras, impidiéndoles invertir en flota, capacitación del personal y tecnologías necesarias. Todo ello se traduce en deficiencias en la prestación del servicio que se refleja a su vez en la reticencia de la población de pagar las facturas de basura y unas débiles recaudaciones. La cobertura del servicio de recolección de basura en República Dominicana se sitúa entre el 75% y el 85%. El 91,52% de los hogares de áreas urbanas del país reciben el servicio de recolección”. (Alekhina & Martínez, 2023)

Los costes de este servicio rondan los 24,8 dólares por tonelada recogida y los Ayuntamientos estarían pagando a las empresas contratistas entre 18 USD y 38 USD dependiendo del Ayuntamiento. Actualmente empresas privadas como Cilpen logran como industria exportar más de 100 M USD al año. El sector está en auge y ofrece muchas oportunidades, pues según estimaciones, más del 50 % de los residuos sólidos urbanos que se generan son reciclables, pudiendo ser exportados hasta 300 M USD al año.

11.3 Perspectiva Sociodemográficas

El gobierno está implementando varias iniciativas y leyes para mejorar la gestión de residuos sólidos. Esto refleja una creciente conciencia sobre la importancia de solucionar este problema ambiental en la sociedad dominicana. La participación activa de los ciudadanos es crucial para el éxito de estas políticas, porque están motivados para clasificar correctamente los residuos.

Al mismo tiempo, la falta de información confiable y actualizada puede impedir una toma de decisiones efectiva, lo que indica la necesidad de mejorar la educación ambiental y la conciencia pública sobre el manejo de residuos. El manejo inadecuado de los residuos sólidos domiciliarios amenaza la salud pública. Esto puede tener importantes efectos sociodemográficos, ya que una mala gestión de los residuos puede aumentar el riesgo de enfermedades y afectar la calidad de vida de la población.

Es importante que la sociedad comprenda estos riesgos para apoyar la gestión de residuos. También se destaca que el sector de gestión de residuos sólidos ofrece importantes oportunidades económicas en la República Dominicana.

La exportación de residuos reciclables y el desarrollo de tecnologías relacionadas con la gestión de residuos pueden generar ingresos y empleo. Esto puede influir en las perspectivas sociodemográficas al proporcionar oportunidades de empleo en el sector. Los municipios enfrentan dificultades financieras porque carecen de recursos financieros suficientes para una gestión adecuada de los residuos, lo que puede afectar la calidad de vida de los residentes y generar gastos adicionales o problemas de salud si no se aborda. Colocar vertederos cerca de zonas agrícolas, cursos de agua y zonas propensas a inundaciones tiene un impacto directo en la

calidad ambiental y puede afectar la vida de los residentes locales. Por último, la contaminación de las aguas subterráneas y la calidad del aire son problemas sociodemográficos porque pueden tener un efecto perjudicial sobre la salud y el bienestar de la población.

11.4 Perspectiva Tecnológica

La gestión de residuos se ha beneficiado enormemente del uso de herramientas de computación en la nube que emplean sistemas de procesamiento de información remotos. Estas innovaciones ayudan a planificar de forma inteligente las rutas de recogida y tienen un impacto directo en la eficacia con la que funcionan los servicios de recogida de residuos. Al reducir los gastos, mejorar la eficiencia del combustible y realizar un mantenimiento de rutina en los vehículos utilizados para las recolecciones, podemos reducir los costos en un 12%.

La más eficaz de estas herramientas es la identificación por radiofrecuencia (RFID), que puede saber rápidamente cuántos residuos se han acumulado y cuántos hay. Esto mejora enormemente la eficacia de los servicios de recogida. El uso de la inteligencia artificial también tiene gran importancia en la gestión de residuos. La eficiencia de la clasificación y eliminación de residuos mejora mediante el uso de escáneres y robots. Además, la gestión de sitios de disposición final como vertederos y rellenos sanitarios puede monitorear eficazmente las operaciones e identificar nuevas instalaciones para futuras instalaciones utilizando información geoespacial obtenida de drones y análisis de datos.

Está demostrado que el uso de equipos como GPS y cámaras de vigilancia remota en los vehículos de recogida de residuos mejora la gestión de residuos. Tomando como ejemplo la ciudad chilena de Lenca, se puede mejorar la eficacia de las actividades de inspección de las rutas de recolección. Además, los operadores han fortalecido los procesos de transparencia y establecido canales de comunicación efectivos con los usuarios finales. Este caso ilustra cambios significativos en la forma en que se prestan los servicios y mejoras en la eficiencia del manejo de quejas.

En República Dominicana y Haití, el uso de drones y el análisis de información geoespacial han tenido un impacto significativo en el cierre técnico de vertederos y la identificación de ubicaciones potenciales para nuevas instalaciones de gestión de residuos. Estas tecnologías digitales mejoran la eficiencia de la gestión de inundaciones y las decisiones

oportunas de gestión de residuos. Además, pueden obtener datos que antes no estaban disponibles en Haití, como información sobre la población, el tráfico y las condiciones de la infraestructura vial, y estudios topográficos para planificar nuevos sitios de eliminación. Juntas, estas herramientas tecnológicas contribuyen significativamente a la mejora y la eficiencia de la gestión de residuos en diferentes contextos. te sustancial para la toma de decisiones y eficiencia en la gestión de disposición final.

11.5 Perspectiva Ambiental

Según los datos recopilados, se ha determinado que el 66% de los vertederos se encuentran ubicados en áreas que son propicias para la producción agrícola y ganadera. Además, el 60% de estos vertederos están situados en regiones que albergan acuíferos de gran, alta y mediana importancia hidrogeológica, lo que aumenta la preocupación por la contaminación de las aguas subterráneas.

Resulta alarmante también que el 17% de los vertederos se encuentren en zonas donde el nivel freático es inferior a 50 metros, lo que aumenta el riesgo de contaminación de las fuentes de agua subterránea. Asimismo, un 6% de estos vertederos están a menos de 100 metros de lagos y lagunas, lo que plantea riesgos adicionales para la calidad del agua.

Además, el 89% de los vertederos están ubicados a menos de 1000 metros de ríos, arroyos y cañadas, lo que aumenta el potencial de afectar negativamente los cuerpos de agua superficiales. Es importante destacar que el 5% de los vertederos se encuentran a menos de 3 kilómetros de aeropuertos, lo que podría tener implicaciones en la calidad del aire y la salud pública.

También, un dato relevante es que el 30% de estos vertederos están localizados en zonas propensas a inundaciones, lo que pone en riesgo la gestión adecuada de los residuos sólidos en situaciones climáticas extremas. (Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA); Ministerio de Medio Y Ambiente y Recursos Naturales (MIMARENA), 2017)

En cuanto a los impactos ambientales, se ha observado que los lixiviados generados por estos vertederos contaminan las aguas subterráneas, lo que representa una seria amenaza para la

calidad del agua y la salud humana. Además, la práctica común de quemar residuos sólidos, que constituye aproximadamente el 20% de la contaminación del aire urbano, es motivo de preocupación.

Por último, otro tema inquietante es la falta de separación y tratamiento adecuado de los desperdicios tóxicos generados por hospitales y otras fuentes, lo que agrega un componente adicional de riesgo ambiental y sanitario. ((Unidad Administrativa de Países Caribeños Desarrollo Ambiental y Socialmente Sostenible Región de América Latina y el Caribe, 2004)

11.6 Perspectiva Legal

La búsqueda de prácticas ambientales sostenibles y comunidades sanas por parte de la República Dominicana está respaldada en gran parte por la gestión integrada de residuos sólidos. Dado que la acumulación inadecuada de residuos puede dañar la salud de los residentes y las comunidades, los servicios de recogida de residuos se consideran uno de los servicios municipales más importantes. Ante este panorama, el gobierno local se ha propuesto convertirlos residuos sólidos en oportunidades de inversión que beneficien a la ciudadanía.

La Ley N° 225-20 sobre gestión integrada de residuos sólidos impone varias obligaciones importantes a los municipios. En particular, la Liga Municipal Dominicana (LMD) ha tomado la iniciativa de reunir un equipo técnico capacitado para presentar formalmente una propuesta de fideicomiso creado bajo la mencionada ley de residuos sólidos para abordar este 85% de los residuos generados en el país. La medida identifica nueve áreas geográficas que producen más de 500 toneladas por día, lo que ofrece oportunidades para reducir los costos operativos y atraer capital privado para mejorar la gestión de residuos. Según la ley núm. 225-20, LMD promueve la gestión conjunta de residuos sólidos como estrategia para optimizar los servicios y explotar economías de escala. Como proyecto piloto se impulsó la formación de comunidades de las ciudades de Alta Gracia y Pedro Brande, así como de los distritos municipales de San José del Puerto, La Cuba, La Guayiga y La Cuchilla. Paralelamente se trabaja en la creación de nuevas asociaciones para fortalecer la gestión de residuos a nivel local.

En 2021 y 2022 se lanzaron importantes iniciativas para promover la gestión de residuos sólidos y mejorar la limpieza en varias comunidades. En total se entregaron al municipio 113 máquinas compactadoras, lo que representó una inversión de aprox. RD 400,000,000. Además de la dotación de estos vehículos, se brindó asistencia técnica a varios municipios, entre ellos San Cristóbal, Bajos de Haina, Moca, Tamborila, Villa González, Navarrete, Al Villa Altagracia y la ciudad de Santo Domingo Grande, incluido el Relleno Sanitario Duquesa. También se brindó un apoyo especial al Concejo Municipal de Santo Domingo del Este con el objetivo de regular los servicios de recolección de residuos sólidos y limpieza de estaciones de transporte para evitar la acumulación de residuos en la ciudad. Estas acciones son parte de los esfuerzos para mejorar la gestión de residuos sólidos y mantener limpias las comunidades.

ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO

12.1 Descripción de la industria a la que pertenece la empresa

La industria de la gestión y el reciclaje de residuos desempeña un papel importante en la protección del medio ambiente y la promoción de prácticas sostenibles en la sociedad. En un mundo donde la producción de residuos sólidos continúa aumentando debido al crecimiento de la población y al consumo, esta industria es un elemento importante para abordar los problemas ambientales y conservar los recursos naturales. Cilpen Global Business S.R.L. es una empresa líder en esta industria de República Dominicana. Sus esfuerzos van más allá de la mera gestión de residuos y se centran en brindar soluciones integrales y sostenibles para la gestión responsable de los residuos sólidos generados por residentes y empresas locales.

La empresa se dedica a garantizar que los residuos se recojan de manera eficiente y se eliminen adecuadamente desde el punto de origen hasta el destino final. Este proceso implica la separación y clasificación de materiales reciclables como plásticos, metales, papel y cartón, con el objetivo de reducir la cantidad de residuos enviados a vertederos.

Una de las tareas fundamentales de Cilpen, es reducir el impacto negativo al medio ambiente por la acumulación de residuos. Esto se logra mediante la adopción de métodos sostenibles que minimicen la contaminación del aire, el suelo y el agua y promuevan la reutilización y el reciclaje de materiales, lo que contribuye en gran medida a conservar los recursos naturales y reducir las emisiones de carbono.

Además de las operaciones de gestión de residuos, Cilpen se esfuerza por mejorar la conciencia ambiental en la sociedad dominicana. A través de iniciativas educativas y campañas de concientización, nuestro objetivo es involucrar a las comunidades en prácticas más responsables y sostenibles relacionadas con la gestión de residuos. Esto no sólo tiene un impacto directo en la reducción de la generación de residuos, sino que también promueve una cultura de sostenibilidad en la sociedad.

ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES

13.1 Alcance de la competencia y grado de integración de la misma

El alcance actual de la competencia directa se radica meramente del espacio en el que se encuentre y practique sus labores, debido a la naturaleza del sector abarca una gran necesidad que no tiene culminación, el país produce grandes cantidades de residuos sólidos tanto urbanos como industriales lo que significa una constante y alta demanda de los servicios de recogida de los mismos, sin embargo dentro del sector de revalorización de basura la competencia disminuye ya que el sector aún no se encuentra lo suficientemente evolucionado por lo que la competencia es sumamente directa y competitiva ya que buscan abarcar la mayor cantidad de clientes posibles dentro del territorio en el que se encuentran, es por esto que es tan importante la expansión nacional de esta forma el alcance de Cilpen Global es aún más extenso.

Otras empresas y su grado de integración son: la planta de valorización Vermont, inaugurada en noviembre de 2022, que ha supuesto una inversión inicial de 15 millones de dólares. También destaca una planta que se construirá en San Pedro de Macorís que generará energía eléctrica a partir de residuos, cuya tecnología ha sido diseñada por la empresa española SENER.

Otras empresas relevantes del sector que cabe mencionar son Recolección Residuos Clasificados Diversos (RESICLA), empresa que se dedica a la recolección, transporte y gestión de residuos controlados y no controlados a nivel nacional; AISA, de Hainan, especializada en tratamiento de residuos industriales (áreas afines), industria nacional); MIRSA, especializada en el tratamiento de residuos peligrosos y no peligrosos mediante destrucción térmica y/o

incineración; o ECOSERVICES, ubicada en Punta Cana, recolecta residuos sólidos, líquidos y tóxicos.

13.2 Posición y movimientos estratégicos de los competidores

La recogida de residuos sólidos en el Distrito Nacional se realiza a través de cinco proveedores fundamentalmente, según el porcentaje de residuos que colectan, ADN Cervices (51 %), Disposición Sanitaria Capital (25 %), fundaciones comunitarias (24 %), camiones propios del Ayuntamiento (menos del 1 %) y los contratistas menores (menos de 1 %). (Icex España Exportación e Inversiones, 2023) (Situación actual de Gestión de residuos en República Dominicana, 2023)

Cilpen se destaca como líder en su campo gracias a una combinación excepcional de tecnología avanzada y un firme compromiso con los principios de la economía circular. Esto ha culminado en su destacada posición como el principal exportador de plásticos reciclados en la región del Caribe. Su enfoque estratégico se encuentra arraigado en la eficiencia y la calidad en la gestión de residuos, lo que les ha permitido no solo prosperar localmente, sino también dirigirse con éxito hacia la expansión global y la promoción de la colaboración público-privada.

Por otro lado, La Recicladora Cibao se especializa en la recolección y procesamiento de una amplia gama de residuos reciclables, incluyendo papel, cartón y plástico, concentrándose en una fase crucial de la gestión de residuos. Su estrategia se centra en la adquisición y comercialización de materiales reciclables en los mercados internacionales, colaborando tanto con recolectores formales como informales, lo que contribuye a su posicionamiento distintivo en el mercado.

En lo que respecta a otras empresas del sector, como Vermont, SENER, RESICLA, AISA, MIRSA y ECOSERVICES, cada una de ellas se especializa en enfoques particulares en la gestión de residuos. Estas especializaciones incluyen la valorización, la destrucción de residuos peligrosos y la generación de energía a partir de residuos. Sus estrategias difieren significativamente según sus respectivas especializaciones, abarcando desde inversiones en

plantas de valorización hasta proyectos de generación de energía, lo que contribuye a una diversidad valiosa en la industria de la gestión de residuos.

13.3 Grupo estratégico en que se desarrolla

Cilpen Global se desarrolla dentro de un grupo estratégico el cual busca como finalidad establecer la práctica de una economía circular. Este tipo de estrategia trata de eficiente los recursos y añadirles un valor agregado luego de que son desechados, este grupo engloba grandes industrias no solo la de procesamiento masivo de residuos sólidos, sino que engloba a todas las empresas que actualmente buscan formas de reducir su huella en el planeta adoptando prácticas eco amigables con el medio ambiente. Algunas de las empresas dentro de este grupo estratégico son: Green Wheel, Grupo Punta Cana, Recolección Residuos Clasificados Diversos (RESICLA), ECOSERVICIOS

En cuanto al sector industrial, en los últimos años se ha observado una tendencia positiva en algunas importantes empresas nacionales que han implantado sistemas de gestión ambiental en sus instalaciones y han implementado medidas públicas de protección ambiental. Hay algunas dignas de mención como Cemex Dominicana, Grupo SID, Tropitas, Seguros Universal, AES dominicana, la minera Barack Pueblo Viejo, Cervecería Nacional Dominicana, INICIA Ingenio Colón o Tétrada.

La República Dominicana, una nación que actualmente se distingue por el predominio de métodos manuales y la falta de infraestructura adecuada para el manejo de residuos, se caracteriza actualmente por la necesidad de mejorar significativamente la gestión de los residuos sólidos municipales no obstante empresas como las anteriormente mencionadas son el primer paso para la creación de una economía circular nacional, en donde las malas prácticas serán reguladas y las buenas premiadas.

13.4 Posicionamiento Competitivo

Las empresas a la vanguardia en la adquisición de conocimientos e implementación de prácticas de reciclaje que abarcan la recolección, tratamiento y reciclaje de residuos son el orgullo del país. Es la primera y más completa solución diseñada para proteger y restaurar la salud del medio ambiente en la República Dominicana, sus recursos naturales y su gente. Esta

organización es un gran aliado para garantizar la continuidad y resiliencia del país y brindar apoyo a las personas jóvenes y mayores que quieran contribuir a este loable objetivo.

Sin embargo, es importante mencionar que el posicionamiento más alto o reconocido por el público en únicamente la recolección y almacenaje de residuos sólidos urbanos son las entidades gubernamentales tales como los ayuntamientos y alcaldías de los distintos municipios del país. En cuanto al procesamiento, reciclaje y revalorización de dichos residuos Cilpen se encuentra posicionada como una de las empresas más competitivas activamente en el mercado ya que buscan oportunidades de crecimiento y de mejora a nivel nacional con el propósito de mejorar el estado actual del país implementando la economía circular en todos sus procesos.

La competencia directa es relativamente escasa ya que Cilpen logra abarcar no solo un gran público que es el Cibao, sino que cuenta con una amplia selección de servicios para los fines. Algunas empresas en el mercado que laboran activamente son:

La Recicladora Cibao es una fábrica propiedad del Grupo Yeyo Ochoa. La empresa recoge y procesa diversos tipos de residuos reciclables, especialmente papel, cartón y determinados tipos de plástico. Estos recursos se recolectan, se procesan en diversas líneas de producción (lavados, triturados o compactados, respectivamente) y luego se venden principalmente en el extranjero. Las empresas trabajan con recolectores formales e informales para recibir materiales y celebrar contratos con empresas que recolectan o reciben materiales. En cuanto a los residuos reciclables, reciben muchos artículos que no son reciclables pero que tienen potencial para el procesamiento.

De forma más indirecta y utilizando el modelo de Ciudades Saludables del Perú, EcoRed ha desarrollado 3 programas piloto de reciclaje inclusivo en Samaná, Santo Domingo del Este y San Pedro Macorís.

Características clave de la iniciativa San Pedro de Macorís:

- Promover la clasificación de las fuentes de residuos domiciliarios.
- Tienen un centro de acopio (construido por el ayuntamiento) con 1 báscula y 1 balanza
- Utilizaron una motocicleta para transportar los residuos.
- Concientización continua en la junta de vecinos

13.5 Tamaño del mercado y datos del mercado

La República Dominicana tiene una población de 11,12 millones y actualmente está experimentando una expansión económica: la economía crecerá un 4,9% en 2022 y muchos sectores manufactureros están mostrando una importante vitalidad. El desarrollo de sectores importantes como el turismo, el reasentamiento de migrantes, las zonas francas, la construcción y las industrias de servicios es atribuible a factores como el entorno internacional favorable y las políticas económicas prudentes. El comercio, que representa el 10,6% del PIB y la manufactura nacional el 11,7%, sigue siendo una parte importante de la economía, mientras que la agricultura mantiene su importancia como creadora de empleo.

Sin embargo, la gestión de residuos sólidos ha sido un problema en el país. La República Dominicana se encuentra en una mala situación debido a los 358 vertederos a cielo abierto que allí existen, la falta de financiación de los municipios para recoger, eliminar y tratar los residuos, la incipiente industria del reciclaje y la falta general de concienciación entre la población. Estado en materia de gestión de residuos. Etapa primaria. sus residuos sólidos. Por tanto, todavía queda mucho trabajo por hacer para solucionar este problema.

Uno de los principales problemas es la baja asignación al sector, ya que el gasto en servicios sociales básicos todavía es bajo, y la transferencia del 10% del presupuesto del Gobierno central a los gobiernos locales estipulado por la Ley Municipal, la proporción no ha llegado al 5%(2022). Como resultado, los municipios gastan entre el 30% y el 70% de sus ingresos en costos actuales del servicio de residuos, lo que les impide invertir en flotas, capacitación del personal y las tecnologías necesarias. Todo esto se manifiesta en brechas en la prestación de servicios, que se expresa en la renuencia de la población a pagar tarifas de residuos y en una mala recolección de residuos.

La cobertura de los servicios de recolección de residuos en República Dominicana oscila entre el 75% y el 85%. El 91,52% de los hogares urbanos de todo el país reciben servicios de recolección del municipio, pero sólo el 63,4% de los hogares rurales reciben este servicio. Según los últimos datos de 2018, los costes de recogida se reparten entre los servicios municipales (77,2%) y las empresas privadas (22,8%) como Cilpen. El servicio cuesta alrededor de 24,80

dólares por tonelada, y el municipio paga al contratista entre 18 y 38 dólares, según el ayuntamiento. (Ley General de Gestión integral y su reglamento de aplicación, 2023)

En conclusión, el tamaño del mercado realmente radica en todos los ciudadano y empresas del país ya que son los entes que producen los residuos, esto emplea grandes retos para las empresas dentro de este sector que buscan sustentar la demanda de una forma organizada y sostenible ya que el público está desinformado del efecto negativo que actualmente está causando la pobre gestiones de los residuos en el país. Como es demostrado anteriormente se están trabajando en implementar leyes y reglamentos que no solo regulan las empresas que manejan los residuos, sino que también lo que la producen para lograr un balance en la demanda y en la estructura actual.

13.6 Grado de diferenciación de productos

Cilpen ha logrado establecer una sólida reputación en el campo de la gestión de residuos y su alto nivel de diferenciación de productos se debe a una serie de factores importantes que subrayan la posición de la empresa en el mercado. En primer lugar, el enfoque integral y el compromiso de la empresa con la gestión de residuos cubre una amplia gama de categorías, incluidos plásticos, metales, papel y cartón comunes, así como combustibles derivados de residuos y diésel sintético. Esta diversificación de nuestra oferta amplía significativamente nuestro alcance y proporciona a nuestros clientes una solución integral para sus necesidades de gestión de residuos.

La inversión en tecnología de punta también es un pilar fundamental de diferenciación. La planta de reciclaje de la empresa está equipada con equipos de última generación que le permiten procesar y clasificar eficientemente los residuos para obtener materiales de alta calidad. Esta tecnología no sólo garantiza procesos eficientes, sino que también ayuda a proteger el medio ambiente minimizando los residuos y maximizando la recuperación de recursos valiosos de los residuos.

Otro factor diferencial es nuestra presencia en los mercados internacionales. Cilpen no se limita a operaciones nacionales, sino que también exporta sus productos a todo el mundo. Esto demuestra la capacidad de la empresa para competir en el escenario internacional y satisfacer las

demandas de los clientes extranjeros, fortaleciendo aún más su posición como líder en la gestión de residuos.

Pero lo que realmente distingue a Cilpen es su enfoque en la economía circular. La compañía apuesta por promover una economía circular, añadir valor a los residuos y encontrar oportunidades de reutilización y reciclaje. Esto va mucho más allá de la gestión tradicional de residuos y enfatiza el compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental.

Por último, la capacidad de convertir residuos en combustible derivado de residuos y diésel sintético de alta calidad es la joya de la corona de Cilpen. Este producto único lanzado al mercado demuestra la innovación en la gestión de residuos y su contribución a la reducción de la dependencia de los combustibles fósiles.

13.7 Análisis de Tendencias

En República Dominicana, existe una tendencia notable y progresiva hacia la adopción de prácticas más sostenibles en la gestión de residuos, destacando la inevitable necesidad de hacer la transición a una economía circular. Cilpen se destaca entre un grupo selecto de grupos estratégicos deseosos de impulsar activamente esta transición, con un enfoque particular en transformar los residuos en nuevos productos de alta calidad.

La atención se centra en el tratamiento y el reciclaje de residuos. Sin embargo, el país enfrenta importantes desafíos en el ámbito de la gestión de residuos, incluidos vertederos a cielo abierto mal gestionados y tasas de reciclaje significativamente más bajas. Es innegable que la conciencia y la normativa medioambiental aumentan constantemente, lo que hace aún más urgente el cumplimiento de normas medioambientales más estrictas y específicas.

Además, la competencia dentro de la industria del reciclaje ha aumentado significativamente, creando desafíos adicionales. La falta de infraestructura adecuada y los obstáculos financieros en la gestión de residuos están demostrando ser cuestiones críticas que deben abordarse de manera decisiva en el futuro. A pesar de estos desafíos, cabe destacar que Cilpen está muy bien posicionada para beneficiarse de la creciente demanda de soluciones de gestión de residuos más eficientes y sostenibles en la República Dominicana.

Comprometida con la promoción de prácticas sustentables y enfocada en convertir residuos en recursos valiosos, la empresa juega un papel clave en el desarrollo de la gestión de residuos en el país, volviéndola más limpia, más eficiente y más amigable con el medio ambiente, contribuyendo al progreso hacia el futuro. ambiente.

13.8 Fuerzas impulsoras y Factores Claves de Éxito en la Industria

La fuerza impulsora y los factores clave de éxito para la industria de gestión de residuos en la República Dominicana son los problemas existentes en la gestión de residuos y los esfuerzos para resolverlos. Las fuerzas impulsoras incluyen graves problemas medioambientales y de salud causados por una gestión ineficiente de los residuos, que provocan problemas como la contaminación del aire y de las aguas subterráneas, lo que genera preocupación entre el público y las autoridades. Además, el país se enfrenta al desafío de la falta de una regulación efectiva, pero al mismo tiempo de empresas comprometidas con el cumplimiento de los estándares ambientales y la promoción de buenas prácticas, como es el caso de Cilpen.

La creciente conciencia ambiental tanto a nivel mundial como local está impulsando a empresas y gobiernos a reconocer la urgencia de reducir su impacto negativo en el medio ambiente y tomar medidas más sostenibles en la gestión de residuos. La generación de grandes cantidades de residuos también ha aumentado la necesidad de adoptar prácticas de reciclaje y economía circular en el país, no solo como una responsabilidad ambiental sino también como una oportunidad económica.

Cuando se trata de factores clave de éxito, invertir en tecnología avanzada es esencial para la eliminación eficiente de residuos y la reducción del impacto ambiental. Un personal bien capacitado en gestión de residuos es esencial para el éxito del proceso de recolección, tratamiento y reciclaje. Formar alianzas estratégicas entre los sectores público y privado es clave para promover una economía circular y mejorar la gestión de residuos en origen.

La concientización pública juega un papel fundamental ya que la educación y la sensibilización son esenciales para cambiar la percepción y el comportamiento del público hacia una gestión adecuada de los residuos. Cumplir con las regulaciones ambientales y obtener la certificación de los estándares ambientales es esencial para operaciones comerciales sostenibles y competitivas. La inversión financiera en infraestructura y equipamiento adecuados es fundamental y el acceso a la financiación es un factor clave de éxito. Además, el liderazgo de

empresas como Cilpen que buscan soluciones innovadoras y sostenibles es fundamental para liderar con el ejemplo y hacer avanzar la industria de la gestión de residuos.

Por último, la participación comunitaria activa es esencial para lograr los objetivos de sostenibilidad, por lo que la colaboración con las comunidades y organizaciones locales es esencial para garantizar la aceptación y el apoyo de las iniciativas de gestión de residuos. Finalmente, desarrollar mercados a través de la educación y la promoción de prácticas sostenibles puede ayudar a que la industria de la gestión de residuos crezca y fomente la adopción de soluciones más eficientes.

ANÁLISIS DE PORTER PARA LA INDUSTRIA EN LA QUE SE DESARROLLA LA EMPRESA O PROYECTO

14.1 Entorno Competitivo

La industria de la gestión y el reciclaje de residuos se caracteriza por varios elementos clave que determinan su dinámica y desafíos. En primer lugar, la empresa ha establecido un liderazgo en el mercado, lo que le ha proporcionado una posición estable y una sólida base de clientes. Este liderazgo establecido es un activo valioso que puede utilizar para ampliar su presencia y desarrollar nuevas oportunidades comerciales.

Una característica notable de este entorno es el bajo riesgo de sustitución. Dado que la gestión de residuos y el reciclaje son una parte importante de la responsabilidad ambiental y la regulación gubernamental, existen soluciones alternativas a las ofrecidas por Cilpen. Los servicios prestados son limitados. Esto permite a la empresa aumentar aún más la seguridad y estabilidad de su posición en el mercado.

Además, la empresa tiene cierto poder de negociación sobre sus proveedores y clientes. Esto significa que podemos trabajar estrechamente con nuestros socios para garantizar términos comerciales mutuamente beneficiosos que mejoran la eficiencia operativa y la rentabilidad.

A pesar de estas ventajas competitivas, Cilpen sigue bajo una amenaza moderada por parte de nuevos competidores que ingresan al mercado. La industria de la gestión y el reciclaje

de residuos resulta atractiva para las nuevas empresas que buscan ingresar al mercado, especialmente si encuentran una oportunidad sin explotar o un nicho de mercado específico. Para mantener su posición en el mercado y superar posibles desafíos competitivos futuros, las empresas deben seguir siendo innovadoras y centrarse en la sostenibilidad.

Esto incluye implementar tecnología avanzada para mejorar la eficiencia operativa, desarrollar soluciones de reciclaje más sostenibles y explorar oportunidades de crecimiento a nivel nacional e internacional.

14.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores

La amenaza de que nuevos competidores ingresen a la industria de gestión y reciclaje de residuos en la República Dominicana puede describirse como moderada. Esto se debe a varios factores importantes que influyen en el grado de dificultad que enfrentan las nuevas empresas que buscan ingresar al mercado.

En primer lugar, Cilpen, fortaleció su presencia en la industria al introducir una instalación de recolección de última generación. Esta instalación de última generación no sólo demuestra un fuerte compromiso con la eficiencia y la innovación, sino que también establece altos estándares en tecnología de tratamiento de residuos. Estas grandes inversiones en tecnología y capacitación de empleados crean importantes barreras de entrada para competidores potenciales.

La necesidad de realizar grandes inversiones iniciales para igualar o superar la infraestructura y los recursos humanos de Cilpen es un desafío importante que puede disuadir a muchos empresarios. Además, adquirir la experiencia necesaria en gestión de residuos y reciclaje no es fácil. También, ha acumulado conocimiento y experiencia a lo largo de los años, lo que le otorga una importante ventaja competitiva. Los nuevos competidores deberán superar una curva de aprendizaje significativa para comprender completamente las complejidades de la gestión de residuos y las regulaciones ambientales en la República Dominicana.

Sin embargo, es importante recordar que la industria de la gestión y el reciclaje de residuos también se ve influenciada por factores externos que pueden influir en la amenaza de

entrada de nuevos competidores. Uno de los factores es la creciente conciencia ambiental en la sociedad dominicana. A medida que más personas y empresas tomen conciencia de la importancia de las prácticas sostenibles y la gestión adecuada de residuos, pueden surgir oportunidades para nuevos participantes dispuestos a abordar estas necesidades específicas.

14.3 Rivalidad entre competidores existentes

La rivalidad entre los competidores existentes en la industria de reciclaje y gestión de residuos en la República Dominicana está influenciada por varios factores importantes que determinan la posición de mercado de Cilpen. Actualmente, Cilpen ocupa una posición líder y pionera en esta industria, lo que le otorga una importante ventaja competitiva.

Una de las principales razones de la posición ventajosa de la empresa es la limitada competencia directa a la que se enfrenta en el país. En ausencia de competidores fuertes, Cilpen, ha podido establecerse como un exportador líder de plásticos reciclados en toda la región del Caribe. La capacidad de la empresa para satisfacer la demanda de productos reciclados en la República Dominicana y los países vecinos le ha dado un fuerte flujo de ingresos y una importante participación de mercado. Sin embargo, es importante enfatizar que el panorama competitivo puede cambiar en el futuro.

Si surgen nuevas empresas en el mercado local que puedan brindar servicios y productos similares a los de Cilpen, la competencia entre nuestros competidores podría aumentar. Además, la entrada de competidores internacionales a la región podría representar una amenaza significativa para la posición de liderazgo de la empresa.

La entrada de nuevos competidores locales puede aumentar aún más la presión sobre el precio y la calidad del servicio, lo que obligará a Cilpen a innovar y mejorar continuamente para mantener su posición. Por otro lado, el surgimiento de competidores internacionales puede introducir nuevos estándares de calidad y eficiencia en la industria, lo que también puede requerir que Cilpen adapte y mejore sus operaciones.

14.4 Amenaza de productos y servicios sustitutos

La amenaza de productos y servicios sustitutos sigue siendo relativamente baja en esta industria, ya que la gestión de residuos y el reciclaje son esenciales para promover la protección y la sostenibilidad del medio ambiente. Estos procesos juegan un papel fundamental en la

reducción de la contaminación, la protección de los recursos naturales y la mitigación del cambio climático. Como resultado, la demanda de servicios relacionados con la gestión de residuos tiende a ser constante y menos afectada por las fluctuaciones económicas.

Como líder de la industria, Cilpen desempeña un papel clave en la minimización del riesgo de sustitución. La seña de identidad de la empresa es aportar soluciones integrales y sostenibles en la gestión y reciclaje de residuos. Estas soluciones no sólo cumplen con los más altos estándares de calidad y eficiencia, sino que también abordan las crecientes preocupaciones sobre la responsabilidad ambiental. Esto fortalece la posición de mercado de Cilpen y hace que sea aún menos probable que los clientes busquen alternativas.

Además, las inversiones en tecnología de vanguardia y la innovación continua en las ofertas de servicios de Cilpen hacen que la empresa sea aún más resistente a las amenazas de productos y servicios sustitutos. Nuestra capacidad de adaptarnos y buscar la mejora continua nos permite mantenernos a la vanguardia de las tendencias del mercado, satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes y fortalecer nuestra posición dominante en la industria.

14.5 Poder de negociación del proveedor

Su tamaño y posición financiera le otorga algunas ventajas en las negociaciones con proveedores de equipos y tecnología. Esto se debe a que, gracias a su posición en el mercado y fortaleza financiera, Cilpen tiene el potencial de crear condiciones comerciales favorables, lograr precios competitivos y acceder a productos de alta calidad.

Esta ventaja competitiva permite a la empresa negociar contratos que benefician las operaciones comerciales y la rentabilidad a largo plazo. Por ejemplo, Cilpen puede presionar a los proveedores para que ofrezcan descuentos por volumen, condiciones de pago más flexibles o contratos de suministro a largo plazo para poder planificar sus operaciones de manera más eficiente.

Sin embargo, es importante señalar que la gestión de residuos generalmente no depende en gran medida de ningún proveedor en particular. Esto significa que existen múltiples fuentes y opciones de proveedores para el equipo y la tecnología necesarios en esta industria. Estas diferentes opciones reducen el poder de negociación de los proveedores individuales, ya que

empresas como Cilpen tienen la flexibilidad de cambiar de proveedor si los términos deseados no son aceptables.

14.6 Poder de negociación del cliente

La empresa atiende principalmente a una clientela internacional, lo que implica una competencia intensa y la posibilidad de que los clientes tengan varias opciones de proveedores. Sin embargo, el liderazgo y la especialización de Cilpen en el procesamiento de materiales reciclados le confieren cierto poder de negociación, ya que los clientes valoran la calidad y experiencia que ofrece. Además, la colaboración estratégica con el sector público y privado en la República Dominicana refuerza su posición al brindar respaldo local y oportunidades preferenciales. En última instancia, la gestión efectiva del poder de negociación de los clientes es esencial para el éxito continuo de Cilpen en un mercado global altamente competitivo.

MATRIZ EVALUACIÓN FACTORES EXTERNOS

15.1 Análisis de Amenazas

Tabla 4

Análisis Amenazas

Amenazas	Ponderación	Clasificación	Puntuaciones Ponderadas
Potencial de endurecimiento de las regulaciones ambientales	0.50	3	1.50
Mayor competencia en la gestión de residuos	0.60	3	1.80
Fluctuación del precio de las materias primas reutilizables	0.80	4	3.20
Cambios en la demanda de reciclaje	0.40	3	1.20

Nota: La tabla evalúa diversas amenazas para una entidad o negocio. Destacan la fluctuación de precios de las materias primas reutilizables como la amenaza más significativa, seguida de la mayor competencia en la gestión de residuos. Las amenazas relacionadas con regulaciones ambientales y cambios en la demanda de reciclaje son moderadas. (Autoría propia 2023)

15.2 Análisis de Oportunidades

Tabla 5

Análisis Oportunidades

Oportunidades	Ponderación	Calificación	Puntuaciones ponderadas
Creciente conciencia ambiental a nivel nacional y global	0.50	3	1.50
Encontrar proveedores responsables para formar alianzas estratégicas y fortalecer su posición en el mercado	0.90	4	3.60
Leyes de reciclaje y las políticas gubernamentales	0.80	4	3.20
Su compromiso con la educación ambiental	0.60	3	1.80

Nota: La tabla evalúa diversas oportunidades para una entidad o negocio. Destacan las oportunidades relacionadas con la formación de alianzas estratégicas con proveedores responsables y las leyes de reciclaje, ambas calificadas con un nivel 4. La creciente conciencia ambiental a nivel nacional y global es una oportunidad moderada, y el compromiso con la educación ambiental también se considera una oportunidad, aunque con espacio para mejoras. (Autoría propia 2023)

15.3 Matriz de perfil competitivo (CPM)

Tabla 6

Perfil Competitivo

Factores Claves	Nuvi RD			Ecoservices Dominicana		Alcaldía de Santiago	
	Peso	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Imagen de Marca	0.17	3	0.51	3	0.51	4	0.68
Innovación	0.12	4	0.48	3	0.36	4	0.48
Calidad	0.14	3	0.42	2	0.28	3	0.42
Servicio	0.12	4	0.48	3	0.36	4	0.48

Presencia en el mercado	0.17	3	0.51	3	0.51	4	0.68
Producto	0.17	3	0.51	2	0.34	3	0.51
Sostenibilidad	0.14	4	0.56	4	0.56	4	0.56
Infraestructura	0.12	4	0.48	3	0.36	4	0.48
Total	1.01	28	3.95	23	3.28	30	4.29

Nota: La tabla compara tres entidades: Nuvi RD, Ecoservices Dominicana y la Alcaldía de Santiago, evaluando diversos factores clave. La Alcaldía de Santiago lidera la evaluación con el puntaje más alto, destacándose en imagen de marca, presencia en el mercado, sostenibilidad y otros factores. Nuvi RD también obtiene un rendimiento sólido, mientras que Ecoservices Dominicana tiene calificaciones moderadas en la mayoría de los factores. Este análisis revela no solo las fortalezas y debilidades de cada entidad, sino también la importancia de aspectos como la imagen de marca, la presencia en el mercado y la sostenibilidad en la evaluación de su rendimiento. Las diferencias marcadas entre estas entidades subrayan la diversidad y complejidad de los criterios evaluativos en el entorno empresarial y gubernamental de Santiago. (Autoría propia 2023)

Capítulo 4 Investigación de Mercados

DISEÑO METODOLÓGICO

16.1 Tipo de Investigación

Esta investigación está basada en el criterio y preferencia del consumidor. Por tal razón, se empleó el muestreo no probabilístico, por medio de una encuesta, en el cual se determinó subjetivamente los resultados. Se seleccionaron muestras basadas en un juicio subjetivo, la selección no fue realizada al azar.

16.2 Metodología de investigación

La metodología empleada en este estudio incluirá una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas. Se llevará a cabo una encuesta a una muestra representativa de la población del Gran Santo Domingo para medir el nivel de reconocimiento de Cilpen Global.

16.2.1 Objetivos de la Investigación

Objetivo General:

Evidenciar el porcentaje de personas que conocen la empresa Cilpen Global Business, S.R.L dentro del territorio del Gran Santo Domingo, para así comprender cómo se encuentra posicionado dentro del mercado y cuál es la percepción de las personas sobre la industria en la cual se desarrolla.

Objetivos Específicos:

- Detectar las competencias actuales de la empresa dentro del Gran Santo Domingo
- Conocer el público objetivo al cual Cilpen Global Business, S.R.L se pudiera dirigir ya sean empresas como individuos personales.
- Conocer la rentabilidad de la expansión de los servicios de la empresa al territorio del Gran Santo Domingo.
- Destacar el poco conocimiento del público sobre la gran problemática del procesamiento de los desechos urbanos que afecta al país completo, sobre todo a la tan concurrida capital.
- Conocer los medios a los cuales el público es más receptivo a recibir informaciones tanto educativas como de fuerzas de venta para impulsar una economía circular.

16.3 Técnica de investigación

En esta investigación, utilizaremos el método estadístico descriptivo para obtener datos cuantitativos y cualitativos a través de una encuesta virtual. Este método nos permitirá recopilar información de manera rápida y eficiente, dando comodidad a los encuestados y facilitando el análisis estadístico de los resultados.

MÉTODO O PLAN DE MUESTREO

17.1 Universo

El universo de la investigación se remonta en todos los ciudadanos de la ciudad del Gran Santo Domingo, entidades gubernamentales las cuales se vean involucradas dentro de la práctica a investigar e instituciones de interés, para conocer el nivel de reconocimiento actual de la empresa Cilpen Global en el territorio dominicano.

17.2 Población

La población objetivo de esta investigación se concentra en hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 18 y 60 años en la República Dominicana. Esta población (1,026,157), incluye ciudadanos de diferentes edades que residen tanto en áreas urbanas como rurales y que generan residuos en su vida cotidiana, así como empresas que producen residuos en sus operaciones diarias y que pueden estar dirigidas o empleadas por individuos de este grupo de edad, junto con instituciones gubernamentales y reguladoras involucradas en la formulación y aplicación de políticas y regulaciones relacionadas con la gestión de residuos en el país, donde también se encuentran hombres y mujeres en este rango de edad.

Además, se consideran otras empresas en el sector de la gestión de residuos, competidores directos e indirectos, así como aquellas involucradas en la recolección, tratamiento y reciclaje de residuos, donde el personal puede variar en género y edad. También se incluyen organizaciones no gubernamentales (ONG) y grupos de la sociedad civil, compuestos por hombres y mujeres de 18 a 60 años interesados en cuestiones ambientales y la gestión sostenible de residuos.

Finalmente, se considera a los consumidores internacionales, en el caso de Cilpen, que pueden ser empresas y compradores interesados en adquirir productos reciclados y materiales tratados por la empresa, sin restricciones de género y dentro del rango de edad especificado. Esta investigación tiene como objetivo comprender las percepciones, actitudes, comportamientos y necesidades de esta amplia población en relación con la gestión de residuos y los servicios ofrecidos por Cilpen.

17.3 Calculo y tamaño de la muestra

El nivel de confianza de la muestra es de un 95% junto con un margen de error de 7.6 tomando en cuenta que nuestra población objetiva comprende a todas las personas que residen en El Gran Santo domingo, el cual da un total de 3.119.494 personas de las cuales 1,970,197 se encuentran dentro de los 18 y 60 años, de estos solo 1,576,157 cuentan con un teléfono celular, de los cuales le restamos un total de 550,000 personas que no cuentan con los requisitos demandados para el análisis de la investigación, estas personas no cuentan con el conocimiento suficiente para completar de forma adecuada la encuesta. Es decir que el total de la población objetiva es de 1,026,157.

El tamaño de la muestra luego del cálculo resulta en 159 personas de interés, es importante recalcar que este tamaño muestral arroja la cifra de personas que deben de ser encuestadas para lograr un resultado probabilístico real con relación a la población total, de esta forma el análisis del mismo logrará tener un peso cuantitativo real.

Ilustración 4

Muestra Virtual

Calculadora de muestra

Nivel de confianza: 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Limpiar

Calcular Muestra

Tamaño de Muestra:

Nota: El estudio llevado a cabo en El Gran Santo Domingo se basa en una muestra representativa de 159 personas, cuidadosamente seleccionadas para reflejar con precisión la población objetivo de 1,026,157 individuos entre 18 y 60 años que poseen teléfono celular y cumplen con los requisitos necesarios para participar en la investigación. Este tamaño de muestra se determinó considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 7.6%, asegurando así resultados que reflejen de manera precisa las tendencias y comportamientos de la población en cuestión. La selección rigurosa de encuestados garantiza que el análisis final tenga un peso cuantitativo significativo y pueda ofrecer conclusiones sólidas y representativas de la totalidad de la población. (Autoría propia 2023)

17.4 Marco de la muestra

La información administrada para la investigación fue obtenida por distintas entidades las cuales se han mantenido actualizando constantemente sus datos para lograr así brindarle transparencia al sector ya que el mismo cuenta con una gran escasez de información y datos aterrizados a la realidad actual del país.

Estas entidades son:

Cilpen Global, al ser la empresa principal de la investigación, la misma cuenta con la responsabilidad de suplir información actual para poder lograr el objetivo final del proyecto, sumándole a que es imprescindible que conozcan los datos actuales tanto de la demanda como del comercio actual en el país.

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Santo Domingo: La embajada de España en Santo Domingo condujo un estudio a principios del año 2023 en donde busca la transparencia de los datos que traten el tema de residuos sólidos en el país. La investigación toca todos los puntos de relevancia para la creación del análisis de investigación como también datos bases y sumamente actualizados. Las fuentes del mismo se remontan en periódicos de renombre en el país como Diario Libre, Listín diario. También tomaron en cuenta

entidades gubernamentales como la Presidencia de la República Dominicana y el Banco Interamericano de Desarrollo.

Consejo Nacional para el cambio climático y mecanismo de desarrollo limpio: Un Análisis en Base de Datos Levantados en el Marco del Proyecto ZACK este busca desglosar los datos relevantes dentro del sector y las empresas involucradas de forma nacional abarcando los cuatro puntos cardinales del país. El mismo se nutre de informaciones recolectadas por las mismas empresas, por el gobierno y entidades relacionadas al medio ambiente.

17.5 Tipo de muestreo

Se optó por emplear la metodología de encuesta de muestreo para la recopilación de datos debido a su capacidad para obtener una gran cantidad de respuestas en un período de tiempo reducido. Esta estrategia presenta ventajas notables, como su accesibilidad, facilidad de distribución y rapidez de respuesta. Además, se tuvo en consideración el público objetivo al que se dirigiría la encuesta, y este grupo demostró una mayor disposición a completar encuestas en formato digital y a compartirlas con otros, lo que representa un valioso beneficio para el estudio de investigación.

17.6 Diseño de instrumento de recolección

Al continuar con este cuestionario, usted afirma que ha leído y comprendido las informaciones anteriormente expuestas y está de acuerdo con la utilización de sus respuestas con finalidad de estudio académico

- a. Si
- b. No

¿Conoce usted la cantidad per cápita de residuos sólidos que produce el dominicano anualmente?

- a. Si
- b. No

El dominicano como individuo produce 650 kg de basura anualmente, lo que se traduce en 7 millones de toneladas de residuos sólidos en total de forma anual.

Del uno al 5 (siendo 1 poco alarmante y 5 muy alarmante) ¿Qué tan alarmante se encuentra usted esta cifra?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

Seleccione 2 los métodos de almacenamiento de basura que conoce

- a. Vertederos a cielo abierto
- b. La incineración
- c. Vertederos subterráneos
- d. La pirólisis
- e. Almacenamiento por categoría (papel, plástico, orgánicos)

¿Sabía usted que la tasa de reciclaje en el país es apenas de un 7%?

- a. Sí
- b. No

Si su respuesta fue sí, mencione cual.

¿Conoce usted la empresa de tratamiento y revalorización Cilpen Global?

- a. Sí
- b. No

¿Qué tan importante entiende usted que es una empresa dedicada al tratamiento de los residuos sólidos tanto urbanos como industriales en el país?

- a. Muy importante
- b. Importante
- c. No importante
- d. Para nada importante

¿Cuáles de estas problemáticas usted ha vivido residiendo en el Gran Santo Domingo?

- a. Nube de humo proveniente del vertedero Duquesa

- b. Estancamiento del alcantarillado debido a la basura
- c. Basura en las calles debido al desborde de los basureros
- d. Playas y ríos cubiertos de basura

¿Conoce los procesos de reciclaje y revalorización de los desechos?

- a. Sí
- b. No

¿Cuál de estos métodos sostenibles entiende usted es el más utilizado en el país para el tratamiento de la basura?

- a. Reciclaje de plásticos
- b. Exportación de material reciclable
- c. Planta incineradora controlada
- d. Compostaje
- e. Combustible derivado de residuo

¿Sabía que la empresa Cilpen Global es una de las empresas que brinda todos los servicios anteriormente mencionados? ¿Qué tal le parece esto?

- a. Muy bien
- b. Bien
- c. Normal
- d. Mal
- e. Muy mal

¿Considera que este tipo de empresas deberían ser reconocidas de forma nacional por su labor?

- a. Sí
- b. No

Si su respuesta fue sí, ¿Por qué?

¿Conoce puntos de acopio cerca de su vivienda o trabajo?

- a. No
- b. Sí

¿Practica usted la división de sus residuos sólidos de forma cotidiana?

- a. Sí
- b. No
- c. A veces

¿Usted forma parte o es propietario de una empresa grande que produzca una cantidad de desechos significativos en su día a día?

- a. Sí
- b. No

¿Qué tan importante es para usted que su empresa cumpla con métodos sostenibles?

- a. Muy importante
- b. Importante
- c. Normal
- d. No importante
- e. Para nada importante

¿Entiende usted que los desechos sólidos son una problemática constante en su empresa?

- a. Sí
- b. No

¿Estaría dispuesto a pagar por un servicio que se encargue de reciclar sus desechos?

- a. Sí
- b. No
- c. Tal vez

Tomando en cuenta que el servicio con recogida y procesamiento de desechos tiene un costo de US \$56 por tonelada y las empresas regulares producen un aproximado de 10 toneladas mensuales, ¿Estaría dispuesto a pagarlo?

- a. Sí
- b. No

¿Cuál es su edad?

- a. 18-24 años
- b. 25-34 años
- c. 35-44 años
- d. 45-54 años
- e. 55-64 años

¿Cuál es su género?

- a. Masculino
- b. Femenino
- c. Prefiero no decirlo

¿Cuál es su nivel educativo más alto alcanzado?

- a. Primaria completa
- b. Secundaria incompleta
- c. Secundaria completa
- d. Universidad completa
- e. Posgrado (maestría o doctorado)

¿Cuál es su estado civil?

- a. Soltero/a
- b. Casado/a
- c. Unión libre
- d. Divorciado/a
- e. Prefiero no decirlo

¿Cuál plataforma usa más constante?

- a. Twitter
- b. Instagram
- c. Tiktok
- d. Facebook

e. Youtube

17.7 Levantamiento y análisis de los datos

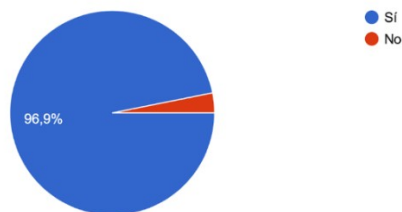
La técnica por la cual se optó utilizar para la recolección de datos fue la encuesta por muestreo en modalidad online. Esto se debe a que es una manera de recopilar grandes cantidades de respuestas en un periodo de tiempo menor. Tiene el beneficio de ser de fácil acceso, envío y rápida de contestar. Por otro lado, tomamos en cuenta el nicho al cual se le estaría haciendo la encuesta, y este demostró que logra completar con mayor fluidez las encuestas digitales y son más propensos a compartirlas con más personas siendo esto un gran beneficio para la investigación.

17.8 Análisis de los Datos

Ilustración 5

Pregunta 1

Al continuar con este cuestionario, usted afirma que ha leído y comprendido las informaciones anteriormente expuestas y esta de acuerdo con la ...us respuestas con finalidad de estudio académico
159 respuestas



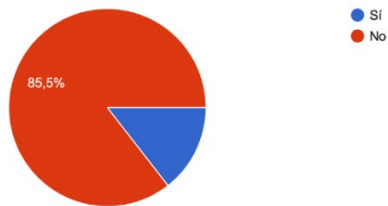
Análisis:

El objetivo principal es obtener el consentimiento informado de los participantes para utilizar sus respuestas con propósitos académicos. Las respuestas a esta pregunta son favorables, ya que un (96.9%) de los participantes contestaron de manera afirmativa. Esto demuestra que la gran mayoría de los participantes están dispuestos a colaborar con la investigación académica, siempre y cuando sus respuestas sean utilizadas de forma responsable y manteniendo la confidencialidad.

Ilustración 6

Pregunta 2

Conoce usted la cantidad per capita de residuos sólidos que produce el dominicano anualmente?
159 respuestas



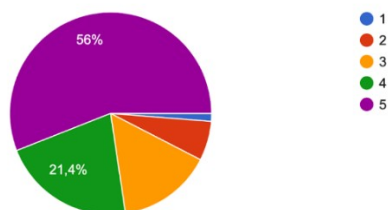
Análisis:

El (85%) de los participantes respondieron que no, lo cual indica que la mayoría de ellos no conocen esta información. El resultado es motivo de preocupación, ya que es crucial tener el conocimiento sobre la cantidad de residuos sólidos que un individuo produce, a fin de comprender plenamente el impacto de este problema en el medio ambiente y la salud pública.

Ilustración 7

Pregunta 3

El dominicano como individuo produce 650 kg de basura anualmente, lo que se traduce en 7 millones de toneladas de residuos sólidos en total...¿Que tan alarmante se encuentra usted esta cifra?
159 respuestas

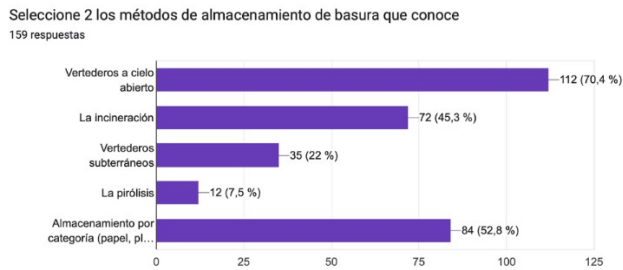


Análisis:

El (56%) de los encuestados respondieron que la cifra de 7 millones de toneladas de residuos sólidos que se producen en el país anualmente es "muy alarmante". Esto evidencia que los ciudadanos dominicanos están preocupados por la situación de la basura en el país. Los resultados de la encuesta sugieren que los encuestados están conscientes de los impactos negativos que la basura puede tener en el medio ambiente y en la salud pública.

Ilustración 8

Pregunta 4



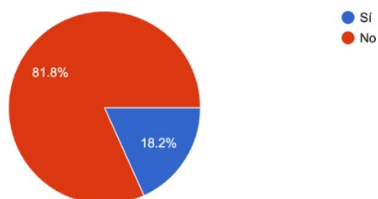
Análisis:

Se reveló que los dos métodos de almacenamiento de basura más conocidos son los vertederos a cielo abierto, con un porcentaje del (70.4%), y el almacenamiento por categoría, con un porcentaje del (52.8%). La incineración y los vertederos subterráneos son menos conocidos, con un porcentaje del (45.3%) y (22%) respectivamente. En base a estos resultados, se sugiere que la gran mayoría de individuos en esta comunidad poseen conocimientos acerca de los métodos convencionales para el manejo de desechos, como los vertederos al aire libre y los depósitos subterráneos.

Ilustración 9

Pregunta 5

¿Sabía usted que la tasa de reciclaje en el país es apenas de un 7%?
159 respuestas



Análisis:

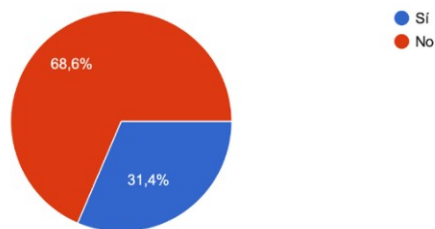
El (81.8%) de los encuestados no sabía que la tasa de reciclaje en el país es apenas de un (7%). Esto indica que existe un desconocimiento generalizado sobre este importante indicador ambiental. Los resultados de la encuesta sugieren que es necesario implementar campañas de

educación ambiental para informar a la población sobre la importancia del reciclaje y la necesidad de reducir la generación de residuos. El hecho de que solo el (18.2%) de los encuestados sabía sobre la tasa de reciclaje, indica que existe un potencial de mejora en la gestión de residuos en el país.

Ilustración 10

Pregunta 6

¿Conoce cuáles son los agentes o empresas encargadas de la recolección de basura en el país?
159 respuestas



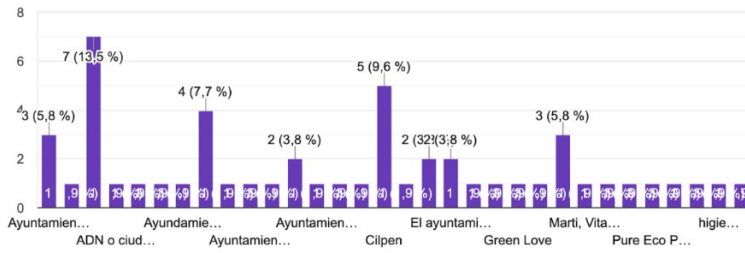
Análisis:

Sugieren que la mayoría de las personas en este país no conocen a los agentes o empresas encargadas de la recolección de basura. El (68.6%) de los encuestados respondió que no conoce esta información. Esto indica que existe una falta de transparencia en la gestión de residuos. El hecho de que el (31.4%) de los encuestados sí conozca esta información sugiere que existe un aumento de conciencia sobre la importancia de conocer a los agentes o empresas responsables de la recolección de basura.

Ilustración 11

Pregunta 7

Si su respuesta fue si, mencione cual
52 respuestas



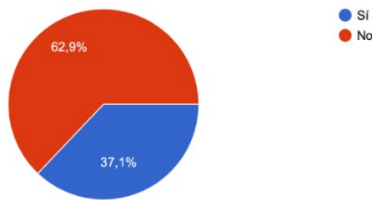
Análisis:

Los resultados de la encuesta sugieren que los encuestados están más familiarizados con los ayuntamientos municipales, que son los responsables de la recolección de basura en la mayoría de los municipios del país. Sin embargo, también hay un desarrollo de conciencia de las empresas privadas que se dedican a la recolección de basura, como AIDSA, Cilpen, Green Love, Marti, Pure Eco y Kleenetec.

Ilustración 12

Pregunta 8

¿Conoce usted la empresa de tratamiento y revalorización Cilpen Global?
159 respuestas



Análisis:

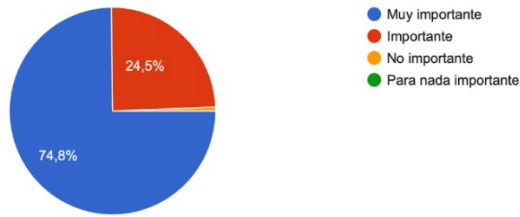
Estos resultados indican que Cilpen Global, la empresa especializada en tratamiento y revalorización, parece no estar ampliamente reconocida en el contexto del país. Sorprendentemente, un considerable (62.9%) de los encuestados declararon no estar familiarizados con esta organización.

Ilustración 13

Pregunta 9

¿Qué tan importante entiende usted que es una empresa dedicada al tratamiento de los residuos sólidos tanto urbanos como industriales en el país?

159 respuestas



Análisis:

Los resultados sugieren que la población considera que es muy importante contar con una empresa dedicada al tratamiento de los residuos sólidos tanto urbanos como industriales en el país. El (74.8%) de los encuestados respondió que considera que es muy importante, mientras que el (24.5%) respondió que lo considera importante.

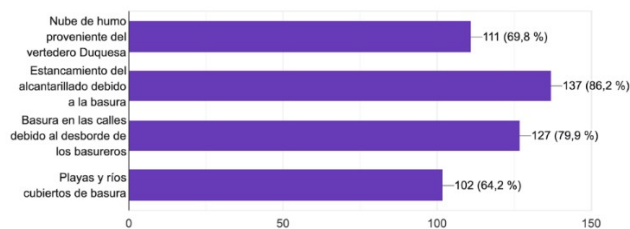
Estos resultados indican que existe una creciente conciencia sobre la importancia de la gestión de residuos en el país. La acumulación de residuos es un problema ambiental y de salud pública que puede tener un impacto negativo en el medio ambiente, la salud humana y la economía.

Ilustración 14

Pregunta 10

¿Cuáles de estas problemáticas usted a vivido residiendo en el Gran Santo domingo?

159 respuestas



Análisis:

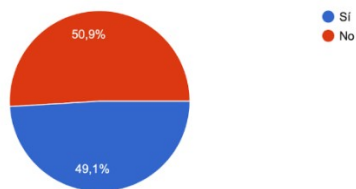
Los resultados de esta encuesta demuestran que las problemáticas más comunes que viven las personas que residen en el Gran Santo Domingo son el estancamiento del alcantarillado debido a la basura (86.2%) y la basura en las calles debido al desborde de los basureros (79.9%).

El estancamiento del alcantarillado es un problema grave que puede causar inundaciones, contaminación del agua y enfermedades. La basura en las calles es un problema estético y de salud pública que puede atraer plagas y generar malos olores. Las otras dos problemáticas, la nube de humo proveniente del vertedero Duquesa (69.8%) y las playas y ríos cubiertos de basura (64.2%), también son importantes, pero menos comunes.

Ilustración 15

Pregunta 11

¿Conoce los procesos de reciclaje y revalorización de los desechos?
159 respuestas



Análisis:

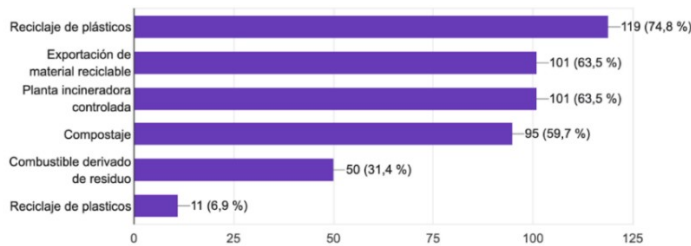
Los resultados de esta encuesta sugieren que la mitad de la población conoce los procesos de reciclaje y revalorización de los desechos. El (49.1%) de los encuestados respondió que conoce estos procesos, mientras que el (50.9%) respondió que no. Estos indican que existe un creciente interés en el reciclaje y la revalorización de los desechos. Sin embargo, aún hay mucho trabajo por hacer para educar a la población sobre estos procesos.

Ilustración 16

Pregunta 12

¿Cuál de estos métodos sostenibles entiende usted es el mas utilizado en el país para el tratamiento de la basura?

159 respuestas



Análisis:

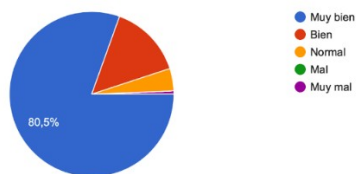
Los encuestados identificaron el reciclaje de plásticos como el método sostenible de tratamiento de la basura más utilizado en el país. Con un (74.8%) de los votos, el reciclaje de plásticos superó a otros métodos como la exportación de material reciclable (63.5%), la planta incineradora controlada (63.5%), el compostaje (59.7%) y el combustible derivado de residuo (31.4%).

Este resultado es significativo, ya que refleja un creciente interés en la República Dominicana por el reciclaje y la reducción de los residuos sólidos. El reciclaje de plásticos es un método sostenible de tratamiento de la basura porque permite que los materiales se reutilizan y se evite que terminen en los vertederos o en el medio ambiente.

Ilustración 17

Pregunta 13

¿Sabía que la empresa Cilpen Global es una de las empresas que brida todos los servicios anteriormente mencionados? ¿Qué tal le parece esto?
159 respuestas



Análisis:

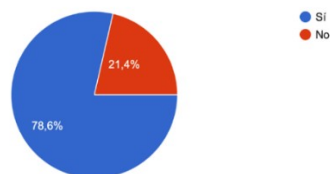
El (80.5%) de los encuestados respondieron que les parece "muy bien" que la empresa Cilpen Global brinde todos los servicios mencionados en la encuesta. Esto demuestra que los ciudadanos dominicanos están interesados en apoyar a las empresas que están comprometidas con la sostenibilidad.

Los resultados de la encuesta manifiestan satisfacción con la variedad de servicios que ofrece Cilpen Global. La empresa ofrece servicios de reciclaje de plásticos, exportación de material reciclable, planta incineradora controlada, compostaje y combustible derivado de residuos.

Ilustración 18

Pregunta 14

¿Considera que este tipo de empresas deberían ser reconocidas de forma nacional por su labor?
159 respuestas



Análisis:

El (78.6%) de los encuestados respondieron que sí consideran que las empresas que ofrecen servicios de tratamiento de la basura de manera sostenible deberían ser reconocidas de forma nacional por su labor. Esto demuestra que los ciudadanos dominicanos están interesados en apoyar a las empresas que están comprometidas con la sostenibilidad.

Los resultados de la encuesta sugieren que los encuestados están de acuerdo con la importancia de reconocer el trabajo de las empresas que ofrecen servicios de tratamiento de la basura de manera sostenible.

Pregunta 15

Si su respuesta fue sí, ¿Por qué?

Análisis:

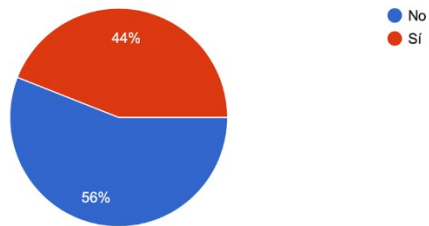
Las respuestas arrojadas en esta pregunta al ser abierta son todas distintas, entre las mismas se pueden encontrar opiniones como: “Está brindando una solución a raíz de un problema. Me parece una idea brillante ya que la materia prima que utilizan es basura y siempre habrá abundancia. Si la empresa es sustentable debería de ser apoyada a través de concesiones sean vía libre de impuesto o como se decida más adecuado”, “Mientras más personas tienen conocimiento de estas empresas es mucho más fácil incentivar a la población a reciclar y acoplar residuos, reduciendo así el cúmulo de basura en las zonas públicas y el impacto ambiental negativo de estas”. Acciones socialmente responsables se merecen mejor reconocimiento para que las personas conozcan mejor el impacto de las mismas.

Estas fueron las respuestas más elaboradas y que abarcaban el sentimiento total de los encuestados, esto permite analizar cómo la población del Gran Santo Domingo se encuentra receptiva a un cambio en el proceso de recolección y revalorización de los residuos ya que los mismos entienden que estas empresas deben de tener mayor reconocimiento dentro del país para así forjar como entidades del cambio sostenible.

Ilustración 19

Pregunta 16

¿Conoce puntos de acopio cerca de su vivienda o trabajo?
159 respuestas



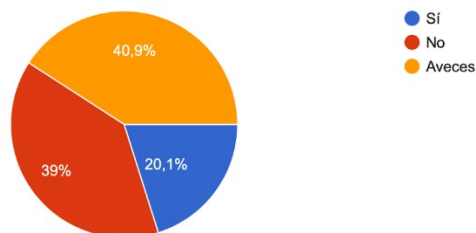
Análisis:

El (56%) de la población encuestada no tiene conocimiento de la locación de puntos de acopio cerca de sus alrededores cotidianos, esto demuestra que existe una falta de puntos verdes visibles en el país para que las personas puedan desechar su basura de forma responsable. Por otro lado, demuestra como actualmente existe una gran oportunidad de expansión en el territorio debido a esta escasez.

Ilustración 20

Pregunta 17

¿Practica usted la división de sus residuos sólidos de forma cotidiana?
159 respuestas



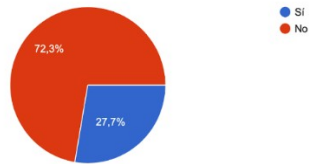
Análisis:

El (40.9%) de los encuestados practican procesos de reciclaje de vez en cuando lo que evidencia que si es viable el crear una rutina de reciclaje y acopio en la cual el ciudadano se vea implicado directamente y empresas como Cilpen Global puedan ser los intermediarios para que toda la población lo practique de forma regular.

Ilustración 21

Pregunta 18

¿Usted forma parte o es propietario de una empresa grande que produzca una cantidad de desechos significativos en su día a día?
159 respuestas



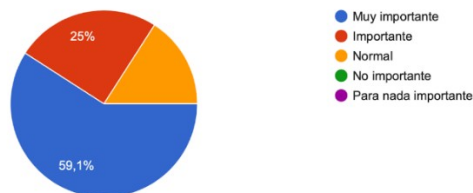
Análisis:

Sólo el (27.7%) de las personas encuestadas forman parte de empresas que produzcan un cúmulo de desechos significativa, esta pregunta tiene el propósito de forjar como filtro para así conocer la tendencia de consumo masivo dentro del territorio del Gran Santo Domingo. Sin embargo, este dato nos demuestra como los prospectos más relevantes son los individuos que residen dentro del territorio investigado lo que permite re direccionar no solo las estrategias sino el enfoque del lenguaje y acercamiento de las mismas.

Ilustración 22

Pregunta 19

¿Qué tan importante es para usted que su empresa cumpla con métodos sostenibles?
44 respuestas



Análisis:

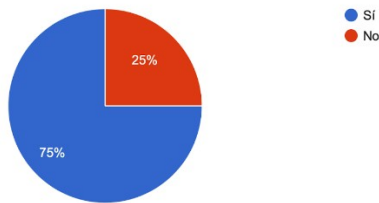
El (59%) de las personas encuestadas demostraron un gran interés en que los métodos sostenibles deben de formar parte de los procesos y misión de las empresas en la ciudad. Dichos datos evidencian que la responsabilidad ambiental se encuentra activa dentro de los empresarios y empleados de las grandes empresas del país. El (15%) menciona que es normal, sin embargo, se entiende que existe una presencia de la responsabilidad ambiental mayor que la que se podía

encontrar en épocas pasadas lo que permite que empresas como Cilpen Global tengan mayor alcance y aceptación en sectores industriales y empresariales.

Ilustración 23

Pregunta 20

¿Entiende usted que los desechos sólidos son una problemática constante en su empresa?
44 respuestas



Análisis:

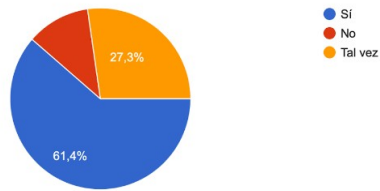
Solo once de las personas encuestadas opinan que la basura no es un problema dentro de la empresa en la cual laboran, dicho dato ejemplifica cómo en la gran mayoría de empresas no importa cuán grande o pequeña sea, la basura tendrá un impacto directo en el desenvolvimiento de procesos de la misma ya que puede llegar a afectar a la salud de los empleados, la higiene de los mismos, su desenvolvimiento interpersonal con demás colaboradores o hasta clientes.

Se ha demostrado que el ambiente en el cual una persona trabaje se verá reflejado en la productividad del mismo. Es por esto que todas las empresas deben de velar por un proceso de recolección y revalorización de sus desechos para no solo cuidar de sus empleados, pero también del medio ambiente.

Ilustración 24

Pregunta 21

¿Estaría dispuesto a pagar por un servicio que se encargue de reciclar sus desechos ?
44 respuestas



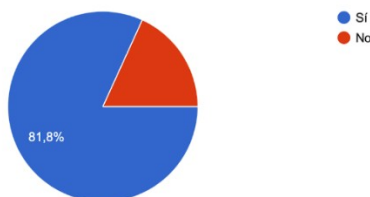
Análisis:

El (61%) está dispuesto a pagar por un servicio de recolección y revalorización de sus desechos. Este es uno de los datos más importantes ya que permite analizar el nivel de deseo de compra de las personas, lo cual permite por igual conocer la cantidad de clientes prospectos que se encuentran dentro del territorio del Gran Santo Domingo. Con dicho dato la rentabilidad y viabilidad del proyecto se ven aún más factibles.

Ilustración 25

Pregunta 22

Tomando en cuenta que el servicio con recogida y procesamiento de desechos tiene un costo de US\$ 56 por tonelada y las empresas regulares prod...neladas mensuales, ¿Estaría dispuesto a pagarlo?
44 respuestas



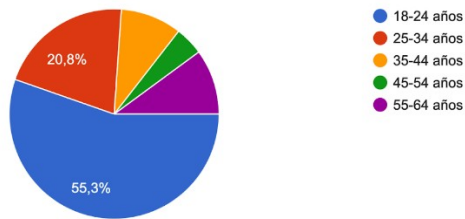
Análisis:

Estos datos refuerzan aún más el análisis anterior ya que las personas conocen el costo de dicho servicio y aun así están dispuestos a pagarlo por un bien común. La responsabilidad ambiental se ve cada vez más presente en los presupuestos y ejecuciones de las empresas hoy en día lo que permite a Cilpen Global formar parte de estas iniciativas sostenibles en la ciudad.

Ilustración 26

Pregunta 23

¿Cuál es su edad?
159 respuestas



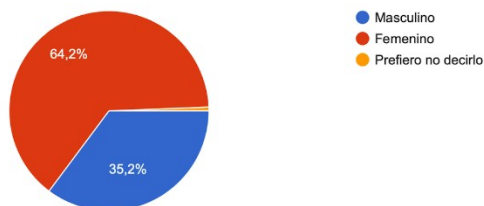
Análisis:

Para conocer los datos demográficos, la edad promedio de los encuestados se generaliza entre los 18 y 24 años de edad (55,3%), los 25 y 34 años (20%) y también se visualizó un pequeño segmento de personas en edades de 55 a 64 años (9.5%). Esto permite dar a conocer que la población objetivo abarca un gran segmento de personas de distintas generaciones.

Ilustración 27

Pregunta 24

¿Cuál es su género?
159 respuestas



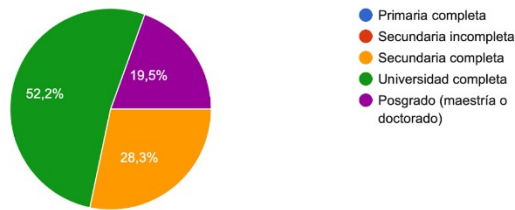
Análisis:

El (64%) de los encuestados fueron del género femenino y el (35%) masculino.

Ilustración 28

Pregunta 25

¿Cuál es su nivel educativo más alto alcanzado?
159 respuestas



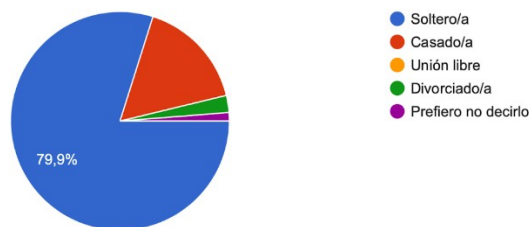
Análisis:

La mitad de los encuestados ha completado su etapa universitaria y luego el resto de encuestados han completado el posgrado colocándolos dentro de un nivel más alto de educación que el resto. Esto permite conocer el nivel de conocimiento no solo de tecnicidades del sector, pero el nivel de pensamiento crítico puede llegar a tener cuando se afrontan con una problemática como esta.

Ilustración 29

Pregunta 26

¿Cuál es su estado civil?
159 respuestas



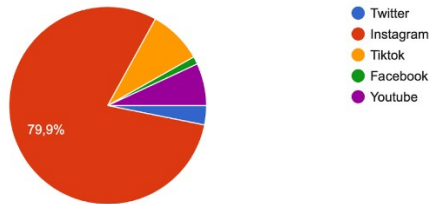
Análisis:

El (79%) de los encuestados se encuentran en un estado de soltería lo que significa que muchos todavía no se encuentran con la responsabilidad de proveer para un hogar o familia y no conocen necesariamente la cantidad de desechos que puede llegar a producir una familia.

Ilustración 30

Pregunta 27

¿Cual plataforma usa mas constante?
159 respuestas



Análisis:

El (80%) de las personas encuestadas utilizan mayormente la plataforma de Instagram, esto permite a Cilpen Global comprender por cual vía nos más propensos a encontrarse con publicidad y en cuales pueden llegar a conseguir un mayor alcance. Otras plataformas son: Tiktok (8.9%) y YouTube (6.9%)

- Detectar las competencias actuales de la empresa dentro del Gran Santo Domingo
- Conocer el público objetivo al cual Cilpen Global Business, S.R.L se pudiera dirigir ya sean empresas como individuos personales.
- Conocer la rentabilidad de la expansión de los servicios de la empresa al territorio del Gran Santo Domingo.
- Destacar el poco conocimiento del público sobre la gran problemática del procesamiento de los desechos urbanos que afecta al país completo, sobre todo a la tan concurrida capital.
- Conocer los medios a los cuales el público es más receptivo a recibir informaciones tanto educativas como de fuerzas de venta para impulsar una economía circular.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

18.1 Conclusión según objetivos Específicos planteados

Según los objetivos anteriormente mencionados podemos concluir que la investigación fue absolutamente acertada a los mismos. Se demostró como actualmente la población residente del Gran Santo domingo conoce de forma muy pobre lo que involucra el sector de la revalorización y procesamiento de los desechos urbanos ya que el (81%) de lo encuestado desconocían la cantidad de basura que el dominicano produce de forma anual, esto demuestra como la concientización sobre el tema aún cuenta con grandes oportunidades de crecimiento en el país. Por otro lado, se pudo recolectar los datos demográficos de la población meta en donde una gran mayoría son jóvenes adultos que aún no cuentan con una familia propia y se encuentran cursado la finalidad de sus estudios universitarios como ya graduados del mismo, otro dato relevante sobre la población es su canal de comunicación preferido el cual demostró ser Instagram (79.9%)

En cuanto a la rentabilidad de la expansión de los servicios de Cilpen Global en el Gran Santo Domingo, se arrojó una cifra gratamente positiva ya que el (61%) de los encuestados están dispuestos a incluir dentro de sus procesos operativos la revalorización de los desechos sólidos y sobre todo que luego de conocer el precio de las toneladas actualmente en el mercado aun así la aceptación de dicho servicio continua altamente positiva. Este tipo de datos son sumamente importantes ya que permiten dar a conocer que tan dispuestas están las personas a pagar por un servicio que actualmente en “gratis” aunque se vea reflejado en otros gastos de la empresa y del individuo. En relación a esto, la competencia más prepotente con la que Cilpen Global se afronta son los ayuntamientos por provincia, es importante destacar que los ayuntamientos suelen

Por otro lado, la encuesta afirmó cuales son las plataformas las cuales el público es más receptivo al recibir distintos tipos de informaciones publicitarias, entre estas se encuentra Instagram (80%) y YouTube (6.9%) esto permite a la empresa enfocar y segmentar sus canales de difusión para así lograr un mayor alcance y completar satisfactoriamente el objetivo provincial el cual se para en reposicionar la empresa en la mente de los consumidores. Estas cifras son de suma importancia ya que revelan la opinión real y actualizada del público objetivo sobre la empresa Cilpen Global, esta información será utilizada de forma minuciosa para lograr planear un plan el cual logre brindarle el reconocimiento que la empresa se merece.

18.2 Recomendaciones según objetivos específicos planteados

Detectar las competencias actuales de la empresa dentro del Gran Santo Domingo

La encuesta arroja que la mayor competencia directa son los ayuntamientos de las provincias, la recomendación planteada es lograr acuerdos económicos para la tercerización de estos procesos y la adquisición de los servicios de Cilpen Global en el territorio del Gran Santo Domingo por un periodo de tiempo determinado, para luego extenderse a un plazo más largo con la finalidad de revalorizar la mayor cantidad de desechos sólidos en el país.

Conocer el público objetivo al cual Cilpen Global Business, S.R.L se pudiera dirigir ya sean empresas como individuos personales.

La segmentación del público objetivo es una recomendación que se pudiera ponderar ya que de esa manera las acciones y tácticas serán aún más personalizadas consiguiendo así un mejor y más rápido resultado, sin embargo, debido a la naturaleza de la empresa estas segmentaciones se pueden hacer en distintas categorías para no dejar de lado al público general. De esta forma al categorizar el gran público objetivo con el que cuentan podrán lograr un acercamiento más orgánico y único mejorando su percepción y posicionamiento en el mercado.

Conocer la rentabilidad de la expansión de los servicios de la empresa al territorio del Gran Santo Domingo.

La recomendación más acertada es iniciar los procesos de inversión y expansión en el Gran Santo Domingo ya que el nicho encuestado comunicó una gran aceptación en base a la propuesta de costos de los servicios más básicos, esto permite a Cilpen tener una base de datos la cual le puede resultar útil a la hora de crear ofertas, alza de precios entre otros.

Destacar el poco conocimiento del público sobre la gran problemática del procesamiento de los desechos urbanos que afecta al país completo, sobre todo a la tan concurrida capital.

Este es uno de los puntos más primordiales al cual se le puede sacar un gran provecho por el sinnúmero de oportunidades Cilpen Global tiene por delante. Una de las problemáticas más importantes es la desinformación sobre el sector en el país es por esto que se recomienda crear

movimientos de educación y concientización para lograr así sobrellevar dicha incertidumbre y por consecuencia lograr cumplir con el objetivo.

Conocer los medios a los cuales el público es más receptivo a recibir informaciones tanto educativas como de fuerzas de venta para impulsar una economía circular.

La recomendación para este objetivo es siempre mantener este dato actualizado ya que el mismo ayuda a segmentar e inferir en el enfoque de los canales de difusión de esta manera se conoce por donde las empresas buscan información y por cuales son más receptivos a prestarle atención.

18.3 Conclusión General

Se han obtenido resultados positivos en la investigación para Cilpen Global. La empresa cuenta con una oportunidad de crecimiento en el Gran Santo Domingo. Sin embargo, para aprovechar esta oportunidad, es necesario educar a la población sobre la importancia de revalorizar los desechos urbanos y establecer acuerdos de colaboración con los ayuntamientos de las provincias.

En conclusión, hemos obtenido valiosas perspectivas que nos brindan información sobre la situación actual del sector de revalorización y procesamiento de desechos urbanos en el Gran Santo Domingo. Según la investigación llevada a cabo, se descubrió que hay una falta de conciencia sobre esta dificultad, ya que un número significativo de personas no está al tanto de la cantidad de basura que se produce cada año en la República Dominicana. Se puede observar un notable aumento en la conciencia pública acerca de la relevancia de la gestión de desechos, lo cual implica un amplio margen de crecimiento.

Además, hemos identificado datos demográficos cruciales sobre la población objetivo que resaltan su preferencia por utilizar Instagram como canal de comunicación.

18.4 Recomendación General

En conclusión, la industria en la cual Cilpen Global se desarrolla la mayor desventaja es la gran desinformación con la cual esta carga, los datos son antiguos y no cuentan con un base de datos o censo actualizado el cual demuestre realmente las regularizaciones y la cantidad de

empresas o entidades que forman parte de la misma. Es por esto, que encuestas como estas tienen un alto valor para la empresa ya que le permite conocer cómo se encuentra el mercado actualmente, cuáles son sus opiniones, perspectivas e intereses sobre la industria.

La recomendación final sobre los datos obtenidos es continuar de forma periódica recolectando los mismos, para así utilizarlos a favor de la empresa ya sea para la toma de nuevas decisiones, para conocimiento interno de la empresa como para descarte de procesos, publicidades y estrategias no vigentes para la necesidad actual.

Capítulo 5. Plan de Mercadeo

MERCADO/INDUSTRIA: OFFLINE

19.1 Perfil del público objetivo, público meta o target, es un grupo de personas que una empresa define como clientes o futuros clientes

TARGET A

Empresas privadas y públicas que pueden necesitar los servicios de CILPEN GLOBAL

Sector: todos los sectores productivos y de servicio a nivel público y privado

Tamaño: medianas y grandes empresas.

País/Ciudad: Gran Santo Domingo

Tomadores de decisión: Directores, Gerentes y/o Encargados del área de medio ambiente, sostenibilidad, RSC, servicios generales, operaciones, marketing, GH, u otra que maneje estos temas en cada empresa.

Perfil tomador de decisión: educación avanzada, concientizando sobre crisis climática global, actualizado de las últimas noticias y tendencias empresariales a nivel mundial.

Qué buscan: crecimiento de la empresa a través de nuevos niveles de certificación y reconocimiento; eficientización de los procesos de la empresa; reducir el impacto ambiental de sus operaciones; aceptación y mejor imagen/posicionamiento ante sus públicos de interés; ser líderes en empresas sostenibles, entre otros...

Quienes pueden influir en los tomadores de decisión: asesores externos, entusiastas e influencers en temas de medio ambiente, medios de comunicación, stakeholders (empleados, proveedores, clientes, gobierno, sociedad general).

Medios: Exteriores (vías públicas, lugares comerciales...), medios tradicionales (TV, prensa digital, radio), redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn).

TARGET B

Empresas privadas y públicas que adquieren productos de CILPEN GLOBAL (PET, neumáticos...)

Sector: textil, productos plásticos, metalúrgica, cementeras, otros...

Tamaño: medianas, grandes, multinacionales

País/Ciudad: República Dominicana, China, Honduras, Perú, USA, Guatemala, Panamá, Puerto Rico, Islas del Caribe

Tomadores de decisión: Directores, Gerentes y/o Encargados de áreas de compras, innovación, desarrollo, nuevos productos, fabricación, marketing, u otra que maneje estos temas en cada empresa.

Perfil tomador de decisión: educación avanzada, actualizado de las últimas tendencias a nivel mundial, analítico, en constante búsqueda de soluciones eficientes y vanguardistas.

TARGET C

Sector público (Ayuntamientos, gobierno local, gobierno nacional)

País/Ciudad: República Dominicana

Tomadores de decisión: Alcaldes, Encargados de áreas de Limpieza urbana y/o representantes de empresas autorizadas para la recolección.

Perfil tomador de decisión: ¿educación media...?

Qué buscan: eficientizar procesos, disminuir costos, ser innovadores, contribuir al mejoramiento urbano y disminuir la contaminación en las ciudades, mantener ciudades más limpias, velar por la reputación de sus Alcaldías/Gobernaciones.

Quienes pueden influir en los tomadores de decisión: el Alcalde, Encargados de Limpieza de otras demarcaciones, alcaldías de otras demarcaciones, alcaldías de otros países, influencers en temas de limpieza y medio ambiente, gobierno, sociedad general, entre otros.

Medios: Exteriores (vías públicas, lugares comerciales...), medios tradicionales (TV, prensa, radio), redes sociales (Instagram, Facebook).

Ilustración 31

Target E

T A R G E T E

Público general - Perfil bajo

Edad	6-15 años	16-25 años	26-35 años	36-60+ años
Sexo	Sin distinción			
Perfil	Nivel económico bajo hasta medio bajo, educación baja, residen en zonas de bajos recursos. Generan gran impacto ambiental en producción y desecho de residuos. Ignoran su impacto.			
País/ciudad	Todo RD			
Conocimiento medioambiental	Nulo a medio			
Interés medio ambiental	Nulo a medio			
Forma de impacto	Consumen plásticos y otros materiales no biodegradables y los desechan en la calle, orillas de ríos y cañadas. No clasifican ni diferencian los tipos de residuos.			
Quienes le influncian	Padres, hermanos, profesores, amigos	Amigos, artistas locales	Amigos, artistas locales, líderes de la zona donde viven o grupo social	Familia, amigos, artistas locales
Medios	TV, radio, escuela, Instagram y/o Facebook.	TV, radio, escuela, Instagram, Facebook y/o Youtube.	TV, radio, Instagram, Facebook y/o Youtube.	TV, radio, Instagram, Facebook y/o Youtube.

Público general - Perfil alto

Edad	6-15 años	16-25 años	26-35 años	36-60+ años
Sexo	Sin distinción			
Perfil	Nivel económico medio hasta alto, educación media/alta, residen en zonas céntricas y/o de alto nivel. Generan impacto ambiental en producción y desecho de residuos. Conocen medianamente su impacto.			
País/ciudad	Todo RD			
Conocimiento medioambiental	Poco a medio			
Interés medio ambiental	Poco hasta alto			
Forma de impacto	Consumen plásticos y otros materiales no biodegradables y a veces los desechan en la calle, orillas de ríos y playas. Pocos diferencian los tipos de residuos y casi ninguno los clasifica.			
Quienes le influncian	Padres, hermanos, profesores, amigos, youtubers, influencers	Amigos, youtubers, influencers de distintos sectores	Amigos, youtubers, influencers de distintos sectores	Familia, amigos, influencers
Medios	TV, radio, escuela, Instagram y/o Facebook.	TV, radio, escuela/ universidad, Instagram, Facebook y/o Youtube.	TV, radio, Instagram, Facebook y/o Youtube.	TV, radio, prensa, Instagram, Facebook.

19.2 Tamaño del mercado: representa la cantidad de dinero que se gasta en la adquisición de bienes o servicios.

Con una población de 11,12 millones, la República Dominicana es un país situado en una isla del Caribe que comparte con Haití. Tiene un tamaño de 48.442 kilómetros cuadrados. Además de esta cifra, la Segunda Encuesta Nacional de Inmigrantes (2017) informa que hay alrededor de 500.000 personas de ascendencia haitiana, la mayoría de las cuales se encuentran en el país ilegalmente y representan el 85% de todos los inmigrantes. Con una edad promedio de 28 años y una tasa de crecimiento anual del 1,17% entre 2000 y 2019 (Oficina Nacional de Estadísticas).

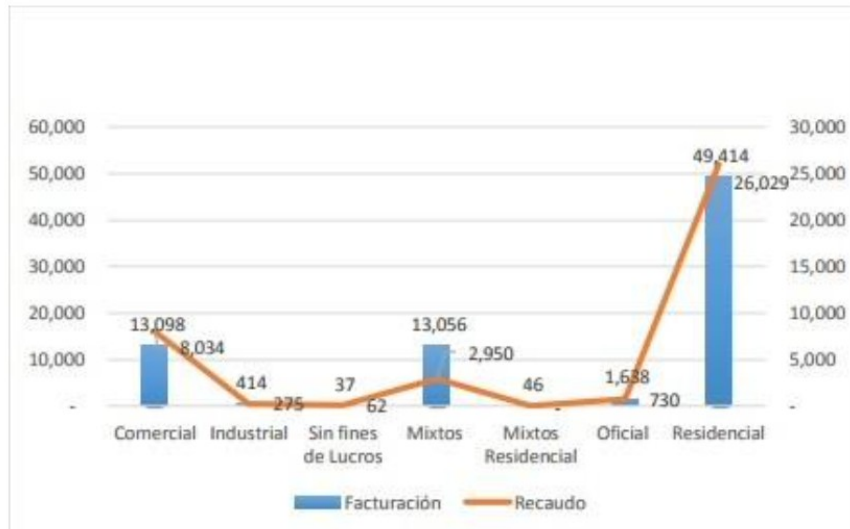
Su economía es una de las más dinámicas de la región, con una tasa de crecimiento anual del PIB que recientemente ha superado el promedio regional de América Latina y el Caribe, con una tasa promedio anual del 5.1% entre 1993 y 2021 y del 4.9% en 2022. La distribución del ingreso per cápita (USD 10.700) es extremadamente desigual: el quintil más rico recibe aproximadamente el 47% del ingreso y el quintil menos afortunado recibe solo el 6% (Banco Mundial, 2020).

El índice de Gini cayó de 0.51 a 0.39 entre 2000 y 2021, lo que indica una disminución de la desigualdad. No obstante, la pobreza persiste y se ha visto intensificada por la pandemia del año 2020. Del 20.9% en 2019 al 23.4% en 2020 y al 23.8% en 2021, la pobreza creció. La pobreza extrema, por otro lado, aumentó del 2.6% en 2019 al 3.5% en 2020, aunque sólo disminuyó marginalmente al 3.1% en 2021. Estos datos son de suma importancia para lograr comprender cuál es la atmósfera que se vive de forma cotidiana en la República Dominicana y como esto llega a afectar de forma directa e indirecta la producción de residuos tanto urbanos como industriales.

Algunos gráficos suministrados por el ministerio de Medio ambiente en donde se puede visualizar la cantidad de recaudación mensual por tipo de usuario (en miles de DOP).

Ilustración 32

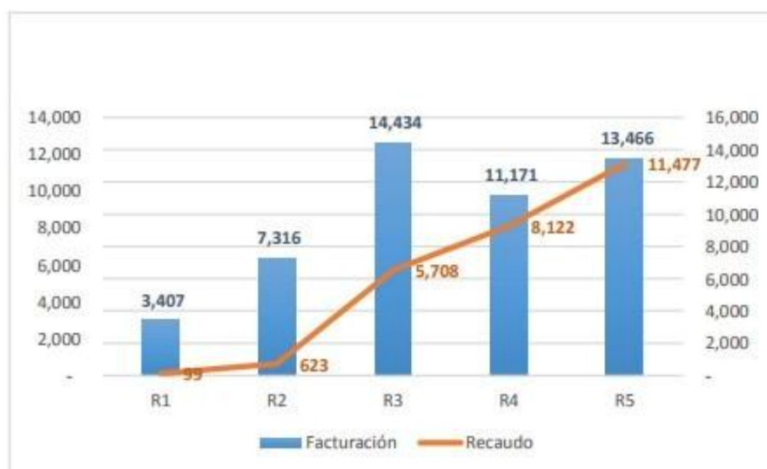
Recaudación mensual por tipo de usuario



Nota: Se evidencia cómo los estratos socioeconómicos más bajos son los que menos pagan por este tipo de servicio. Esto se puede relacionar con que las personas tienen carencia de educación cultural como también que este tipo de servicios es deficiente en dichas zonas del país. (Autoría propia 2023)

Ilustración 33

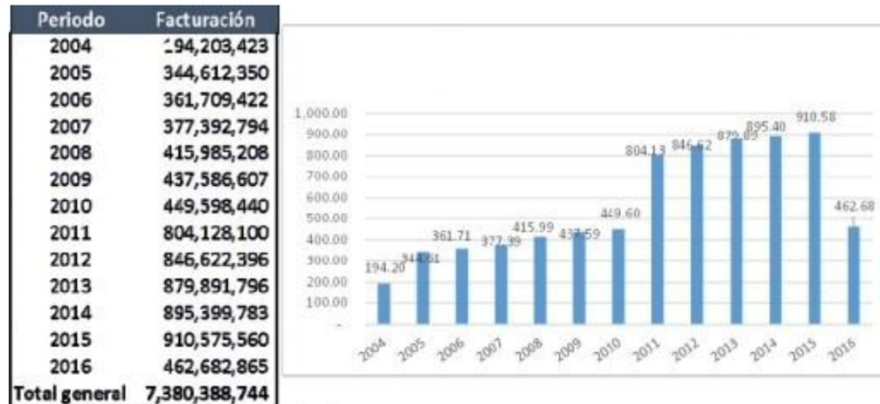
Eficiencia recaudación por tipo de usuario (En miles de DOP)



Nota: Los datos del gráfico muestran que los estratos socioeconómicos vulnerables (o sea, más del 70 % de la población conforme a la estratificación del Ministerio de Economía) contribuyen solo con el 12 % a los pagos por aseo, monto muy bajo que repercute negativamente en un adecuado funcionamiento de los servicios municipales. (Autoría propia 2023)

Ilustración 34

Comportamiento de facturación de la basura (2004 - 2016)



Nota: Según estadísticas del Ayuntamiento del Distrito Nacional, el 86,4 % de las viviendas eliminan su basura porque es recogida por el ayuntamiento, al 5,6 % de las viviendas le recoge la basura una empresa privada, el 3,8 % la tiran en un vertedero, el 2,2 % en un río, el 0,5 % la tira en un patio o solar y el 0,4 % restante la queman. El siguiente gráfico muestra las mismas estadísticas a nivel nacional, haciendo una distinción entre los hogares de áreas urbanas y rurales. (Autoría propia 2023)

19.3 Demanda del mercado: Existen diferentes tipos de demandas; ingreso, gustos, expectativas, precio, bienes sustitutos.

En la República Dominicana, la demanda de materiales reciclados se divide en dos categorías principales: la demanda interna y la demanda externa.

La demanda interna proviene de empresas e industrias nacionales que utilizan materiales reciclados en sus procesos de producción. Los principales materiales reciclados demandados en la República Dominicana son el papel y el cartón, el plástico, el vidrio y los metales. Estos materiales se utilizan para fabricar nuevos productos, como cajas, envases, juguetes, piezas de automóviles, botellas y latas.

La demanda externa proviene de empresas e industrias extranjeras que importan materiales reciclados de la República Dominicana. Los principales mercados de exportación de materiales reciclados de la República Dominicana son los Estados Unidos, Europa y Asia. Estos países importan materiales reciclados de la República Dominicana para fabricar nuevos productos, como cajas de cartón, juguetes, botellas de vidrio y automóviles.

La demanda de materiales reciclados en la República Dominicana está creciendo, tanto a nivel interno como externo. Este crecimiento se debe a una mayor conciencia ambiental y a la implementación de políticas públicas que promueven el reciclaje. El desarrollo del sector de reciclaje y revalorización de residuos en la República Dominicana tiene el potencial de generar empleos, reducir la contaminación ambiental y promover el desarrollo sostenible.

ONLINE BUYER PERSONA

20.1 Perfil del usuario digital ideal

Tabla 7

Perfil de usuario

Edad	18-35	35-60
Sexo	Sin distinción	
Perfil	Nivel económico medio hasta alto, educación media/alta, residen en zonas céntricas y/o de alto nivel. Generan impacto ambiental en producción y desecho de residuos. Conocen medianamente su impacto.	
País/ ciudad	Gran Santo domingo	
Conocimiento medio ambiental	Poco a medio	
Interés medio ambiental	Medio a alto	
Forma de impacto	Consumen plásticos y otros materiales no biodegradables y a veces los desechan en la calle, orillas de ríos y playas. Pocos diferencian los tipos de residuos y casi ninguno los clasifica.	
Quienes influyen	Influencer de renombre en las redes, sobre todo internacionales pero	Familia, Amigos, entidades públicas y gubernamentales,

	cuentan con una gama nacional fuerte.	influencers de nichos específicos
Medios	Podcast, Universidad, Instagram, Tiktok y/o Youtube.	TV, Radio, Prensa, Instagram, Facebook

Nota: Este cuadro demuestra cómo el público objetivo digital debe estar dentro del rango de edad de 18- 60 años los cuales tengan una actividad activa dentro de las redes no solo como consumidores de contenido, pero como receptores de la información, estos buscan compartir las noticias relevantes a sus gustos y necesidades. (Autoría propia 2023)

FIJACIÓN DE OBJETIVOS

21.1 Objetivos Cualitativos, Cuantitativo y SMART

Fortalecer la Concienciación sobre la Gestión de Residuos en el sector del Gran Santo Domingo implementando las fases del ODS 12 "Producción y Consumo Responsables" con la finalidad de promover una economía circular, en un periodo de un año.

Dado que la República Dominicana enfrenta desafíos significativos en la gestión de residuos, uno de los objetivos clave del plan de mercadeo de Cilpen Global es fortalecer la concienciación pública sobre la importancia de una gestión adecuada de residuos. Esto se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 12: "Producción y Consumo Responsables". Para lograr este objetivo, Cilpen Global se comprometió a llevar a cabo campañas de educación y concienciación a nivel nacional, trabajando en colaboración con instituciones educativas, organizaciones sin fines de lucro y el sector público.

Restablecer la imagen de marca y posicionamiento de Cilpen Global dentro del mercado dominicano para así aumentar su reconocimiento en un 35% dentro de un periodo semestral luego de iniciada la campaña base.

Cilpen Global se esforzará por mejorar su imagen de marca y consolidar su posición en el mercado como líder en la gestión de residuos en la República Dominicana. Esto implica un

enfoque en la percepción pública y la reputación de la empresa. Además, se alinea con el ODS 17: "Alianzas para lograr los Objetivos". Para cumplir con este objetivo, Cilpen Global llevará a cabo estrategias de marketing y comunicación que resalten su compromiso con la sostenibilidad, la innovación tecnológica y la contribución a la economía circular. Esto incluirá la participación activa en eventos, ferias comerciales y colaboraciones con otras organizaciones comprometidas con objetivos similares.

Expandir la Cobertura y Alcance Nacional dentro del Gran Santo Domingo, con la finalidad de implementar el ODS 11: "Ciudades y Comunidades Sostenibles" por medio del uso de servicios de reciclaje impartidos por la empresa, resultando en un aumento del 20% en las ventas de servicios relacionados, en el próximo año.

Cilpen Global buscará expandir su presencia en todo el sector del Gran Santo Domingo, llevando sus servicios de gestión de residuos y reciclaje al territorio completo. Esto contribuirá al ODS 11: "Ciudades y Comunidades Sostenibles". La empresa se comprometerá a establecer alianzas estratégicas con el gobierno para garantizar una cobertura más amplia de sus servicios. Además, se promoverá la inversión en infraestructura de gestión de residuos y la creación de empleo en las comunidades locales donde opera. El mismo busca impulsar el crecimiento de la empresa en el mercado local y fomentar el uso de productos reciclados, contribuyendo así al Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 12, "Producción y Consumo Responsables", al promover la reutilización de materiales y la reducción de residuos.

Este objetivo se centra en consolidar la posición de Cilpen Global como líder en el mercado local de reciclaje y procesamiento de residuos. Un mayor porcentaje de participación de mercado contribuirá al crecimiento sostenible de la empresa.

Incrementar la inversión en la investigación y desarrollo de la industria en un 10 % para impulsar la innovación en la gestión de residuos urbanos en el país, esto se llevará a cabo durante 12 meses luego de iniciada la campaña principal.

Con este objetivo se establecerán colaboraciones estratégicas con instituciones académicas y tecnológicas para facilitar el intercambio de conocimientos, tecnologías y recursos,

promoviendo así un ambiente propicio para la innovación en la gestión de residuos urbanos. Este objetivo contribuirá directamente al logro del Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 9: "Industria, Innovación e Infraestructura", al promover la mejora en la infraestructura y la adopción de prácticas más sostenibles en la gestión de residuos. El aumento del presupuesto en Investigación y Desarrollo se llevará a cabo en el próximo año fiscal, lo que garantiza una inversión planificada y sostenible para lograr los objetivos establecidos en el plazo de 12 meses.

Este objetivo se alinea con la visión de impulsar la innovación en la gestión de residuos urbanos y contribuir al desarrollo sostenible de nuestra sociedad, promoviendo la creación de soluciones más eficientes y respetuosas con el medio ambiente.

ESTRATEGIAS DE MARKETING Y SUS TÁCTICAS

22.1 Estrategias de segmentación

Objetivo: Fortalecer la concientización sobre la Gestión de Residuos en el sector del Gran Santo Domingo implementando las fases del ODS 12 "Producción y Consumo Responsables" con la finalidad de promover una economía circular, en un periodo de un año.

Estrategia: Segmentar a la audiencia objetivo por edad, género, nivel socioeconómico y ubicación geográfica. Esto permitirá a Cilpen Global desarrollar mensajes y materiales de marketing más relevantes y eficaces.

Táctica 1: Desarrollo de Contenido Personalizado

Para fortalecer la concientización sobre la gestión de residuos en el sector del Gran Santo Domingo, se llevará a cabo una campaña de segmentación, donde las categorías se dividirán entre: edad, género, nivel socioeconómico y ubicación geográfica. A través de esta campaña, daremos a conocer de forma específica y personalizada los servicios y propósitos de Cilpen Global tomando en cuenta la categoría de la segmentación. Para esto se necesitarán materiales POP para ser colocados de manera estratégica alrededor del Gran Santo Domingo en sectores de interés. La distribución estratégica de este contenido a lo largo del año permitirá abordar de manera efectiva a diferentes audiencias y promover una economía circular.

Táctica 2: Alianzas Estratégicas

Con el objetivo de promover la gestión de residuos en el Gran Santo Domingo, se establecerán alianzas estratégicas con organizaciones locales, empresas y entidades interesadas en esta causa. La colaboración con estas organizaciones permitirá la realización de iniciativas conjuntas, como talleres, campañas de recolección de residuos y programas de educación ambiental, aprovechando sus recursos y experiencia para fortalecer la concienciación en la comunidad, siempre incluyendo materiales y comunicaciones tanto digitales como físicas.

Táctica 3: Campañas de Sensibilización Local

Para promover la concientización sobre la gestión de residuos a nivel local, se llevarán a cabo campañas dirigidas a audiencias específicas en diversas ubicaciones dentro del Gran Santo Domingo. Estas campañas se desarrollarán a través de la organización de eventos comunitarios, ferias, talleres educativos y programas de voluntariado, involucrando activamente a la comunidad en acciones como la separación de residuos, reciclaje y reducción de residuos en hogares y lugares de trabajo. La presencia en medios locales y redes sociales se aprovechará para difundir y promover estas campañas de sensibilización.

22.2 Estrategias en relación con la competencia

Objetivo: Restablecer la imagen de marca y posicionamiento de Cilpen Global dentro del mercado dominicano para así aumentar su reconocimiento en un 35% dentro de un periodo semestral luego de iniciada la campaña base.

Estrategia: Diferenciarse de la competencia al centrarse en la sostenibilidad, la innovación tecnológica y la contribución a la economía circular.

Táctica 1: Campaña digital de Concientización de Sostenibilidad llamada “Por mi territa“

Desarrollar una campaña de concientización centrada en la sostenibilidad y la contribución a la economía circular. Crear contenido digital que resalte los esfuerzos y compromisos de Cilpen Global en la reducción de su huella ambiental y en la promoción de prácticas sostenibles en sus operaciones. Utilizar canales de comunicación como la

implementación de influencers dentro de la campaña, portales de noticias entre otros donde se incluye y eduque sobre la importancia de la sostenibilidad y el cuidado de nuestra tierra.

Táctica 2: Demostrar la Innovación Tecnológica actual de la empresa por medios digitales como Instagram y Tiktok.

Destacar la innovación tecnológica de Cilpen Global como una ventaja competitiva. Organiza eventos o seminarios web en los que puedas presentar las últimas tecnologías y soluciones que ofrece la empresa para abordar los desafíos de gestión de residuos. Además, se pudiera colaborar con expertos y líderes de opinión en el campo de la tecnología para respaldar la credibilidad.

Táctica 3: Programas de Fidelización y Recompensas

Implementar programas de fidelización que recompensen a los clientes y socios que adopten prácticas sostenibles o contribuyan a la economía circular a través de sus asociaciones con Cilpen Global. Ofrecer incentivos, como acceso a eventos especiales o reconocimientos públicos, para incentivar la lealtad y el compromiso con la marca. Esto no solo fortalecerá la imagen de marca, sino que también aumentará el reconocimiento y la participación de los clientes y socios en la iniciativa de economía circular.

22.3 Estrategias de posicionamiento de marca

Objetivo: Restablecer la imagen de marca y posicionamiento de Cilpen Global dentro del mercado dominicano para así aumentar su reconocimiento en un 35% dentro de un periodo semestral luego de iniciada la campaña base.

Estrategia: Por medio de la interacción y gestión de las estrategias anteriormente mencionadas se logrará un posicionamiento de marca tanto orgánico como estipulado, esto con la finalidad de posicionar la empresa en el top of mind no solo de las empresas sino del público también.

Táctica 1: Implementación de email marketing de forma mensual a las personas inscritas en la base de datos “Green mailing”

Esta táctica tiene la finalidad de lograr crear una base de datos actualizada en donde se encontrarán todos los usuarios que en algún momento tuvieron acercamiento con la empresa ya sea porque son clientes de la misma o porque han participado en alguna actividad o evento. Dentro del mismo se enviarán de forma mensual para no ser abrasivos. Dentro de la información se estará incluyendo las actividades del mes en donde las personas podrán inscribirse para participar, noticias del sector y novedades de la empresa.

Táctica 2: Implementación de publicidad paga en vallas digitales posicionadas en el centro del Gran Santo Domingo por un periodo de 6 meses en donde se ilustran artes digitales y videos que demuestren los servicios y eventos sostenibles que ha organizado la marca.

22.4 Estrategias de penetración en el mercado

Objetivo: Expandir la Cobertura y Alcance Nacional dentro del Gran Santo Domingo, con la finalidad de implementar el ODS 11: "Ciudades y Comunidades Sostenibles" por medio del uso de servicios de reciclaje impartidos por la empresa, resultando en un aumento del 20% en las ventas de servicios relacionados, en el próximo año.

Estrategia: Expandir la cobertura de los servicios de Cilpen Global a todo el Gran Santo Domingo. Esto podría lograrse mediante la adquisición de nuevos clientes o la ampliación de la cobertura a las áreas que ya están cubiertas.

Táctica 1: Campaña de Adquisición de Clientes “Unidos somos más” (B2B)

Lanzar una campaña de adquisición de clientes enfocada en el Gran Santo Domingo, donde se identificarán las áreas específicas dentro de la región que aún no están cubiertas por los servicios de Cilpen Global y se dirigirán mayores esfuerzos de marketing y ventas hacia estas áreas. Ofreciendo incentivos atractivos, como promociones a las empresas que opten por utilizar dichos servicios. Esto con la finalidad de atraer a nuevos clientes y convertirlos en usuarios regulares. Por medio de zafacones rotulados y vallas publicitarias en materiales reciclados se darán a conocer estas informaciones para aumentar la visibilidad de la empresa en estas zonas.

Táctica 2: Alianzas Estratégicas con Comunidades

Se colaborará con comunidades locales y organizaciones que trabajan en proyectos de sostenibilidad y desarrollo urbano en línea con el ODS 11 y se establecerán alianzas estratégicas que permitan la expansión de los servicios de reciclaje en las áreas seleccionadas. Estas alianzas involucran proyectos conjuntos, donde Cilpen Global contribuye a los objetivos de sostenibilidad de la comunidad a cambio de acceso a una base de clientes más amplia en esas áreas.

Táctica 3: Educación y concientización

Se desarrollará un programa de educación y concientización en el Gran Santo Domingo para promover la importancia de la sostenibilidad y la gestión de residuos. Por medio de la campaña “Es Mi RD” la cual organiza excursiones sostenibles para la limpieza de espacios públicos del país. De igual forma se proporcionará recursos educativos, como talleres, charlas y materiales informativos, para las comunidades y clientes potenciales donde se destaque cómo los servicios de reciclaje de Cilpen Global contribuyen directamente a la sostenibilidad y la mejora de la calidad de vida en la región. Esta táctica ayudará a crear una demanda más activa para los servicios de revalorización de desechos de la empresa.

22.5 Estrategias de marketing digital

Objetivo: Restablecer la imagen de marca y posicionamiento de Cilpen Global dentro del mercado dominicano para así aumentar su reconocimiento en un 35% dentro de un periodo semestral luego de iniciada la campaña base.

Estrategia: Redefinir Cilpen Global en la Mente del Consumidor Dominicano el cual implica un cambio significativo en la forma en que los consumidores en la República Dominicana perciben y experimentan la marca o concepto llamado Cilpen Global.

Táctica 1: Implementación de la campaña “Ruta Sostenible” donde se colocará publicidad paga en la plataforma de Waze para que cuando las personas estén utilizando la misma para llegar a su destino puedan visualizar de forma más interactiva y fácil los puntos de acopio que posicionará Cilpen en el Gran Santo Domingo.

Táctica 2: inversión en publicidad paga dentro de las plataformas de Instagram Ads y Facebook Ads para así propulsar el alcance de las mismas tomando ventaja de los algoritmos de la misma plataforma.

22.6 Estrategias de marketing de contenidos

Objetivo: Restablecer la imagen de marca y posicionamiento de Cilpen Global dentro del mercado dominicano para así aumentar su reconocimiento en un 35% dentro de un periodo semestral luego de iniciada la campaña base.

Estrategia: Crear y distribuir contenido relevante y valioso para la audiencia objetivo de Cilpen Global. Esto podría incluir artículos de blog, infografías, videos y otros formatos.

Táctica 1: Estrategia de Contenido

Desarrolla una estrategia de contenido sólido que identifique los temas clave relacionados con la sostenibilidad, la gestión de residuos y la economía circular que son relevantes para tu audiencia en el mercado dominicano. Crear un calendario editorial que incluya la producción regular de artículos de blog, infografías, videos y otros formatos de contenido.

Táctica 2: Promoción de Contenido

Utilizar estrategias de promoción efectivas para garantizar que el contenido llegue a la audiencia correcta. Esto incluye la promoción a través de redes sociales, publicidad en línea, envío de boletines informativos a la base de datos de contactos, y colaboración con influencers locales en el ámbito de la sostenibilidad. Además, se pudiera considerar la optimización de motores de búsqueda (SEO) para aumentar la visibilidad del contenido en las búsquedas relacionadas con la gestión de residuos y la sostenibilidad.

Táctica 3: Participación y Comunicación

Fomentar la participación y la comunicación con la audiencia a través de los canales de contenido. Responder a los comentarios y preguntas de los lectores o espectadores, y crear un diálogo significativo. Realizar encuestas y cuestionarios para recopilar comentarios y opiniones

de la audiencia, y utilizar esta retroalimentación para mejorar el contenido y adaptar los mensajes a las necesidades cambiantes de la audiencia.

22.7 Estrategias de fidelización

Objetivo: Expandir la Cobertura y Alcance Nacional dentro del Gran Santo Domingo, con la finalidad de implementar el ODS 11: "Ciudades y Comunidades Sostenibles" por medio del uso de servicios de reciclaje impartidos por la empresa, resultando en un aumento del 20% en las ventas de servicios relacionados, en el próximo año.

Estrategia: Implementar un programa de fidelización llamado "Cilpen Sostenible" destinado a recompensar a los clientes y promover la participación activa de la comunidad en la gestión de residuos y reciclaje. Este programa se alinea directamente con el objetivo de expansión de la cobertura y alcance en el Gran Santo Domingo, promoviendo la sostenibilidad de las ciudades y comunidades.

Táctica 1: Diseño y Promoción del Programa "Cilpen Sostenible"

Para promover la sostenibilidad, se diseñará un programa de fidelización integral que ofrezca atractivos incentivos a los clientes actuales y potenciales de Cilpen Global, así como a la comunidad en general. Se promocionará ampliamente el programa mediante campañas de marketing en línea y fuera de línea, resaltando los beneficios de unirse, como recompensas por la participación activa en campañas de reciclaje y eventos sostenibles, y la oportunidad de contribuir a la sostenibilidad de las ciudades y comunidades.

Táctica 2: Eventos de Participación Comunitaria

Se llevarán a cabo eventos de participación comunitaria en diversas áreas del Gran Santo Domingo con el propósito de involucrar a la comunidad en prácticas de reciclaje y gestión de residuos. Durante estos eventos, se destacarán los servicios de Cilpen Global y cómo contribuyen a la sostenibilidad urbana. Se ofrecerán a las participantes oportunidades para unirse al programa "Cilpen Sostenible" y aprovechar los beneficios del mismo, fortaleciendo así el compromiso de la comunidad con la causa medioambiental.

Táctica 3: Programa de Educación y Sensibilización

Durante 1 año se implementará el plan piloto de educación y sensibilización diseñado especialmente para nuestro equipo. Este programa incluirá talleres, charlas y materiales informativos sobre la gestión de residuos y la importancia de la sostenibilidad en las ciudades y comunidades. Estamos comprometidos no solo con nuestros clientes, sino también con nuestros valiosos empleados. Se llevarán a cabo sesiones informativas dentro de las instalaciones de la empresa para promover la conciencia sobre el tema y destacar cómo Cilpen Global puede ser un aliado en la consecución de los objetivos de sostenibilidad. Además, se integrará el programa de educación en el programa "Cilpen Sostenible" y se recompensará a los empleados por su compromiso con la educación y la sensibilización ambiental, incentivando así un mayor compromiso con la causa sostenible. Los empleados que más se vean responsabilizados con esta se les dará comisiones extras.

22.8 Estrategias de marketing directo

Objetivo: Restablecer la imagen de marca y posicionamiento de Cilpen Global dentro del mercado dominicano para así aumentar su reconocimiento en un 35% dentro de un periodo semestral luego de iniciada la campaña base.

Estrategia: Se enviarán correos electrónicos y boletines informativos a clientes potenciales y actuales para informarles sobre los servicios y productos de Cilpen Global. Los correos electrónicos y boletines informativos incluirán información sobre las últimas tendencias en gestión de residuos, consejos para reducir el desperdicio y ofertas especiales.

Táctica 1: Segmentación de la Lista de Correo

Se dividirá la lista de correo en segmentos basados en características demográficas, comportamiento de compra o intereses. Esto permitirá enviar contenido específico y relevante a cada grupo, aumentando la efectividad de los correos electrónicos.

Táctica 2: Contenido de Valor Agregado

Los correos electrónicos y boletines informativos proporcionan contenido de valor a los destinatarios. Se incluirá información actualizada sobre las últimas tendencias en gestión de residuos, consejos prácticos para reducir el desperdicio y noticias relevantes. También, se

mencionará estudios de casos de éxito, testimonios de clientes satisfechos y ejemplos de cómo los servicios de Cilpen Global logran tener un impacto positivo en la comunidad o en las empresas.

Táctica 3: Ofertas Especiales y Promociones

Se utilizarán los correos electrónicos para comunicar ofertas especiales y promociones exclusivas a los clientes potenciales y actuales. Se ofrecerán beneficios en servicios de reciclaje durante un período limitado.

22.9 POEM

Tabla 8

Medios de POEM

Categorías	Estratgias	Medios	Métricas Claves
Paid Media	Inclusión de medios tradicionales pagos para dar a conocer la empresa dentro del nuevo sector del Gran Santo Domingo	Listín Diario, El Caribe y El Día: Compra de una página de publicidad dentro de su periódico de forma trimestral.	Número de impresiones
		Vallas Publicitarias Digitales y Físicas: Implementación de vallas en puntos de interés para la empresa para dar a conocer sus servicios.	ROAS (Return on AD Spend) CAC (Costo de adquisición de Clientes)
		Anuncios en Waze: Activación de anuncios digitales en la plataforma de Waze donde la persona al pasar cerca de un punto de acopio podrá estar informado.	Interacción del público con vistas, comentarios y compartidos

	Facebook Ads: activación de publicaciones pagadas en Facebook	
	Influencers: Contratación de influencers para la divulgación orgánica de las actividades e informaciones importantes.	
Own Media	Portales los cuales son de propiedad de la empresa misma sin necesidad de intervención de terceros	CLV: Valor del ciclo de vida del cliente)
	Página Web: Portal web en donde las personas podrán visualizar toda la información pública de la empresa y tendrán contacto directo con la misma.	Número de inscripciones/seguidores y visitas.
	Cuenta de Instagram: Cuenta de Instagram propia de la empresa en donde se llevarán a cabo gran parte de las estrategias propuestas anteriormente.	Porcentaje de compartidos
	Eventos: Creación de eventos para concientizar al público tanto directo como indirecto por medio de charlas educativas en centros y espacios designados.	Participación e integración de las empresas a los eventos.
		Tráfico generado
		Porcentaje de viralidad.
Medios de comunicación	Nota de prensa: Mención de las	Número de

Earn Media	ganados por parte del público, estos pueden ser de formato tradicional como digital.	actividades o integrantes de la empresa dentro de eventos públicos,	compartidos en redes sociales.
		Reconocimiento del Ministerio de Medio Ambiente y El Consejo Nacional para el Cambio Climático:	Tráfico generado
		Menciones y reconocimientos por parte de los ministerios relacionados con la naturaleza de la empresa.	Porcentaje de viralidad.
		Participación en Podcast: Invitación a podcast locales para dar a conocer los atributos y	AVE (Valor de Equivalencia publicitaria)
	Menciones y repost en redes sociales: reconocimiento digital orgánico por parte del público.		

Nota: Este cuadro integral busca promover el reconocimiento de la marca y su compromiso con la audiencia, ofreciendo un enfoque completo y efectivo para sus objetivos de comunicación y marketing segmentando todos los tipos de plataformas y entradas de publicidad.

PRESUPUESTO CON CRONOGRAMA DE ACCIONES

23.1 Cotizaciones de todas las acciones del presupuesto y calendarización de las mismas

Ilustración 35

Presupuesto y Calendarización

Concepto	Descripción	Cantidad	Total Anual
Materiales POP	Materiales de promoción tradicionales para ser incluidos en los puntos de recolección y en empresas afiliadas (Flyers y vallas)	1000 unidades	RDS 80,000.00
y universidades (1 año)	sonido para ser utilizados en las	6 talleres anuales	RDS 70,000.00
Programas de Voluntariado y Eventos comunitarios (1 año)	Personal, refrigerios, transporte, animación, equipos de sonido, permisos ambientales, invitados charlistas	4 talleres anuales	RDS 175,000.00
Plataforma Facebook (6 meses)	Promoción de publicaciones	2 post mensuales	RDS 35,000.00
Plataforma de Waze (6 meses)	Promoción de publicaciones	3 comerciales estati	RDS 6,000.00
Plataforma de Instagram (1 año)	Promoción de publicaciones	4 post mensuales	RDS 100,000.00
Plataforma de TikTok (6 meses)	Promoción de publicaciones	4 videos mensuales	RDS 70,000.00
Contratación de influencers	Promoción de publicaciones	3 influencers	RDS 300,000.00
Portales de noticias	Promocion de ventas	2 espacios trimestral	RDS 200,000.00
Seminarios Web	Creación de seminario con invitado extranjero	2 Seminarios	RDS 50,000.00
Email Marketing	Creación y envío de correos personalizados	2 mensual	RDS 60,000.00
Vallas Digitales (1 año)	Colocación de anuncios digitales en vallas en puntos estrategicos	3 colocaciones	RDS 250,000.00
Valla publicitaria con material reciclado	Valla con materiales procesados por Cilpen	1	RDS 100,000.00
TOTAL			RDS 1,496,000.00

ACTIVIDADES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Materiales POP												
Talleres, Programas de educación ambiental y Excursiones Sostenibles												
Campañas de recolección de residuos												
Programas de Voluntariado y Eventos comunitarios												
Plataforma Facebook												
Influencers												
Plataforma Waze												
Perfiles de Noticias												
Plataforma Instagram												
Plataforma Tiktok												
Seminarios Web												
Acceso a eventos especiales												
Email Marketing												
Vallas Digitales												
Zaticones Rotulados												
Vallas publicitarias en materiales reciclados												

Nota: El cronograma, dividido en fases con actividades específicas, fechas límite, asignación de recursos y responsables, está diseñado con flexibilidad para adaptarse a posibles cambios sin comprometer los plazos establecidos. Por otro lado, el presupuesto detallado abarca todos los aspectos financieros, considerando costos de materiales, mano de obra, equipos y gastos generales, además de un fondo de contingencia para imprevistos. Ambas herramientas son supervisadas regularmente para asegurar el cumplimiento de objetivos, manteniendo un equilibrio entre calidad, costos y tiempo. (Autoría propia 2023)

PLAN FINANCIERO

24.1 Proyección de Ingresos

La siguiente tabla presenta una proyección detallada de los ingresos previstos basada en análisis históricos, tendencias actuales y proyecciones futuras. Esta herramienta proporciona una visión integral de los ingresos estimados, desglosados por categorías, productos o fuentes, con el

objetivo de ofrecer una perspectiva clara y fundamentada sobre el potencial financiero y el crecimiento esperado en el horizonte temporal considerado.

Ilustración 36

Proyección de Ingresos

AÑO	MES	Potencial de clientes	Total de toneladas por cliente	Costo x cliente x tonelada	Costo total por servicio	Margen de ganancia en (%)	Ganancia unitaria	Ganancia total	Venta total
2024	Enero	6	10	33,012	1,980,720	7.00%	2,311	138,650	2,119,370
	Febrero	6	10	33,012	1,980,720	7.00%	2,311	138,650	2,119,370
	Marzo	7	15	49,518	5,199,390	7.00%	3,466	363,957	5,563,347
	Abril	7	15	49,518	5,199,390	7.00%	3,466	363,957	5,563,347
	Mayo	8	20	66,024	10,563,840	7.00%	4,622	739,469	11,303,309
	Junio	8	20	66,024	10,563,840	7.00%	4,622	739,469	11,303,309
	Julio	9	22	72,626	14,380,027	7.00%	5,084	1,006,602	15,386,629
	Agosto	9	28	92,434	23,293,267	7.00%	6,470	1,630,529	24,923,796
	Septiembre	10	32	105,638	33,804,288	7.00%	7,395	2,366,300	36,170,588
	Octubre	10	38	125,446	47,669,328	7.00%	8,781	3,336,853	51,006,181
	Noviembre	11	40	132,048	58,101,120	7.00%	9,243	4,067,078	62,168,198
	Diciembre	11	45	148,554	73,534,230	7.00%	10,399	5,147,396	78,681,626
	Total	9	25	973,854	286,270,160		68,170	20,038,911	306,309,072
2025		15	38	134,377	919,140,915	7.0%	9,406	64,339,864	983,480,779
2026		20	40	220,662	2,118,352,468	7.0%	15,446	148,284,673	2,266,637,141
2027									
2028									

*Costo por tonelada de residuos es USD56

TASA DEL DÓLAR			Inflación		Precio
2024	2025	2026	2025	2026	
58.95	60.72	62.54	4%	4%	58.24 60.57

Nota: La tabla proporciona un detallado análisis del rendimiento mensual en un período de varios años, mostrando el potencial de clientes, el total de toneladas por cliente, los costos asociados y los ingresos generados. Cada mes se desglosa con precisión, revelando el margen de ganancia, la ganancia unitaria, la ganancia total y la venta total. Estos datos ofrecen una visión profunda de la evolución de los resultados financieros a lo largo del tiempo, permitiendo identificar patrones y tendencias clave en el negocio. (Autoría propia 2023)

24.2 Proyección de Costos

La siguiente tabla presenta una proyección detallada de los costos previstos de Cilpen en un horizonte temporal determinado. Estos costos se han estimado meticulosamente considerando diversos factores y variables relevantes. Esta proyección busca proporcionar una visión clara y estructurada de los gastos anticipados, permitiendo una planificación estratégica efectiva y una gestión precisa de recursos. Los datos presentados representan una herramienta fundamental para la toma de decisiones informadas y la optimización de estrategias financieras en el contexto de Cilpen Global.

Ilustración 37

Proyección de Costos

	2024												2025	2026	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2024	2025	2026
Costo por servicio total	1,980,720	1,980,720	5,199,390	5,199,390	10,563,840	10,563,840	14,380,027	23,293,267	33,804,288	47,669,328	58,101,120	73,534,230	286,270,160	919,140,915	2,118,352,468
Total costos	1,980,720	1,980,720	5,199,390	5,199,390	10,563,840	10,563,840	14,380,027	23,293,267	33,804,288	47,669,328	58,101,120	73,534,230	286,270,160	919,140,915	2,118,352,468
Costo por servicio	0%														
Costo por tonelada	40%														

Nota: La tabla muestra los costos por servicio total y los costos totales para los años 2024, 2025 y 2026, desglosados por mes. Además, se presentan los porcentajes de costo por servicio y por tonelada en cada período. Los costos por servicio total aumentan progresivamente a lo largo de los años, con una distribución mensual detallada, mientras que los porcentajes de costos se mantienen constantes en 0% y 40% respectivamente. (Autoría propia 2023)

24.3 Proyección de Gastos

Esta proyección se basa en un análisis exhaustivo de los gastos históricos, consideración de factores actuales y previsiones futuras. Esta herramienta proporciona una visión detallada de los gastos estimados, desglosados por categorías, departamentos o áreas de inversión, con el objetivo de ofrecer una visión completa y fundamentada sobre los costos previstos y el impacto financiero esperado en el período contemplado

Ilustración 38

Proyección de Gastos

	2024												2025	2026	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2024	2025	2026
GASTOS DE PERSONAL															
Salarios	901000	901000	901000	901000	901000	901000	901000	901000	901000	901000	901000	901000	9,512,000	10,571,200	12,630,400
Salario de vejez	65,750	65,750	65,750	65,750	65,750	65,750	65,750	65,750	65,750	65,750	65,750	65,750	680,000	800,000	920,000
Aguas-TSS	101,842	101,842	101,842	101,842	101,842	101,842	101,842	101,842	101,842	101,842	101,842	101,842	1,301,340	1,301,340	1,301,340
Infotep	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	64,500	64,500	64,500
Otros	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	90,000	90,000	90,000
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	1,083,592	1,083,592	1,083,592	1,083,592	1,083,592	1,083,592	1,083,592	1,083,592	1,083,592	1,083,592	1,083,592	1,083,592	11,037,340	12,317,040	14,606,240
GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS															
Energía eléctrica y agua	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	520,000	560,000	600,000
Teléfono y comunicaciones	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	20,000	20,000	20,000
Papelaria y suministros	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	10,000	10,000	10,000
Combustibles y traslado	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	100,000	100,000	100,000
Mantenimiento y reparaciones	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	100,000	100,000	100,000
Materiales, publicidad y promoción	101,717	99,800	100,000	100,000	100,000	102,719	107,000	104,000	100,000	100,000	100,000	100,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
Suministros de oficina	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	10,000	10,000	10,000
Deposito	4,817	4,817	4,817	4,817	4,817	4,817	4,817	4,817	4,817	4,817	4,817	4,817	50,000	50,000	50,000
TOTAL GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS	166,534	166,534	166,534	166,534	166,534	166,534	166,534	166,534	166,534	166,534	166,534	166,534	1,736,534	1,836,534	1,936,534
HONORARIOS PROFESIONALES															
Finanzas y contabilidad	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	84,000	87,300	90,600
TOTAL HONORARIOS PROFESIONALES	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	84,000	87,300	90,600
Depreciación	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	2,328,360	2,328,360	2,328,360
TOTAL DEPRECIACION	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	193,842	2,328,360	2,328,360	2,328,360
TOTAL GASTOS	1,443,968	1,443,968	1,443,968	1,443,968	1,443,968	1,443,968	1,443,968	1,443,968	1,443,968	1,443,968	1,443,968	1,443,968	15,197,774	17,577,774	19,967,774

Nota: La tabla detalla minuciosamente los gastos operativos de la empresa durante tres años consecutivos (2024-2026). En los gastos de personal, los salarios muestran un aumento progresivo anual, mientras que las contribuciones a la TSS e Infotep se mantienen estables. Por otro lado, los gastos generales y administrativos exhiben variaciones, con rubros como energía y mercadeo fluctuando notablemente. Los honorarios profesionales permanecen constantes, al igual que los costos por depreciación. A pesar de algunas oscilaciones, el análisis global indica un crecimiento moderado pero constante en los gastos totales, señalando áreas de estabilidad y otras con variaciones significativas que podrían requerir atención estratégica a futuro. (Autoría propia 2023)

La siguiente tabla de nómina proporciona un desglose detallado de los pagos y contribuciones asociadas al personal de la empresa durante un periodo específico. Este registro

exhaustivo ofrece una visión integral de los salarios, bonificaciones, aportes a entidades gubernamentales y otros aspectos fundamentales de la compensación financiera del equipo humano. Su análisis permite comprender la estructura de costos laborales y garantiza una gestión precisa y transparente de los recursos asignados al talento dentro de la organización.

Ilustración 39

Nómina Administrativa

Nómina administrativa								
Puesto/posición	Salario	ARS 7.09%	AFP 7.10%	Riesgo Laboral 1.20%	Infotep 1.00%	Total	Salario de navidad	TOTAL ANUAL
Co presidente 1	100,000	7,090	7,100	1,200	1,000	116,390	100,000	1,496,680
Co presidente 2	100,000	7,090	7,100	1,200	1,000	116,390	100,000	1,496,680
Gerente administrativo	75,000	5,318	5,325	900	750	87,293	75,000	1,122,510
Asistente administrativo	45,000	3,191	3,195	540	450	52,376	45,000	673,506
Gerente financiero	75,000	5,318	5,325	900	750	87,293	75,000	1,122,510
Auxiliar de contabilidad	40,000	2,836	2,840	480	400	46,556	40,000	598,672
Gerente de innovación y sostenibilidad	60,000	4,254	4,260	720	600	69,834	60,000	898,008
Gerente de operaciones	65,000	4,609	4,615	780	650	75,654	65,000	972,842
Encargado de producción	50,500	3,580	3,586	606	505	58,777	50,500	755,823
Gerente de RRHH	75,000	5,318	5,325	900	750	87,293	75,000	1,122,510
Encargado de mantenimiento	40,000	2,836	2,840	480	400	46,556	40,000	598,672
Encargada de calidad	40,000	2,836	2,840	480	400	46,556	40,000	598,672
Encargada de seguridad	35,500	2,517	2,521	426	355	41,318	35,500	531,321
	801,000	56,791	56,871	9,612	8,010	932,284	801,000	11,988,407

Nota: La tabla proporciona un detallado resumen de la estructura salarial y las contribuciones asociadas a la nómina administrativa de la empresa. En ella se especifican los salarios mensuales para diferentes cargos, junto con los porcentajes destinados a las contribuciones de la ARS, AFP, Riesgo Laboral e Infotep. Además, se muestra el cálculo del salario de navidad y el total anual para cada posición. Este análisis exhaustivo permite visualizar de manera clara y organizada los costos laborales asociados a cada puesto dentro de la organización, brindando una panorámica completa de la distribución de los recursos financieros destinados al equipo administrativo. (Autoría propia 2023)

El éxito de cualquier estrategia de mercadeo se fundamenta en una planificación minuciosa y efectiva de los recursos financieros. Esta tabla de gastos del plan de mercadeo ofrece una visión detallada y organizada de las inversiones previstas para alcanzar nuestros objetivos comerciales. Cada partida refleja el compromiso estratégico de asignar recursos de manera óptima para maximizar el impacto de nuestras acciones de marketing. Analizar estos gastos nos permitirá tomar decisiones informadas, garantizando un uso eficiente de nuestros recursos y una ejecución efectiva de nuestro plan.

Ilustración 40

Gastos de Plan de Mercadeo

	2024												2024	CAPITAL PROPIO	FINANCIAMIENTO	2025	2026	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre						
PLAN OFFLINE																		
Materiales POP		20,000		20,000	-		20,000				20,000			80,000	80,000	-	80,000	80,000
Talleres y Programas de educación ambiental en escuelas, universidades		12,500	12,500		12,500		12,500		12,500			12,500		75,000	75,000	-	75,000	75,000
Programa de voluntariado y eventos comunitarios				43,750		43,750		43,750		43,750		43,750		175,000	175,000	-	175,000	175,000
Vallas digitales			43,750			43,750			43,750				43,750	175,000	175,000	-	175,000	175,000
Valla publicitaria con material reciclado	200,000													200,000	200,000	-	200,000	200,000
Programa de referidos y fidelidad	3,904	3,904	25,397	25,397	52,819	52,819	71,900	19,466	163,021	238,347	0	387,671		1,140,845	1,140,845	-	1,140,845	1,140,845
TOTAL PLAN OFFLINE	209,904	42,404	82,247	89,747	65,319	140,319	104,400	116,466	269,021	298,347	0	467,671		1,845,845	1,845,845	-	1,845,845	1,845,845
													100%		0%			
PLAN ONLINE																		
Influencers	50,000		50,000		50,000		50,000		50,000		50,000		50,000	300,000	300,000	-	312,000	324,480
Plataforma Facebook		5,833		5,833	5,833		5,833		5,833		5,833		5,833	34,998	34,998	-	36,298	36,398
Plataforma de Waze (6 meses)		3,920	3,920	3,920	3,920	3,920	3,920							19,600	19,600	-	20,384	20,384
Plataforma TikTok	8,333	8,333	8,333		8,333		8,333		8,333					49,998	49,998	-	51,998	51,998
Portal de noticias	100,000													100,000	100,000	-	104,000	104,000
Plataforma de Instagram (1 año)	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500		102,000	102,000	-	106,080	106,080
Seminario Web		25,000						25,000						50,000	50,000	-	52,000	52,000
Email Marketing	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000		60,000	60,000	-	72,682	72,682
TOTAL PLAN ONLINE	171,833	96,996	76,763	18,293	76,996	12,429	72,666	8,900	72,666	8,900	64,333	8,900		636,536	636,536	-	639,658	643,349
													100%		0%			
TOTAL PLAN MERCADO	381,737	98,990	158,000	108,000	141,905	152,739	177,066	124,966	341,687	286,847	64,333	476,171		2,482,441	2,482,441	-	2,476,705	2,489,195
													100%		0%			

Nota: La siguiente tabla detalla el plan de gastos para el periodo comprendido entre 2024 y 2026, delineando estrategias tanto offline como online para potenciar nuestra presencia y alcance en el mercado. El plan offline se enfoca en actividades presenciales como talleres educativos, programas comunitarios, vallas publicitarias y programas de fidelidad, con una inversión gradual y estratégica a lo largo de los tres años. Por otro lado, el plan online abarca estrategias digitales, incluyendo el uso de influencers, plataformas sociales como Facebook, Instagram, TikTok, así como inversiones en email marketing y seminarios web. Esta estructura de gastos refleja un equilibrio cuidadosamente diseñado entre estrategias tradicionales y digitales, buscando maximizar la exposición de nuestra marca y generar un impacto efectivo en nuestro público objetivo. (Autoría propia 2023)

2.4.4 Estados Financieros Proyectados Evaluación económico-financiera

Los siguientes estados financieros proyectados presentan una visión anticipada del desempeño económico. Estas proyecciones se basan en supuestos razonables y datos históricos, y sirven como una herramienta fundamental para anticipar y planificar las operaciones futuras. Las cifras aquí presentadas son estimaciones y están sujetas a cambios basados en condiciones económicas, estrategias empresariales y otros factores externos e internos que puedan impactar en el rendimiento financiero de la empresa.

Ilustración 41

Estados financieros proyectados

	2024	2025	2026
INGRESOS POR VENTAS			
Numero de ventas por servicio de transporte a pasaje	2,119,370	2,119,370	536,547
Otros ingresos	1,941,702	1,941,702	1,941,702
TOTAL INGRESOS	4,061,072	4,061,072	2,478,249
COSTOS			
Costos de servicio total	1,980,120	1,980,120	5,193,330
TOTAL COSTOS	1,980,120	1,980,120	5,193,330
GASTOS DE PERSONAL			
Salarios	893,034	893,034	893,034
Salario de vivienda	46,750	46,750	46,750
Beneficios	103,642	103,642	103,642
Pronto	8,000	8,000	8,000
Otros	9,612	9,612	9,612
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	1,060,038	1,060,038	1,060,038
GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS			
Energía eléctrica, agua y basura	45,000	45,000	45,000
Teléfono y comunicaciones	3,000	3,000	3,000
Papel y suministros	1,000	1,000	1,000
Combustibles y traslado	10,000	10,000	10,000
Mantenimiento y reparaciones	10,000	10,000	10,000
Mercadeo, publicidad y promoción	301,311	301,311	301,311
Reservación de hoteles	1,500	1,500	1,500
Impuesto	4,817	4,817	4,817
TOTAL GASTOS GENERALES Y ADMINIS	419,628	419,628	419,628
HONORARIOS PROFESIONALES			
Pasaje y conectividad	7,000	7,000	7,000
TOTAL HONORARIOS PROFESIONALES	7,000	7,000	7,000
TOTAL DEPRECIACION			
Depreciación	103,642	103,642	103,642
TOTAL DEPRECIACION	103,642	103,642	103,642
TOTAL GASTOS	1,659,228	1,659,228	5,716,990
UTILIDAD OPERATIVA	2,401,844	2,401,844	1,261,259
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			
ISR	1,071,423	1,071,423	1,071,423
UTILIDAD NETA	1,330,421	1,330,421	199,836

Nota: La tabla presenta un estado financiero proyectado para los años 2024, 2025 y 2026, detallando mensualmente y anualmente los ingresos, costos y gastos, así como la utilidad operativa y neta de la empresa. Para el año 2024, se observa un aumento progresivo en los ingresos por ventas, empezando con 2,119,370 en enero y alcanzando un pico de 78,681,626 en diciembre, totalizando 306,309,072 para el año. Los costos por servicio siguen una tendencia similar, comenzando en 1,980,720 y escalando hasta 73,534,230, lo que suma un total de 286,270,160. Los gastos de personal se mantienen constantes mes a mes, resultando en un total anual de 11,988,407. Los gastos generales y administrativos muestran variaciones significativas, especialmente en el rubro de mercadeo, publicidad y promoción, que es considerablemente más alto en los meses de marzo, septiembre y diciembre, contribuyendo a un total anual de 3,428,941. Los honorarios profesionales y la depreciación son constantes a lo largo del año, con totales anuales de 84,000 y 2,326,100 respectivamente. El total de gastos varía mes a mes, con el mayor gasto reportado en diciembre con 1,754,463, lo que lleva a un total anual de 17,827,448. La utilidad operativa muestra un crecimiento constante a lo largo del año, comenzando con 5,620,825 en enero y terminando con 10,534,636 en diciembre, sumando un total anual de 87,911,899. Tras contabilizar el Impuesto sobre la Renta (ISR), la utilidad neta para el año 2024 es de 64,175,686. Para los años siguientes, 2025 y 2026, se proyectan ingresos totales constantes de 919,140,915 y 2,118,352,468 respectivamente, con costos y gastos que siguen una tendencia similar, resultando en utilidades operativas y netas negativas, lo que indica una necesidad de revisión en las estrategias de costos y precios para asegurar la rentabilidad futura de la empresa. (Autoría propia 2023)

El siguiente resumen de estados financieros ofrece una visión condensada y significativa del desempeño económico y la salud financiera. Este resumen proporciona una instantánea clave de los ingresos, gastos, activos, pasivos y otros aspectos financieros relevantes. Sirve como un recurso esencial para comprender rápidamente la situación financiera actual y la tendencia de la empresa en un formato claro y accesible.

Ilustración 42

Resumen de Estados Financieros

	2024	2025	2026
INGRESOS POR VENTAS			
Ventas de venta de servicios de transporte y procesos	2,193,270	2,193,270	5,563,347
Otros ingresos	7,141,703	7,141,703	7,141,703
TOTAL INGRESOS	9,334,973	9,334,973	12,705,050
COSTOS			
Costo total del servicio	1,986,720	1,986,720	5,193,330
TOTAL COSTOS	1,986,720	1,986,720	5,193,330
UTILIDAD BRUTA		105,739,347	247,985,109
GASTOS DE PERSONAL			
Salarios	801,000	801,000	801,000
Plano de jubilación	66,750	66,750	66,750
Seguro FOS	103,662	103,662	103,662
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	971,412	971,412	971,412
GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS			
Energía eléctrica, agua y basura	45,000	45,000	45,000
Teléfonos y comunicaciones	3,000	3,000	3,000
Papelaría y suministros	1,000	1,000	1,000
Combustibles y traslados	12,000	12,000	12,000
Mantenimientos y reparaciones	10,000	10,000	10,000
Arrendos, publicidad y promoción	381,137	381,137	381,137
Suministros de limpieza	1,500	1,500	1,500
Seguros	5,487	5,487	5,487
TOTAL GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS	453,633	453,633	453,633
HONORARIOS PROFESIONALES			
Taxes y contabilidad	7,000	7,000	7,000
TOTAL HONORARIOS PROFESIONALES	7,000	7,000	7,000
DEPRECIACIÓN			
Depreciación	193,842	193,842	193,842
TOTAL DEPRECIACIÓN	193,842	193,842	193,842
TOTAL GASTOS	1,664,907	1,664,907	1,664,907
UTILIDAD OPERATIVA	8,369,447	8,369,447	8,369,447
GASTOS FINANCIEROS			
ISR	1,522,381	1,522,381	1,522,381
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1,522,381	1,522,381	1,522,381
UTILIDAD NETA	6,847,066	6,847,066	6,847,066

ESTADO DE RESULTADOS		ESTADO DE RESULTADOS		ESTADO DE RESULTADOS	
OLA MARINA, SRL		OLA MARINA, SRL		OLA MARINA, SRL	
Del 1ero de enero al 31 de diciembre 2024		Del 1ero de enero al 31 de diciembre 2025		Del 1ero de enero al 31 de diciembre 2026	
Valores RD\$		Valores RD\$		Valores RD\$	
Ingresos	392,009,508	Ingresos	1,076,181,215	Ingresos	2,366,337,577
Costo de ventas	286,270,160	Costo de ventas	319,140,315	Costo de ventas	2,118,352,468
Utilidad Bruta	105,739,347	Utilidad Bruta	157,040,300	Utilidad Bruta	247,985,109
Gastos de personal	11,776,343	Gastos de personal	12,738,143	Gastos de personal	13,795,463
Energía eléctrica, agua y basura	520,000	Energía eléctrica, agua y basura	540,800	Energía eléctrica, agua y basura	562,432
Teléfonos y comunicaciones	36,000	Teléfonos y comunicaciones	37,440	Teléfonos y comunicaciones	38,338
Papelaría y suministros	12,000	Papelaría y suministros	12,480	Papelaría y suministros	12,379
Combustibles y traslados	144,000	Combustibles y traslados	143,760	Combustibles y traslados	143,760
Mantenimientos y reparaciones	120,000	Mantenimientos y reparaciones	124,800	Mantenimientos y reparaciones	129,792
Mercedes, publicidad y promoción	2,432,441	Mercedes, publicidad y promoción	2,476,705	Mercedes, publicidad y promoción	2,483,185
Suministros de limpieza	16,000	Suministros de limpieza	16,720	Suministros de limpieza	19,469
Seguros	51,250	Seguros	53,300	Seguros	55,432
Honorarios profesionales	84,000	Honorarios profesionales	87,360	Honorarios profesionales	90,654
Total Gastos generales y administrativos	15,254,634	Total Gastos generales y administrativos	16,239,508	Total Gastos generales y administrativos	17,350,294
Depreciación	2,326,100	Depreciación	2,326,100	Depreciación	2,326,100
Utilidad operativa	88,158,613	Utilidad operativa	138,474,692	Utilidad operativa	228,308,714
Gastos financieros	-	Gastos financieros	-	Gastos financieros	-
Utilidad antes de impuestos	88,158,613	Utilidad antes de impuestos	138,474,692	Utilidad antes de impuestos	228,308,714
ISR	23,802,826	ISR	37,388,167	ISR	61,643,353
Utilidad neta	64,355,787.51	Utilidad neta	101,086,525.16	Utilidad neta	166,665,361.48

Nota: El estado financiero proyectado de Cilpen Global muestra un crecimiento sostenido en los ingresos por ventas de servicios de transporte y procesamiento, con un incremento significativo año tras año, desde 2024 hasta 2026. Los costos de servicios están alineados con este aumento, manteniendo una proporción controlada respecto a los ingresos. La utilidad operativa y neta proyectada refleja una gestión eficaz, con una tendencia ascendente en la rentabilidad a lo largo de los tres años. La solidez de estas proyecciones indica una estrategia empresarial efectiva orientada a la expansión y la sostenibilidad financiera a largo plazo. El Estado de Resultados de Cilpen Global para el año terminado el 31 de diciembre de 2024 refleja ingresos totales de RD\$ 392,009,508. Tras deducir el costo de ventas de RD\$ 286,270,160, la empresa obtiene una utilidad bruta de RD\$ 105,739,347. Los gastos operativos, incluyendo gastos de personal y generales, así como depreciación, suman RD\$ 29,357,677, resultando en una utilidad operativa de RD\$ 88,158,613. Sin incurrir en gastos financieros y después de un ISR de RD\$ 23,802,826, la utilidad neta del periodo es RD\$ 64,355,787.51. Estos resultados subrayan una gestión financiera sólida con un rendimiento neto positivo significativo. El Estado de Resultados de Cilpen Global para el año 2025 muestra ingresos totales de RD\$ 1,076,181,215. Después de deducir el costo de ventas que asciende a RD\$ 319,140,315, la empresa logra una utilidad bruta de RD\$ 157,040,300. Los gastos operacionales, que incluyen gastos de personal y otros gastos generales y administrativos, totalizan RD\$ 16,239,508. Sumando la depreciación de RD\$ 2,326,100, la utilidad operativa alcanza RD\$ 138,474,692. Sin gastos financieros y tras el pago de impuestos (ISR) de RD\$ 37,388,167, la utilidad neta de Cilpen Global para el periodo es RD\$ 101,086,525.16, lo que refleja un rendimiento financiero robusto y una operación rentable durante el año fiscal. Para el año fiscal que finaliza el 31 de diciembre de 2026, Cilpen Global registró ingresos totales de RD\$ 2,366,337,577. Después de sustraer el costo de ventas, que fue de RD\$ 2,118,352,468, la compañía alcanzó una utilidad bruta de RD\$ 247,985,109. Los gastos operativos incluyen gastos de personal y otros gastos administrativos, sumando RD\$ 17,350,294, además de una depreciación de RD\$ 2,326,100. Esto

resulta en una utilidad operativa de RD\$ 228,308,714. La empresa no reportó gastos financieros y, tras un ISR de RD\$ 61,643,353, la utilidad neta del año fue de RD\$ 166,665,361.48, evidenciando una posición financiera fuerte y operaciones efectivas. (Autoría propia 2023)

ESTRUCTURA DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

25.1 WACC (Weighted Average Cost of Capital) Punto de Equilibrio

El Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC, por sus siglas en inglés) es un indicador fundamental en la evaluación de proyectos e inversiones. Esta tabla presenta un desglose detallado de los componentes que conforman el WACC, incluyendo las fuentes de financiamiento, sus respectivos costos y ponderaciones. Analiza las tasas de retorno requeridas por los inversores y las variables clave que impactan en la rentabilidad de la inversión, proporcionando así una visión integral de la estructura financiera y las consideraciones fundamentales en la toma de decisiones empresariales.

Ilustración 43

WACC

MONTO DE INVERSION		-	
FUENTES DE CAPITAL		Tasa	
Inversionista	60%	14.31%	
Bancos	40%	15.08%	
	100%	14.62%	WACC

Tasa de retorno de inversionista	
Tasa pasiva promedio BCRD (3 años)	6.25%
Meta inflación 2024	4.00%
Devaluación moneda	1.81%
Riesgo País (Diferencia DR Bonds y US Treasury)	2.26%
	14.31%

Tasa de revaluación USD BCRD		
31 diciembre 2022	31 Octubre 2023	Devaluación 2023
55.6641	56.6725	1.81%

Riesgo país	
Rendimiento DR Bond 3 years	6.88%
Rendimiento Treasury note 3 years	4.62%
	2.26%

Nota: La tabla proporciona un análisis detallado de la estructura de financiamiento y las tasas asociadas con una inversión. Divide el capital entre el inversionista y los bancos, con el 60% y 40%, respectivamente, a tasas del 14.31% y 15.08%, generando una tasa ponderada del 14.62%. Las tasas de retorno del inversionista se desglosan en componentes como la tasa pasiva promedio del Banco Central a tres años (6.25%), la meta de inflación para 2024 (4.00%), la devaluación de la moneda (1.81%) y el riesgo país, con una diferencia entre bonos locales y estadounidenses del 2.26%. Además, se muestra el cambio en la devaluación de la moneda entre diciembre de 2022 y octubre de 2023 (1.81%), junto con la comparación de rendimientos entre los bonos locales y los del Tesoro de EE. UU. a tres años (6.88% y 4.62%, respectivamente). En resumen, la

tabla ofrece una visión completa de los elementos financieros clave que impactan las tasas de retorno, considerando factores económicos relevantes para la toma de decisiones de inversión. (Autoría propia 2023)

El análisis financiero es fundamental para comprender la salud económica de una empresa o proyecto. La tabla de flujo de evaluación financiera proporciona una visión detallada y estructurada de los ingresos, costos, utilidades, gastos, impuestos y flujos de efectivo esperados en un período determinado. Esta herramienta permite evaluar la viabilidad, eficiencia y rentabilidad, siendo esencial para la toma de decisiones estratégicas y el diseño de planes financieros sólidos. La comprensión de esta tabla es clave para entender el rendimiento financiero y proyectar el futuro económico con mayor precisión.

Ilustración 44

Flujo evaluación financiera

Año	2024	2025	2026
Ingresos	392,009,508	1,076,181,215	2,366,337,577
Costos	286,270,160	919,140,915	2,118,352,468
Utilidad bruta	105,739,347	157,040,300	247,985,109
Margen Bruto	26.97%	14.59%	10.48%
Gastos	17,580,734	18,565,608	19,676,394
Utilidad operativa	88,158,613	138,474,692	228,308,714
ISR	23,802,826	37,388,167	61,643,353
Ganancia o pérdida neta	64,355,788	101,086,525	166,665,361
Utilidad neta	64,355,788	101,086,525	166,665,361
+Depreciación	2,326,100	2,326,100	2,326,100
Flujos por actividades de operacion	66,681,888	103,412,625	168,991,462
Flujos por actividades de financiamiento	0	0	0
Flujos por actividades de inversion	0	0	0
Flujo de caja proyectado	66,681,888	103,412,625	168,991,462

Nota: Muestra un crecimiento considerable en sus ingresos, aunque con un aumento proporcional en los costos, lo que incide en una disminución en el margen bruto. Sin embargo, la eficiencia operativa permite un aumento sostenido en la utilidad operativa y la ganancia neta a lo largo de los tres años proyectados, generando flujos de efectivo positivos por actividades operativas. (Autoría propia 2023)

El flujo de caja descontado es una herramienta crucial en la evaluación financiera de una empresa, permitiendo comprender su capacidad para generar efectivo en el futuro. Esta tabla de flujo de caja descontado proporciona una visión detallada y proyectada de los ingresos y egresos

de efectivo, considerando la tasa de descuento como factor clave para calcular el valor presente de esos flujos.

A través de esta tabla, se examina el valor temporal del dinero y se evalúa la viabilidad y rentabilidad de los proyectos o la empresa en su conjunto. El análisis del flujo de caja descontado es fundamental para la toma de decisiones estratégicas, ya que proporciona una perspectiva integral de la salud financiera y el potencial de generación de efectivo a lo largo del tiempo.

Ilustración 45

Flujo de caja descontada

Año	2024	2025	2026
Ingresos	392,009,508	1,076,181,215	2,366,337,577
Costos	286,270,160	919,140,915	2,118,352,468
Utilidad bruta	105,739,347	157,040,300	247,985,109
Margen Bruto	26.97%	14.59%	10.48%
Gastos	17,580,734	18,565,608	19,676,394
Utilidad operativa	88,158,613	138,474,692	228,308,714
ISR	23,802,826	37,388,167	61,643,353
Ganancia o perdida neta	64,355,788	101,086,525	166,665,361
Utilidad neta	64,355,788	101,086,525	166,665,361
+Depreciacion	2,326,100	2,326,100	2,326,100
Flujos por actividades de operacion	66,681,888	103,412,625	168,991,462
Flujos por actividades de financiamiento	0	0	0
Flujos por actividades de inversion	0	0	0
Flujo de caja proyectado	66,681,888	103,412,625	168,991,462
Tasa de descuento (WACC)	14.62%		
Flujo de caja descontado	58,176,410	78,713,936	112,222,997

Nota: En los últimos tres años, la empresa ha experimentado un crecimiento constante en sus ingresos, escalando de manera significativa de 392,009,508 unidades monetarias en 2024 a 2,366,337,577 en 2026. Aunque los costos han aumentado, la utilidad bruta se ha mantenido positiva, aunque el margen bruto ha fluctuado. Los gastos operativos han sido estables en comparación con los ingresos, generando utilidades operativas en todos los años. A pesar de impuestos, la empresa ha mantenido ganancias netas, mostrando una tendencia de flujo de caja proyectado en ascenso, respaldado por un flujo de caja descontado creciente, lo que sugiere un panorama positivo para la generación de efectivo en el futuro. (Autoría propia 2023)

25.2 Punto de Equilibrio

El análisis de punto de equilibrio es una herramienta fundamental para comprender el umbral en el cual los ingresos totales igualan los costos totales, determinando así el nivel de actividad necesario para alcanzar la rentabilidad. La siguiente tabla de punto de equilibrio ilustra los niveles de ventas, costos fijos, costos variables y márgenes de contribución asociados con distintos volúmenes de producción o ventas. Este análisis proporciona una visión clara de los puntos críticos en los cuales la empresa ni gana ni pierde, ofreciendo una guía invaluable para la toma de decisiones estratégicas y la planificación financiera.

Ilustración 46

Punto de Equilibrio

	35,323	Ingreso fijo por cliente					
	5,502	Costo por tonelada					
	17,580,734	Costo por servicio					
	100	Escala de Venta					
Se necesitan un total de 600 toneladas para alcanzar el punto de equilibrio							
Unidades de toneladas Vendidas	Ventas (\$)	Costo Variable (\$)	Costo Fijo (\$)	Costo Total (\$) (Variable + Fijo)	Margen de Contribución (\$)	Margen de Contribución - Costos Fijos	
0	-	-	17,580,734	17,580,734	-	(17,580,734)	
1	3,532,284	560,200	17,580,734	18,130,934	2,982,084	(14,598,850)	
2	7,064,568	1,100,400	17,580,734	18,681,134	5,964,168	(11,616,966)	
3	10,596,852	1,650,600	17,580,734	19,231,334	8,946,252	(8,634,482)	
4	14,129,136	2,200,800	17,580,734	19,781,534	11,928,336	(5,852,998)	
5	17,661,420	2,751,000	17,580,734	20,331,734	14,910,420	(2,670,314)	
6	21,193,704	3,301,200	17,580,734	20,881,934	17,892,504	311,770	
7	24,725,988	3,851,400	17,580,734	21,432,134	20,874,588	3,293,854	

Nota: La tabla de punto de equilibrio presentada muestra un análisis detallado de las ventas y costos asociados para determinar el volumen de ventas necesario para alcanzar el punto de equilibrio. Se especifica una escala de ventas, comenzando desde cero hasta 5,650 unidades de toneladas vendidas, con un incremento progresivo en las ventas y costos variables. Los ingresos fijos por cliente se establecen en 35,323 y se adicionan los costos variables por cliente. El punto de equilibrio se alcanza con 600 toneladas, punto en el cual los costos fijos y variables se equilibran con las ventas totales. A partir de este punto, cualquier venta adicional resultará en una ganancia para la empresa. Este análisis es crucial para la planificación financiera y estratégica, proporcionando una guía clara para la toma de decisiones relacionadas con la producción y las estrategias de precios. El margen de contribución, calculado como la diferencia entre las ventas y el costo variable, incrementa con el volumen de ventas, reflejando una relación directa entre la cantidad vendida y la rentabilidad. Además, se presenta el margen de contribución menos los costos fijos, que indica la ganancia o pérdida neta después de cubrir los costos fijos. (Autoría propia 2023)

25.3 Valor Presente Neto o Valor Actual Neto y TIR

El Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) son herramientas vitales en la evaluación de la viabilidad financiera de proyectos de inversión. La tabla a continuación detalla el análisis del Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno para diferentes escenarios de flujo de efectivo, permitiendo evaluar la rentabilidad y eficiencia de la inversión a lo largo del tiempo.

Estas métricas son fundamentales para tomar decisiones informadas, ya que el Valor Presente Neto indica la rentabilidad actual de un proyecto, mientras que la Tasa Interna de Retorno señala la tasa de rendimiento que iguala el valor actual de los flujos de efectivo con la inversión inicial. Esta tabla proporciona una visión detallada y cuantitativa para la evaluación y comparación de proyectos de inversión.

Ilustración 47

VAN Y TIR

MONTO DE INVERSION	-	
FUENTES DE CAPITAL	Tasa	
Inversionista	60%	14.31%
Bancos	40%	15.08%
	100%	14.62% WACC

Tasa de retorno de inversionista	
Tasa pasiva promedio BCRD (3 años)	6.25%
Meta inflacion 2024	4.00%
Devaluacion moneda	1.81%
Riesgo Pais (Diferencia DR Bonds y US Treasury)	2.26%
	14.31%

Tasa de revaluacion USD BCRD		
31 diciembre 2022	31 Octubre 2023	Devaluacion 2023
55.6641	56.6725	1.81%

Riesgo pais	
Rendimiento DR Bond 3 years	6.88%
Rendimiento Treasury note 3 years	4.62%
	2.26%

Nota: La tabla muestra un análisis detallado de flujos de efectivo a lo largo de tres años, ajustados por el factor $(1 + i)^*$ en función de una tasa de interés. Iniciando con -30,000,000 unidades monetarias en el año 0, los flujos ajustados muestran un crecimiento progresivo, alcanzando 168,991,462 unidades en el tercer año. Se establece una tasa pasiva promedio del Banco Central de la República Dominicana (BCRD) del 9.13% para cinco años, crucial en el cálculo de los flujos ajustados y la evaluación de la inversión. El Valor Presente Neto (VAN) se sitúa en 247,966,320 unidades monetarias, indicando viabilidad y generación de valor adicional. La tasa interna de retorno (TIR) sorprende con un 231%, señalando una posible alta rentabilidad del proyecto que supera considerablemente la tasa de descuento utilizada. En resumen, los cálculos reflejan un panorama positivo, sugiriendo que la inversión podría ser altamente rentable y viable financiera-mente dada la tasa de interés considerada. (Autoría propia 2023)

24.9 Payback descontado

El período de recuperación o Payback es una métrica fundamental en la evaluación de proyectos de inversión, representando el tiempo necesario para que una inversión recupere su costo inicial. La siguiente tabla muestra los flujos de efectivo proyectados para un proyecto específico, detallando el tiempo estimado en el cual la inversión inicial se recupera completamente.

El análisis del Payback es esencial para evaluar la rapidez con la que se recuperará la inversión y proporciona información valiosa sobre la liquidez y el riesgo asociado con el proyecto. Esta tabla ofrece una perspectiva clara y precisa del periodo de recuperación, facilitando la toma de decisiones en la selección y priorización de proyectos de inversión.

Ilustración 48

Payback

WACC		14.62%					
	PAYBACK SIMPLE	Plazo de recuperación	PAYBACK DESCONTADO	Plazo de recuperación			
Años	Flujo de efectivo		$1/(1+i)^n$	Flujo descontado			
0	-5,000,000		0	-5,000,000			
1	66,681,888	61,681,888	0.87	58,176,410	53,176,410		
2	103,412,625		0.76	78,713,936			
3	168,991,462		0.66	112,222,997			

Nota: La tabla proporciona datos comparativos entre el método del Payback Simple y el Payback Descontado en la evaluación de proyectos. En el primero, se evidencia cómo una inversión inicial de \$5,000,000 se recupera completamente al final del primer año a través de flujos de efectivo anuales positivos. Sin embargo, al considerar el valor temporal del dinero en el Payback Descontado mediante la aplicación de factores de descuento, se observa que, aunque los flujos de efectivo futuros disminuyen, el tiempo necesario para recuperar la inversión es mayor que en el enfoque sin descuento, demostrando cómo la valoración temporal del dinero afecta el plazo de recuperación. Esta comparación resalta la importancia del Payback Descontado al proporcionar una visión más precisa y ajustada al valor del dinero en el tiempo en la evaluación de la viabilidad financiera de un proyecto. (Autoría propia 2023)

24.10 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una herramienta crítica en la evaluación de proyectos o decisiones financieras, ya que permite comprender cómo cambios en ciertas variables clave pueden afectar los resultados finales. La tabla que se presenta a continuación muestra el impacto de variaciones en diferentes variables, como precios, costos, tasas de interés u otros factores relevantes, sobre los resultados financieros o la viabilidad de un proyecto.

Ofrece una visión detallada de la sensibilidad del proyecto ante escenarios variables, ayudando a identificar los factores más influyentes y a comprender su impacto en la toma de decisiones estratégicas. La información presentada permite una evaluación más completa y robusta de la situación, brindando insights valiosos para la gestión y planificación financiera.

Ilustración 49

Análisis de Sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PESIMISTA				ESTADO DE RESULTADOS			ESTADO DE RESULTADOS			ESTADO DE RESULTADOS		
Disminución de los ingresos en un 25% y aumento de los gastos y costos en 20%				Cipcan Global			OLA MARINA, SRL			OLA MARINA, SRL		
				Del 1ero de enero al 31 de diciembre 2024			Del 1ero de enero al 31 de diciembre 2025			Del 1ero de enero al 31 de diciembre 2026		
				Valores RD\$			Valores RD\$			Valores RD\$		
	2024	2025	2026									
INGRESOS POR VENTAS												
Ingreso de venta por servicio de transporte y procesamiento	56,303,072	50,430,773	2,246,631,141									
Otros ingresos	65,100,436	100,700,436	0									
Disminución 25%	38,002,377	- 271,045,304	566,653,285									
TOTAL INGRESOS	430,011,095	613,125,911	1,639,371,456									
COSTOS												
Costos por servicios	236,370,950	916,460,915	2,110,352,460	Ingresos	430,011,095	Ingresos	613,125,911	Ingresos	1,639,371,456			
Aumento 20%	57,254,032	183,828,183	423,670,434	Cuentas de venta	243,524,192	Cuentas de venta	402,553,036	Cuentas de venta	2,542,022,962			
TOTAL COSTOS	343,524,192	1,102,369,098	2,542,022,962	Utilidad Bruta	146,487,632	Utilidad Bruta	- 289,459,487	Utilidad Bruta	- 842,645,906			
UTILIDAD BRUTA												
	146,487,632	- 289,833,187	842,045,106	Gastos generales y administrativos	14,386,088	Gastos generales y administrativos	15,533,528	Gastos generales y administrativos	16,898,312			
GASTOS DE PERSONAL												
Salarios	3,612,000	10,571,200	11,630,520	Centro de personal	624,000	Centro de personal	645,360	Centro de personal	674,918			
Salario de Navidad	801,000	801,000	801,000	Energía eléctrica, agua y basuras	43,200	Energía eléctrica, agua y basuras	44,320	Energía eléctrica, agua y basuras	45,125			
Aporte TSS	1,363,343	1,363,343	1,363,343	Teléfono y comunicaciones	14,400	Teléfono y comunicaciones	14,376	Teléfono y comunicaciones	14,375			
Indicap	36,120	36,120	36,120	Papelaría y suministros	172,000	Papelaría y suministros	173,112	Papelaría y suministros	176,800			
Otros	105,244	105,244	105,244	Mantenimiento y reparaciones	184,000	Mantenimiento y reparaciones	183,760	Mantenimiento y reparaciones	185,750			
Aumento 20%	2,331,681	2,580,821	2,601,285	Marketing, publicidad y promoción	2,330,313	Marketing, publicidad y promoción	2,332,046	Marketing, publicidad y promoción	2,337,022			
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	14,386,088	15,533,528	16,898,312	Suministros de limpieza	21,600	Suministros de limpieza	22,444	Suministros de limpieza	23,363			
				Seguros	63,000	Seguros	63,960	Seguros	64,336			
				Honorarios profesionales	300,000	Honorarios profesionales	308,332	Honorarios profesionales	319,025			
				Total Gastos generales y administrativos	18,559,318	Total Gastos generales y administrativos	19,141,166	Total Gastos generales y administrativos	21,074,110			
GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS												
Energía eléctrica, agua y basuras	520,000	540,800	562,432	Depreciación	2,326,100	Depreciación	2,326,100	Depreciación	2,326,100			
Teléfono y comunicaciones	36,000	37,440	38,338	Utilidad operativa	125,602,274	Utilidad operativa	- 311,900,453	Utilidad operativa	- 865,445,316			
Papelaría y suministros	12,000	12,480	12,378	Gastos financieros	-	Gastos financieros	-	Gastos financieros	-			
Combustibles y traslado	144,000	143,760	155,750	Utilidad antes de impuestos	125,602,274.26	Utilidad antes de impuestos	(311,900,453.02)	Utilidad antes de impuestos	(865,445,316.21)			
Mantenimiento y reparaciones	120,000	124,000	123,732	ISR	33,916,614	ISR	34,213,122	ISR	33,610,235			
Marketing, publicidad y promoción	2,432,441	2,437,107	2,439,105	Utilidad neta	91,685,660.21	Utilidad neta	(227,687,330.71)	Utilidad neta	(631,775,080.83)			
Suministros de limpieza	18,000	18,720	19,469									
Seguros	51,250	52,000	53,432									
Aumento 20%	678,138	682,881	682,335									
TOTAL GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS	4,072,423	4,036,006	4,156,172									
HONORARIOS PROFESIONALES												
Financiero y contabilidad	84,000	81,260	80,054									
Aumento 20%	16,800	17,472	18,111									
TOTAL HONORARIOS PROFESIONALES	100,800	104,832	103,655									
TOTAL DEPRECIACION												
Depreciación	2,326,100	2,326,100	2,326,100									
TOTAL DEPRECIACION	2,326,100	2,326,100	2,326,100									
TOTAL GASTOS												
	20,855,418	22,067,266	23,490,210									
UTILIDAD OPERATIVA												
	125,602,274	- 311,900,453	- 865,445,316									
GASTOS FINANCIEROS												
	-	-	-									
TOTAL GASTOS FINANCIEROS												
	-	-	-									

Nota: El análisis detallado representa un escenario pesimista que proyecta una reducción del 25% en ingresos y un incremento del 20% en gastos y costos para los años 2024, 2025 y 2026. Esta perspectiva sombría muestra una disminución significativa en los ingresos totales, especialmente en el servicio de transporte y procesamiento, lo que impacta negativamente en la rentabilidad. Los costos, principalmente en excursiones, aumentan considerablemente, generando presión financiera y reduciendo drásticamente la utilidad bruta. Además, los gastos operativos, como los de personal, generales, administrativos y honorarios profesionales, se elevan en un 20%, agravando aún más la situación financiera. La proyección revela una tendencia negativa con pérdidas notables en la utilidad bruta y operativa, resaltando la importancia crítica de estrategias de gestión efectiva para contrarrestar los impactos económicos adversos y mantener la estabilidad en la empresa. (Autoría propia 2023)

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD MODERADO				ESTADO DE RESULTADOS			ESTADO DE RESULTADOS			ESTADO DE RESULTADOS		
Disminución de los ingresos en un 15% y aumento de los gastos y costos en 10%				Cipcan Global			Cipcan Global			Cipcan Global		
				Del 1ero de enero al 31 de diciembre 2024			Del 1ero de enero al 31 de diciembre 2025			Del 1ero de enero al 31 de diciembre 2026		
				Valores RD\$			Valores RD\$			Valores RD\$		
	2024	2025	2026									
INGRESOS POR VENTAS												
Ingreso de venta por servicio de transporte y procesamiento	56,303,072	50,430,773	2,246,631,141									
Otros ingresos	65,100,436	100,700,436	0									
Disminución 15%	- 58,981,426	- 162,627,182	- 539,395,571									
TOTAL INGRESOS	533,220,081	521,504,023	1,365,641,510									
COSTOS												
Costos por servicio	286,270,950	318,140,915	2,110,352,460	Ingresos	533,220,081	Ingresos	521,504,023	Ingresos	1,365,641,510			
Aumento 10%	28,627,095	31,814,091	211,835,247	Cuentas de venta	246,027,178	Cuentas de venta	101,055,006	Cuentas de venta	2,500,917,218			
TOTAL COSTOS	314,897,176	1,011,055,006	2,330,187,175	Utilidad Bruta	18,310,305	Utilidad Bruta	- 83,500,374	Utilidad Bruta	- 403,544,145			
UTILIDAD BRUTA												
	18,310,305	- 83,500,374	- 403,544,145	Gastos generales y administrativos	13,917,247	Gastos generales y administrativos	13,917,247	Gastos generales y administrativos	13,917,247			
GASTOS DE PERSONAL												
Salarios	3,612,000	3,612,000	3,612,000	Centro de personal	624,000	Centro de personal	645,360	Centro de personal	674,918			
Salario de Navidad	801,000	801,000	801,000	Energía eléctrica, agua y basuras	95,400	Energía eléctrica, agua y basuras	94,736	Energía eléctrica, agua y basuras	93,245			
Aporte TSS	1,363,343	1,363,343	1,363,343	Teléfono y comunicaciones	43,200	Teléfono y comunicaciones	43,048	Teléfono y comunicaciones	43,870			
Indicap	36,120	36,120	36,120	Papelaría y suministros	26,400	Papelaría y suministros	27,456	Papelaría y suministros	28,354			
Otros	105,244	105,244	105,244	Combustibles y traslado	46,000	Combustibles y traslado	46,640	Combustibles y traslado	47,096			
Aumento 10%	1,139,841	1,139,841	1,139,841	Mantenimiento y reparaciones	152,000	Mantenimiento y reparaciones	151,200	Mantenimiento y reparaciones	142,771			
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	13,187,247	13,187,247	13,187,247	Marketing, publicidad y promoción	2,741,695	Marketing, publicidad y promoción	2,724,376	Marketing, publicidad y promoción	2,738,004			
				Suministros de limpieza	5,600	Suministros de limpieza	5,654	Suministros de limpieza	5,689			
				Seguros	55,000	Seguros	57,000	Seguros	58,489			
				Honorarios profesionales	192,200	Honorarios profesionales	196,588	Honorarios profesionales	191,356			
				Total Gastos generales y administrativos	16,531,733	Total Gastos generales y administrativos	16,539,555	Total Gastos generales y administrativos	16,571,340			
GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS												
Energía eléctrica, agua y basuras	144,000	143,760	155,750	Depreciación	2,326,100	Depreciación	2,326,100	Depreciación	2,326,100			
Teléfono y comunicaciones	42,000	43,680	45,427	Utilidad operativa	- 546,328	Utilidad operativa	- 108,365,609	Utilidad operativa	- 422,443,593			
Papelaría y suministros	24,800	24,360	25,588	Gastos financieros	-	Gastos financieros	-	Gastos financieros	-			
Combustibles y traslado	60,000	62,400	64,896	Utilidad antes de impuestos	(546,327.95)	Utilidad antes de impuestos	(108,365,608.81)	Utilidad antes de impuestos	(422,443,584.81)			
Mantenimiento y reparaciones	120,000	124,000	123,732	ISR	147,611	ISR	23,256,714	ISR	14,061,388			
Marketing, publicidad y promoción	2,432,441	2,437,107	2,439,105	Utilidad neta	(393,257.40)	Utilidad neta	(173,105,834.48)	Utilidad neta	(388,348,196.35)			
Suministros de limpieza	6,000	6,240	6,480									
Seguros	50,000	52,000	54,000									
Aumento 10%	233,844	234,055	231,158									
TOTAL GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS	3,235,285	3,234,608	3,240,131									
HONORARIOS PROFESIONALES												
Financiero y contabilidad	102,000	100,000	101,253									
Aumento 10%	10,200	10,600	11,022									
TOTAL HONORARIOS PROFESIONALES	112,200	110,600	112,356									
TOTAL DEPRECIACION												
Depreciación	2,326,100	2,326,100	2,326,100									
TOTAL DEPRECIACION	2,326,100	2,326,100	2,326,100									
TOTAL GASTOS												
	18,857,833	18,864,635	18,309,440									
UTILIDAD OPERATIVA												
	- 546,328	- 108,365,609	- 422,443,593									
GASTOS FINANCIEROS												
	-	-	-									
TOTAL GASTOS FINANCIEROS												
	-	-	-									

Nota: El análisis de sensibilidad moderada evalúa el impacto financiero de variaciones simuladas: una caída del 15% en los ingresos y un aumento del 10% en los gastos durante los próximos tres años (2024-2026). Esta simulación revela una disminución considerable en los ingresos por ventas, especialmente en el servicio de transporte y procesamiento, generando una repercusión negativa en la totalidad de los ingresos proyectados. Además, el incremento en los costos, principalmente en los servicios, contribuye a un aumento generalizado de los gastos operativos. Esta situación conduce a una drástica reducción en la utilidad bruta, seguida por un crecimiento notable en los gastos generales, de personal y profesionales, resultando en una marcada disminución de la utilidad operativa proyectada para el período. Aunque no se consideran los gastos financieros en esta tabla, es crucial reconocer que los resultados operativos reflejan un deterioro significativo en la rentabilidad, lo que podría acarrear implicaciones financieras adicionales. Este análisis subraya la importancia crítica de mantener un estricto control sobre los ingresos y gastos para preservar la estabilidad financiera y operativa frente a fluctuaciones moderadas en el mercado. (Autoría propia 2023)

	B	O	P	O	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD
INGRESOS POR VENTAS																	
Ingreso de venta por servicio de transporte y procesamiento		306,303,072		393,440,773													
Otros ingresos		45,700,436		100,700,436													
Aumento 20%		18,400,082		216,206,248													
TOTAL INGRESOS		470,411,463		1,301,011,458													
COSTOS																	
Costos excursiones		286,270,460		319,146,935													
Diminución 10%		28,627,016		31,314,091													
TOTAL COSTOS		314,897,476		1,011,055,006													
UTILIDAD BRUTA		155,514,233		289,366,452													
GASTOS DE PERSONAL																	
Salarios		3,812,000		3,812,000													
Salario de navidad		661,000		601,000													
Aporte TSS		1,363,343		1,363,343													
Indice		36,120		36,120													
Otros		115,344		115,344													
Diminución 10%		- 1,198,841		- 1,198,841													
TOTAL GASTOS DE PERSONAL		10,783,566		10,783,566													
GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS																	
Energía eléctrica, agua y basura		144,000		145,750													
Teléfono y comunicaciones		42,000		42,500													
Papelaría y suministros		24,000		24,360													
Combustible y traslado		60,000		62,400													
Mantenimiento y reparaciones		120,000		124,500													
Marketing, publicidad y promoción		2,430,441		2,476,105													
Suministros de limpieza		6,000		6,240													
Seguros		50,000		52,000													
Aumento 10%		- 233,844		- 234,955													
TOTAL GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS		2,644,537		2,646,431													
HONORARIOS PROFESIONALES																	
Finanzas y contabilidad		102,000		106,000													
Diminución 10%		- 10,200		- 10,600													
TOTAL HONORARIOS PROFESIONALES		91,800		95,472													
Depreciación		2,326,100		2,326,100													
TOTAL DEPRECIACION		2,326,100		2,326,100													
TOTAL GASTOS		15,852,063		15,857,629													
UTILIDAD OPERATIVA		139,662,169		274,104,823													
Gastos financieros		-		-													
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		-		-													
ISR		37,708,396		74,008,392													
UTILIDAD NETA		101,953,773		200,096,431													

	Cilpen Global		Cilpen Global		Cilpen Global			
	Del 1ero de enero al 31 de diciembre 2024	Valores RDE	Del 1ero de enero al 31 de diciembre 2025	Valores RDE	Del 1ero de enero al 31 de diciembre 2026	Valores RDE		
Ingresos		470,411,463	Ingresos		1,301,011,458	Ingresos		2,710,364,518
Cuenta de venta		316,437,026	Cuenta de venta		1,011,055,006	Cuenta de venta		2,320,181,235
Utilidad Bruta		155,514,233	Utilidad Bruta		289,366,452	Utilidad Bruta		389,776,854
Gastos generales y administrativos		10,783,566	Gastos generales y administrativos		10,783,566	Gastos generales y administrativos		10,783,566
Gastos de personal		10,783,566	Gastos de personal		10,783,566	Gastos de personal		10,783,566
Energía eléctrica, agua y basuras		144,000	Energía eléctrica, agua y basuras		145,750	Energía eléctrica, agua y basuras		146,075
Teléfono y comunicaciones		42,000	Teléfono y comunicaciones		42,500	Teléfono y comunicaciones		43,004
Papelaría y suministros		24,000	Papelaría y suministros		24,360	Papelaría y suministros		24,363
Combustible y traslado		60,000	Combustible y traslado		62,400	Combustible y traslado		64,616
Mantenimiento y reparaciones		120,000	Mantenimiento y reparaciones		124,500	Mantenimiento y reparaciones		126,931
Marketing, publicidad y promoción		2,430,441	Marketing, publicidad y promoción		2,476,105	Marketing, publicidad y promoción		2,504,267
Suministros de limpieza		6,000	Suministros de limpieza		6,240	Suministros de limpieza		6,541
Seguros		50,000	Seguros		52,000	Seguros		54,612
Honorarios profesionales		91,800	Honorarios profesionales		95,472	Honorarios profesionales		99,281
Total Gastos generales y administrativos		13,525,363	Total Gastos generales y administrativos		13,531,529	Total Gastos generales y administrativos		13,563,270
Depreciación		2,326,100	Depreciación		2,326,100	Depreciación		2,326,100
Utilidad operativa		139,662,169	Utilidad operativa		274,104,823	Utilidad operativa		373,887,476
Gastos financieros		-	Gastos financieros		-	Gastos financieros		-
Utilidad antes de impuestos		139,662,169.32	Utilidad antes de impuestos		274,104,822.67	Utilidad antes de impuestos		373,887,476.30
ISR		37,708,396	ISR		74,008,392	ISR		100,948,619
Utilidad neta		101,953,773.60	Utilidad neta		200,096,430.35	Utilidad neta		272,937,857.10

Nota: En este análisis de sensibilidad optimista, se proyecta un incremento del 20% en los ingresos y una reducción del 10% en los gastos y costos para los años 2024-2026. Estos ajustes generan un impacto sustancial en los estados financieros, impulsando un crecimiento notable en las ventas, especialmente en servicios de transporte y otros rubros. La disminución en los costos, principalmente en excursiones, se refleja positivamente en la rentabilidad, mientras que la eficiencia en gastos operativos, con reducciones similares en personal y costos administrativos, contribuye significativamente a la utilidad operativa. Este escenario optimista proyecta un aumento constante en la utilidad neta a lo largo de los años, mostrando un potencial financiero considerable mediante estrategias de ingresos y control de costos, ofreciendo una perspectiva alentadora para decisiones estratégicas futuras. (Autoría propia 2023)

24.11 Estrategia de salida

Objetivo

El objetivo de esta estrategia de salida es maximizar el valor de Cilpen Global para sus accionistas. La estrategia debe tener en cuenta los siguientes factores:

- El contexto actual del mercado dominicano de la gestión de residuos.
- Los objetivos de sostenibilidad de la empresa.
- Los intereses de los accionistas.

Estrategia

La estrategia de salida propuesta se basa en las siguientes acciones:

- Evaluar el mercado: Se realizará una evaluación del mercado dominicano de la gestión de residuos para identificar los posibles compradores potenciales.
- Preparar la empresa: Se realizarán las acciones necesarias para preparar la empresa para la venta, incluyendo la actualización de los estados financieros, la mejora de los procesos internos y la formación del personal.
- Negociar la venta: Se iniciarán las negociaciones con los posibles compradores potenciales para llegar a un acuerdo que maximice el valor de la empresa.

Evaluación del mercado

La evaluación del mercado se realizará teniendo en cuenta los siguientes factores:

- La demanda de servicios de gestión de residuos en la República Dominicana.
- La oferta de servicios de gestión de residuos en la República Dominicana.
- Las tendencias del mercado de la gestión de residuos.

Preparación de la empresa

- Las acciones que se realizarán para preparar la empresa para la venta incluyen:
- Actualizar los estados financieros para reflejar la situación actual de la empresa.
- Mejorar los procesos internos para aumentar la eficiencia y la rentabilidad de la empresa.
- Formar al personal para que esté preparado para la transición a un nuevo propietario.

Negociación de la venta

Las negociaciones con los posibles compradores potenciales se centrarán en los siguientes puntos:

- El precio de venta de la empresa.
- Los términos de la venta.
- Los compromisos del comprador con la sostenibilidad de la empresa.

24.12 Conclusiones Financieras

Luego de crear el plan financiero para la empresa de Cilpen Global, este ha demostrado ser rentable debido a que dentro del país la competencia con la cual este se enfrenta es relativamente mínima exceptuando las actividades gubernamentales. Como podemos ver logra contar con un punto de equilibrio con tan solo 600 toneladas en ventas esto se puede completar con un total de 60 clientes que generen el mínimo de 10 toneladas. Por otro lado, el plan de mercadeo sustento lo que es la duplicación de las ventas en el primer cierre luego de ser implementadas, en donde al entrar al mercado del gran santo domingo solo contaban con 6 clientes finjo y para finales de diciembre se proyecta un total de 15 clientes nuevos dentro de su carpeta. Los ingresos de la misma se proyectan en un total de DOP\$306,309,072 lo cual cumple logra generar un a utilidad bruta de RD\$105,739,347 y utilidad neta neta RD\$64,255,787.51 generar así un margen bruto de 26% el primer año. 14% en el segundo año y en el tercer año un 10%.

Entendemos que con la implementación de las estrategias y tácticas seleccionadas el plan anteriormente demostrado en rentable y de gran alcance dentro de las posibilidades de la empresa actual. La misma busca por medio del reposicionamiento de la empresa en una nueva ciudad el incrementar por defectos las ventas del mismo para así volverse más rentable la inversión del plan. Implicando un total de RD \$66,681,888 en flujo de caja le da un gran campo de rejuego a la empresa a poder seguir invirtiendo en mayores y mejores estrategias de penetración y reconocimiento buscando llegar a mayores mercados hasta los internacionales.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y CONTROL KPI'S

25.1 Establecer el sistemas e indicadores de evaluación y control

Tabla 9

KPI'S

Objetivo	KPI'S
Evidenciar el reconocimiento actual del público local dentro del Gran Santo Domingo para determinar dónde se	Encuestas de Percepción de la empresa dirigida tanto a al

encuentra posicionada Cilpen Global SRL.	público objetivo el cual se compone de empresas grandes como también al general.
Fortalecer la Concienciación sobre la Gestión de Residuos en el sector del Gran Santo Domingo implementando las fases del ODS 12 "Producción y Consumo Responsables" con la finalidad de promover una economía circular, en un periodo de un año.	Incremento en el reconocimiento progresivo de la marca. Porcentaje de personas y/o empresas optando por servicios de reciclaje en el territorio delimitado. Incremento de participación en eventos comunitarios.
Restablecer la imagen de marca y posicionamiento de Cilpen Global dentro del mercado dominicano para así aumentar su reconocimiento en un 35% dentro de un periodo semestral luego de iniciada la campaña base.	Porcentaje de alcance en las redes seleccionadas. Estado de resultados trimestrales por parte de los influencers contratados. Aumento del portafolio de clientes durante el primer semestre del año. Tasa de aceptación al Programa de Recompensas.
Expandir la Cobertura y Alcance Nacional dentro del Gran Santo Domingo, con la finalidad de implementar el ODS 11: "Ciudades y Comunidades Sostenibles" por medio del uso de servicios de reciclaje impartidos por la empresa, resultando en un aumento del 10 % en las ventas	Número de nuevos puntos de acopio dentro del Gran Santo Domingo. Porcentaje de incremento en los

de servicios relacionados, en el próximo año.

ingresos del cierre anual

Cuota de nuevos clientes dentro del portafolio.

Ingreso de alianzas aprobadas con los ministerios allegados a la empresa.

Incrementar la inversión en la investigación y desarrollo de la industria en un 10 % para impulsar la innovación en la gestión de residuos urbanos en el país, esto se llevará a cabo durante 12 meses luego de iniciada la campaña principal.

Aceptación del público a las nuevas tecnologías e innovaciones de la empresa en el mercado.

Porcentaje de nueva maquinaria dentro de la empresa para la producción de mayor cantidad de residuos por medio de procesos más eficientes.

Número de empresas optando por investigar y enriquecer la información pública de la industria.

Nota: Las estrategias implementadas por Cilpen Global SRL abarcan una extensa variedad de metas, abordando de manera integral tanto el rendimiento general como el avance específico en sus diversas iniciativas vinculadas a la gestión de residuos. Estas acciones no solo se limitan a evaluar el desempeño interno de la empresa en términos de eficiencia y sostenibilidad, sino que también buscan situar a la organización de manera destacada en el panorama del mercado. (Autoría propia 2023)

Anexos

Cocotai, S.R.L. Ave Lope de Vega Nro 138 Viejo Arroyo Hondo Santo Domingo DN 10510 cocotaird@gmail.com RNC: 131537456 Fecha: 13/07/2023				Regímenes Especiales NCF: B140000016 Válida hasta: 31/12/2024						
RNC CLIENTE: 131403077 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: CILPEN GLOBAL BUSINESS SRL		DIRECCIÓN CLIENTE:		TÉRMINOS: 30 días VENCIMIENTO: 12/08/2023 NO. FACTURA: FACT/2023/0323 ORIGEN: COT861 VENDEDOR: Cocotai General						
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IMPUESTOS	PRECIO TOTAL						
[HELADOYAGUACOCOPERISIMO] HELADO YAGUA COCOPERISIMO 80GR	400.00 Unidad(es)	135.00	Exento	RD\$ 54,000.00						
TRANSPORTE PERSONAL, EQUIPOS Y PRODUCTOS	1.00 Unidad(es)	14,000.00	Exento	RD\$ 14,000.00						
Total de unidades: 401.0				<table border="1"> <tr> <td>Subtotal</td> <td>RD\$ 68,000.00</td> </tr> <tr> <td>Exento</td> <td>RD\$ 0.00</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>RD\$ 68,000.00</td> </tr> </table>	Subtotal	RD\$ 68,000.00	Exento	RD\$ 0.00	Total	RD\$ 68,000.00
Subtotal	RD\$ 68,000.00									
Exento	RD\$ 0.00									
Total	RD\$ 68,000.00									
Por favor utilice la siguiente referencia al realizar su pago: B140000016										
ENTREGADO		RECIBIDO								

Calle Virgilio Ordoñez 201
 Santo Domingo, República Dominicana
 Telefono: 809-692-7230



COTIZACION : 92470	NOMBRE DEL SOLICITANTE ES MI RD
ITEM 3	

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNIT	TOTAL
100	CAJAS (CROQUETA DE POLLO, EMPANADA, PASTELITO Y TEQUEÑO)	100.00	10,000.00
	SUB TOTAL		10,000.00
	ITBS 18%		1,800.00
	TOTAL RD\$		11,800.00



Publicidad Digital

Nuestros paquetes de publicidad digital se enfocan en atraer de una forma rápida nuevos clientes por medio de anuncios publicitarios en plataformas como Google, Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.


Las campañas de publicidad son una excelente opción si buscas aumentar tus ventas al corto plazo.

Lo Que Incluye El Paquete

- Imágenes para el anuncio
- Redacción del mensaje de marketing
- Campaña publicitaria por producto o proyecto
- Landing Page del anuncio
- Respuesta rápida a comentarios
- Optimización semanal

Paquete Publicitario Básico	\$2,200 (120 USD)
Paquete Publicitario Intermedio	\$3,500 (205 USD)
Paquete Publicitario Personalizado	Por Proyecto

Cierre de ingreso por venta del año 2022 (si esto se puede por servicio mejor)				
INGRESOS POR VENTAS PRODUCTOS	ANO 2022			
Venta de Plastico	298,143,391.75			
Venta de Pulpa	5,340,410.10			
Venta de Aluminio	10,631,300.53			
Venta de Metales	13,058,578.89			
Venta de Cobre	947,344.00			
Ventas de Material al Granel	785,692.43			
Ventas de Otros				
TOTAL VENTAS PRODUCTOS	328,906,717.70			
- Inversión en maquinaria nueva o reposición de la misma del año 2022				
Maquina Compactadora Hydraulica Haina	10,312,068.86			
Maquina Quita Alambres	453,180.00			
TOTAL INVERSIONES MAQUINARIA	10,765,248.86			
- Inversión en departamento o actividades del mercadeo del año 2022 (es decir si hicieron alguna actividad de por ejemplo recolección de basura en playa cual fue la inversio, si pagaron alguna nueva acreditación o certificado cual fue el costo, si implementaron algun tipo de seminario interno o talleres cual fue el costo?)				
1.- Recoleccion de basura en playa.				
1.1 No tuve informacion				
2.- Acreditacion o Certificado.				
2.1 Certificación a Empleados Meritorios		40,000.00		
3.- Implementacion algun tipo de seminario interno o talleres.				
3.1 Diplomado en Seguridad y Salud		24,000.00		
- Cual fue su servicio estrella? cual servicio fue el que resulto con mas ganancias del 2022				
Ingresos Uso Disposicion Final Hospitalario	12,324,288.68	✓	Sergio, indica que el servio estrella, corresponde a	
Ingresos Operativos Ayuntamientos	44,577,699.12	✓	Pero, observando entre los servicios, el que refleja	
			Ingresos Operativos Ayuntamientos	
DETALLE DE LOS SERVICIOS		ANO 2022		
INGRESOS POR SERVICIOS				
Ingresos por Alquiler de Equipo	10,858,666.42			
Ingresos Operativos Ayuntamientos	44,577,699.12			
Ingresos Uso Sitio Disposicion Final	12,324,288.68			
Ingresos Uso Disposicion Final Hospitalario	12,020,171.34			
Ingresos por Transporte de Desechos	5,919,621.00			
TOTAL INGRESOS POR SERVICIOS	85,700,446.56			



La Cocina de SoryLama, SRL
RNC 131743821

+1 8498765692
cocinadesory@gmail.com
C/ Wenceslao Alvarez 59 -

Cotización

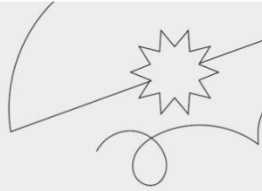
<p>T E V A & ASOCIADOS SAS (CREDICEFI) RNC 122015787 TEL</p>	<p>Cotización No. 784</p> <p>Fecha de expedición 18/07/2023</p> <p>Fecha de vencimiento 21/07/2023</p>
---	---

Referencia	Item	Precio	Cantidad	Total
	Mini Quiche Ricotta y Espinaca	RD\$65.00	35.00	RD\$2,275.00
	Mini Wraps Jamon y Queso	RD\$55.00	35.00	RD\$1,925.00
	Croquetas de Pollo	RD\$40.00	35.00	RD\$1,400.00
	PINCHITOS CARPESA	RD\$55.00	35.00	RD\$1,925.00
	CAJITA MARRON	RD\$20.00	35.00	RD\$700.00
	Transporte Llevar	RD\$400.00	1.00	RD\$400.00

Observaciones: Actividad Viernes 21.7.23 - 9AM

Subtotal	RD\$8,625.00
ITBIS (18.00%)	RD\$1,552.50
Total	RD\$10,177.50

ELABORADO POR _____



Factura
Junio 2023

EME Agency
Maluemeagency@gmail.com
Jose Brea Peña No. 70
(829) 546-6258

Cuenta Popular
Maria Lourdes Vásquez
Cédula: 40209809652
No. de Cuenta: 805880432

DESCRIPCIÓN	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Manejo de Redes Dr. Giovanni Vicini	RD\$12,000	01	RD\$12,000
Total			RD\$12,000



Grupo LFA, S.R.L.
MASTER PRINT BELLA VISTA
AV. ROSALDO BETANCOURT NO. 319
809-289-1313

COTIZACIÓN

No.: COT0018206

Fecha: 20/07/2023

1-31-57277-4

Cliente: MARIA JOSE CIMENTADA	INFORMACIÓN
Atención:	Moneda: PESO DOMINICANO
Dirección:	Comisión: 0% Comisión
Ciudad:	Comp. País: DE COSTA RICA
Teléfono: (829) 851-8588	RNC:
Email:	Código: 49522

DETALLE

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Sub-Total	Descuento	Impuesto	Total
03176	IMP BOND 11X17 FIC IMPRESION DE MULTIMEDIA DE BOLETA TAM: 20X7 CM. CANT. 1 UNID. DIVIDIDO EN 10 PAGES DE 100 PAGES - NUMERADO Y PERFORADO DE CORTE FULL COLOR	164	39.83	6,532.20	0.00	1,175.80	7,708.00
SMIC	SERVICIO MICROPERFORADO POR LINEA	334	8.47	2,830.51	0.00	509.49	3,340.00
CORTEG	CORTE GUILLOTINA	21	46.61	978.81	0.00	176.19	1,155.00
ISDN	SERVICIO DE NUMERACION POR MILLAR	1	1,271.19	1,271.19	0.00	228.81	1,500.00
ENC14C	SERVICIO ENCOLADO HASTA 15.5X4.25"	10	84.75	847.46	0.00	152.54	1,000.00

Comentarios:
YESICA M
NOTA: TODOS LOS PRECIOS DADOS EN ESTA COTIZACIÓN ESTAN SUJETOS A CAMBIOS DEBIDO A QUE NO SE HAN SUMINISTRADO LOS
ARTES CORRESPONDIENTES, UNA VEZ SEAN SUMINISTRADOS LOS ARTES, SE DEBERA RECORRAR PARA VALIDACION DE PRECIOS
ACORDE A LOS ARTES.

Cotización válida por 7 días.

Sub-Total:	12,460.17
Descuento:	0.00
Impuesto:	2,242.83
Total:	14,703.00

Autorizado por: _____ Recibido por: _____

Impresión: 20/07/2023 11:19:58 a. m.

Pag: 1/1

ENDISA EVENTS RENTALS & LOGISTICS

COTIZACIÓN

Santo Domingo, DN.
RNC: 1-31-42730-8 / RPE 62177
Tel: 809-804-2416
endisaevents@gmail.com

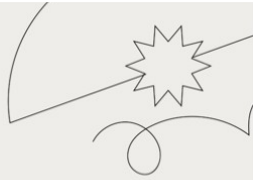


Facturar a	Enviar a	Cotización #	685
Cißen	Cantidad de personas: 20 Fecha: sábado 11 de nov Horario del evento: 10am- 12pm Dirección del evento: cañada tufy Contacto que recibirá el equipo: andrea iglesias 8498736832	Fecha de la cotización	07/11/2023

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
1	Carpa 6x6 + instalación	8,500.00	8,500.00
1	Cuadro en Truss 10x10	9,000.00	9,000.00
1	Transporte, servicio técnico y recogida	4,500.00	4,500.00
	Subtotal		22,000.00
	Ibis 18.0%		3,960.00
	TOTAL		RD\$25,960.00 DOP

Condiciones y forma de pago

- *Cotización válida por 30 días.
- *El Cliente se hace responsable de la seguridad de los equipos durante el desarrollo del evento.
- *En caso de cancelación luego de iniciado el montaje, el cliente se compromete al pago total.
- *Para reservación de fecha solicitada el cliente deberá pagar el 100% del monto cotizado.
- *El servicio de climatización incluye (1) única recarga de hielo para cada equipo, recargas adicionales son



Cotización
Logo

EME Agency

maluemeagency@gmail.com
Jose Brea Peña No. 70
(829) 546-6258

Cuenta Popular

María Lourdes Vásquez
Cédula: 40209809652
No. de Cuenta: 805880432

DESCRIPCIÓN	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Diseño de invitaciones: Reuniones estratégicas UNICEF	RD\$5,000.00	01	RD\$5,000.00
		Total Parcial	RD\$5,000.00
		Total	RD\$5,000.00

Referencias

(n.d.). Retrieved from <https://www.definicionabc.com/social/desechos.php>

(n.d.).

(Unidad Administrativa de Países Caribeños Desarrollo Ambiental y Socialmente Sostenible Región de América Latina y el Caribe. (2004).

ACIS. (2023). Retrieved from <https://acis.do>

Alekhina & Martínez. (2023). Retrieved from

https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/106/documentos/2023/05/estudios-de-mercado/RE_El%20mercado%20de%20residuos%20solidos%20urbanos%20en%20Republica%20Dominicana%202023_rev.pdf

ANJE. (2023). Retrieved from <https://anje.org/sobre-anje/>

CILPEN. (2023).

Consejo Nacional para el Cambio Climático y Mecanismo de Desarrollo Limpio. (2023). Retrieved from <https://cambioclimatico.gob.do>

Decanato de ingenierías e Informática Ingeniería de software. (2020, Junio). Retrieved from

https://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net/tesis/TESIS_CI_ISO_02_2020_ET190337.pdf

Definicion.de. (2023). Retrieved from <https://definicion.de/vertedero/>

Definicion.de. (2023, Noviembre 20). Retrieved from <https://definicion.de/vertedero/>

DefiniciónABC. (2023, Noviembre 20). Retrieved from

<https://www.definicionabc.com/social/desechos.php>

Dominicana, P. d. (2018).

- Ecología Verde*. (2023, Noviembre 20). Retrieved from <https://www.ecologiaverde.com/que-es-el-medio-ambiente-definicion-y-resumen-1674.html>
- Economía 360*. (2023). Retrieved from <https://www.economia360.org/fabricacion/#:~:text=Por%20el%20t%C3%A9rmino%20de%20fabricaci%C3%B3n%20se%20entiende%20la,los%20casos%2C%20posteriormente%20ser%C3%A1%20comercializado%20en%20el%20mercado.>
- Economipedia*. (2023, Noviembre 20). Retrieved from <https://responsabilidadsocial.net/sostenibilidad-que-es-definicion-concepto-tipos-y-ejemplos/>
- Economipedia*. (2023, Noviembre 20). Retrieved from <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html#:~:text=Una%20importaci%C3%B3n%20es%20b%C3%A1sicamente%20todo%20bien%20y%2Fo%20servicio,compra%20a%20otro%20pa%C3%ADs%20%28exportador%29%20para%20su%20utilizaci%C3%B3n.>
- Educalingo*. (2023, Noviembre 20). Retrieved from <https://educalingo.com/es/dic-es/recoleccion>
- EPA. (2023). Retrieved from (<https://espanol.epa.gov/la-energia-y-el-medioambiente/descripcion-general-de-los-gases-de-efecto-invernadero>)
- Habitos del reciclaje y su incidencia en el ciudadano del medio ambiente*. (2013). Retrieved from <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6231/1/FCHE-SEB-1052.pdf>
- Icex España Exportación e Inversiones*. (2023). Retrieved from https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/106/documentos/2023/05/estudios-de-mercado/RE_El%20mercado%20de%20residuos%20sólidos%20urbanos%20en%20República%20Dominicana%202023_rev.pdf
- Ley General de Gestión integral y su reglamento de aplicación*. (2023). Retrieved from <https://lmd.gob.do/transparencia/phocadownload/Planificacion/2022/Publicaciones/LEY%20Y%20REGLAMENTO%20LIGA%20MUNICIPAL%20DIGITAL.pdf>
- Ley No. 120-99*. (1999).
- Ley No. 176-07*. (2007).
- Lifeder*. (2023, Noviembre 20). Retrieved from <https://www.lifeder.com/residuos-sólidos/>
- Martínez. (2023). Retrieved from https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/106/documentos/2023/05/estudios-de-mercado/RE_El%20mercado%20de%20residuos%20sólidos%20urbanos%20en%20República%20Dominicana%202023_rev.pdf
- Martínez. (2023). Retrieved from https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/106/documentos/2023/05/estudios-de-mercado/RE_El%20mercado%20de%20residuos%20sólidos%20urbanos%20en%20República%20Dominicana%202023_rev.pdf
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Santo Domingo*. (2023).
- Propiedades de los Plásticos - Gobierno de Canarias*. (2023). Retrieved from <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/jgoysiv/files/2014/03/3o-ESO-apuntes-de-PLASTICOS.pdf#:~:text=Su%20principal%20caracter%C3%ADstica%20es%20su%20plasticidad%2C%20es%20decir%2C,son%20malos%20conductores%20del%20calor%20y%20del%20fr%C3%ADo.>
- Proyecto de Ley Sobre Manejo de Residuos Sólidos en la República Dominicana*. (2018).
- Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad*. (2023, Noviembre 20). Retrieved from <https://responsabilidadsocial.net/residuos-que-son-definicion-clasificacion-manejo-y-ejemplos/>
- Significado*. (2023, Noviembre 20). Retrieved from <https://www.significados.com/reciclaje/>

Situación actual de Gestión de residuos en República Dominicana. (2018, Noviembre). Retrieved from <https://cambioclimatico.gob.do/phocadownload/Documentos/giz/Wolf,%20Judith%20%20Informe%20Final,%20Estado%20GIRS%20Rep.Dom.%20Nov.%202018.pdf>

Situación actual de Gestión de residuos en República Dominicana. (2023). Retrieved from <https://cambioclimatico.gob.do/phocadownload/Documentos/giz/Wolf,%20Judith%20%20Informe%20Final,%20Estado%20GIRS%20Rep.Dom.%20Nov.%202018.pdf>

Volvamos a la fuente. (2023, Abril 26). Retrieved from <https://blogs.iadb.org/agua/es/tecnologias-inteligentes-de-residuos-solidos-donde-estamos-y-hacia-donde-vamos/>