

ASFALTO ECOLÓGICO PRIMER PASO A LAS CARRETERAS SOSTENIBLES

Presentado por:

JOHAN ESTIBEN GALVIS MARTINEZ – NRC- 7901

MARY LUZ PENAGOS TABORDA – NRC- 7901

Profesor:

VLADIMIR ALVAREZ ROJAS

Asignatura:

OPCIÓN DE GRADOS

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
UNIMINUTO – SECCIONAL BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS NOMBRE
MERCADERO INTERNACIONAL
BELLO, COLOMBIA
2019

Tabla de Contenido

RESUMEN	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN	7
ASFALTO ECOLÓGICO PRIMER PASO A LAS CARRETERAS SOSTENIBLES	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
PREGUNTA GENERAL.....	8
JUSTIFICACIÓN	9
OBJETIVO GENERAL	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
MARCO TEORICO	11
TEORÍA DE LA GLOBALIZACIÓN	11
TEORÍA DE LA DIVISIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO	11
TEORÍA DE LA VENTAJA ABSOLUTA	12
TEORÍA DE LAS NECESIDADES	12
TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	13
MARKETING 3.0	13
TEORÍA DE RESTRICCIONES	14
TEORÍA DE LOS SISTEMAS	14
LA LOGÍSTICA EN SU MARCO REFERENCIAL	14
REDES LOGÍSTICAS	15
TIPO DE INVESTIGACIÓN	15
ALCANCE	15
METODOLOGÍA	16
DIAGNOSTICO	16
DESCRIPCIÓN DEL PAÍS PARA EXPORTAR	16
GEOGRAFÍA.....	16
CULTURA	17
ECONOMÍA	18
POLÍTICA	19
CLIMA.....	19
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	21
<i>Empaque</i>	21
FICHA TÉCNICA	22
INNOVACIÓN	23

<i>Problema</i>	23
<i>Solución</i>	23
<i>Propuesta producto</i>	23
<i>Valor agregado</i>	23
<i>Factores innovadores</i>	23
DEFINICIÓN DEL MERCADO	24
DESCRIPCIÓN DEL MERCADO:.....	24
CLIENTE:.....	24
GEOGRÁFICO:.....	25
DEMOGRÁFICO	25
SOCIOECONÓMICO	26
PSICOGRÁFICOS	26
ENTORNO MACRO – EL MARCO PESTEL	28
POLITICAS:	28
<i>Estabilidad del Gobierno:</i>	28
<i>Política Fiscal:</i>	29
<i>Reglamentación:</i>	29
POLÍTICA DE BIENESTAR SOCIAL:	31
ECONOMICAS:	32
<i>Ciclos Económicos:</i>	32
<i>Tendencias de PIB:</i>	33
<i>Tasas de Interés:</i>	35
<i>Inflación:</i>	36
<i>Tasa de desempleo:</i>	36
SOCIO-CULTURALES	37
<i>Demografía:</i>	37
<i>Distribución de la Renta:</i>	38
<i>Cambios en el estilo de Vida:</i>	38
<i>Consumismo</i>	41
<i>Cambios sociales y tecnológicos</i>	42
<i>Nuevos hábitos de consumo</i>	43
<i>Hábitos de consumo responsable</i>	44
NIVEL DE EDUCACIÓN	45
LEGAL	46
<i>Laboral</i>	46
<i>Legislación sobre la competencia</i>	46
<i>Seguridad de los productos</i>	46
ECOLOGÍA.....	47
<i>Aguas</i>	47
<i>Áreas protegidas</i>	47
<i>Biodiversidad</i>	47
<i>Cambio climático y renovables</i>	48
<i>Consumo de energía</i>	48
TECNOLÓGICO	48

PROPUESTA PLAN DE EXPORTADOR Y POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL.....	49
DOFA	49
DEBILIDADES DEL PRODUCTO	50
FORTALEZAS DEL PRODUCTO	50
AMENAZAS:	51
OPORTUNIDADES:	51
5 FUERZAS DE PORTER.....	53
PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.....	53
PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.....	54
ANÁLISIS DE COMPETIDORES	54
AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES	55
AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	55
MEZCLA DE MERCADEO	56
PRODUCTO	56
PRECIO.....	56
PLAZA	56
PROMOCIÓN	57
ESTRATEGIA Y TÁCTICAS	57
ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN.....	57
<i>Táctica</i>	57
ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO	58
<i>Táctica</i>	58
ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	59
<i>Táctica</i>	59
ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN	59
<i>Táctica</i>	60
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	60
CRONOGRAMA	61
RECURSOS (DISPONIBLES Y NECESARIOS) PRESUPUESTO.....	61
INDICADORES DE SEGUIMIENTO	61
CONCLUSIONES.....	63
RECOMENDACIONES.....	64
LISTA DE REFERENCIAS.....	65

Resumen

Este plan de marketing internacional es principalmente un modelo de exportación de neumáticos granulados como un agregado para asfaltos más ecológicos y resistentes al tiempo, con el objetivo de diseñar un plan de marketing basado en Marketing 3.0, que de alguna manera permita conocer el mercado objetivo en España mirando Madrid como un lugar objetivo para su bajo mantenimiento en carreteras y la necesidad de hacerlo, llevando a cabo una investigación exploratoria con fuentes de segundo nivel como revistas, teorías y trabajos previamente realizados por otras personas de manera deductiva utilizando estrategias de marketing centradas en todos los factores del producto donde se encontraron grandes ventajas de diferenciación y penetración, otorgando un valor diferenciador en el empaque y su nivel de responsabilidad con el medio ambiente, así como matrices para dar un mejor panorama del lugar al que queremos llegar y también del cliente principal que sería Asfaltos Milagros SL.

PALABRAS CLAVES: Marketing 3.0, crowdfunding, receso económico, mezclas bituminosas, hormigón asfáltico

Abstract

This international marketing plan is mainly an export model for granulated tire rubber as an aggregate for more ecological and time-resistant asphalts, aiming to design a marketing plan based on Marketing 3.0, which somehow allows to know the target market in Spain looking at Madrid as an objective place for its low maintenance on roads and the need to do so, conducting an exploratory investigation with second level sources such as magazines, theories and works previously done by other people in a deductive way using marketing strategies focused on everyone the factors of the product where great advantages of differentiation and penetration were found, giving a differentiating value in the packaging and its level of responsibility with the environment as well as matrices to give a better panorama of the place where we want to arrive and also of the main client that would be Asfaltos Milagros SL.

KEYWORDS: Marketing 3.0, crowdfunding, economic recess, bituminous mixtures, Asphaltic concrete

Introducción

España se ha vuelto uno de los países con más problemas en la red vial, debido al alto uso de sus vías como principal medio para transitar, además de un bajo nivel de inversión por parte del estado para la restauración. Siendo el neumático granulado la mejor solución en durabilidad, compactación y reducción de costos en la implementación como agregado a la mezcla asfáltica más ecológica.

El presente proyecto pretende crear estrategias de exportación y mercadeo del neumático granulado en la ciudad de Madrid España con ayuda de análisis económicos, políticos, culturales y demográficos, además de matrices en donde se analice el competidor y aquellas amenazas frente al mercado de los asfaltos y sus derivados en el país a exportar, para así analizar ventajas y desventajas en el mercado objetivo que se quiere penetrar.

Por otra parte, se espera que este proyecto ayude a empresas con este tipo de productos para poder entrar en mercados nuevos con estrategias para la exportación y mercadeo. Además de poner en práctica todo lo aprendido en las clases de Mercadeo Internacional suministradas en Uniminuto seccional Bello.

ASFALTO ECOLÓGICO PRIMER PASO A LAS CARRETERAS SOSTENIBLES

Planteamiento del problema.

Poco conocimiento del mercado objetivo en España para la exportación de neumático granulado en la implementación de asfalto ecológico.

Pregunta general.

¿Diseñar un plan de mercadeo basado en Marketing 3,0 que permita de alguna manera conocer el mercado objetivo en España?

¿Se tiene definido el mercado objetivo para la exportación del neumático granulado?

¿El mercado español es el más apropiado para llegar con el neumático granulado utilizado para mezclas asfálticas?

¿El mercado español ve el producto como algo innovador y amigable con el medio ambiente?

Justificación

La presente investigación se enfocará en estudiar el mercado objetivo en España para implementar la mezcla de asfalto ecológico con neumático granulado. Generando la necesidad a los habitantes como al gobierno y empresas de asfalto, por medio de prácticas en Marketing, además de mostrar beneficios y oportunidades al implementar la pavimentación con asfalto ecológico el cuál es fabricado con neumáticos usados, el polvo de neumático en mezclas bituminosas tiene un mejor comportamiento en las deformaciones provocadas por el paso de vehículos, cambio climático, reduciendo la aparición de grietas y baches aumentando el ciclo de vida de las carreteras. El aprovechamiento de esta técnica tiene grandes oportunidades ya que preserva recursos económicos y ambientales, brindando sostenibilidad vial. (Bermejo, 2016).

La Asociación Española de Carreteras (AEC), denunció el deplorable estado de las carreteras en España, el deterioro afecta la seguridad de los usuarios, según el último estudio realizado por la AEC en el cual evaluaron 3.000 tramos de 100 metros cada uno de la red nacional arrojó una calificación medio deficiente. (Romojaro, 2018).

A demás de la implementación antes mencionada, con la investigación a nivel profesional es de gran importancia ya que se colocarán en práctica los conocimientos de mercadeo adquiridos en la Universidad Minuto de Dios, sede Bello, y para la institución en mención es de relevancia de alguna manera este documento se pueden apoyar estudiantes empresas para su proyecto.

Objetivo General

Diseñar un plan de mercadeo basado en Marketing 3.0, que permita de alguna manera conocer el mercado objetivo en España.

Objetivos específicos

- Identificar las fortalezas y amenazas del mercado objetivo.
- Analizar los métodos más efectivos para alcanzar el mercado objetivo.
- Indagar la normatividad vigente en España.
- Implementar un plan de mercado basado en el Marketing 3.0 enfocado al mercado objetivo

MARCO TEORICO

Teoría de la Globalización

“El sistema de valores, creencias, y el patrón de identidad de los grupos de índole dominante (o hegemónico) y de alternativo (o subordinado) dentro de una sociedad son los elementos más importantes para explicar las características de un país en términos económicos y sociales” (Reyes, s.f.).

La teoría de la globalización potencializa los beneficios económicos y ecológicos para la comercialización del producto propuesto a un país extranjero, dicha teoría combinada con la “teoría de la división del trabajo” fortalece el proyecto en el área de producción y disponibilidad de recursos. A continuación.

Teoría de la División Internacional del Trabajo

“Del traslado del concepto de división del trabajo a la vida de relación entre los Estados nació la teoría de la división internacional del trabajo, que sostiene que los entes políticos cumplen funciones diferentes en el proceso de la producción mundial, de acuerdo con sus distintas condiciones de producción y disponibilidad de recursos. Desde los tiempos de Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill se vislumbró este fenómeno” (Borja, 2019).

La teoría de la división del trabajo unida con la Teoría de la venta absoluta

Teoría de la Ventaja absoluta

Conlleva a un modelo económico- colaborativo, ya que se cuenta con un producto disponible como el neumático granulado en Colombia, el cual tiene una oportunidad de demanda en España.

“Para Adam Smith la importancia de reconocer la escasez de recursos, y sugiriendo, consecuentemente, la necesidad de establecer un sistema de distribución. De este modo de los países tendrían a producir y exportar productos que requieren un recurso abundante localmente, e importarían los que demandan un recurso escaso”. (Hill, 2004).

El estado de las carreteras de un país es de gran influencia en el desarrollo económico y en el bienestar social, por esta afirmación y la necesidad que presentan los usuarios de las carreteras españolas se presenta la oportunidad para el neumático granulado en la mezcla de asfalto ecológico, la afirmación antes mencionada da continuidad a la “Teoría de las necesidades”

Teoría de las necesidades

“Las necesidades pueden buscar satisfacerse a través de tres tipos de comportamientos: el constructivo, donde, además de satisfacerlas las personas que nos rodean, se benefician; el destructivo, donde se consiguen satisfacer las necesidades, pero no todo el mundo se beneficia y el comportamiento fallido, donde no se logran satisfacer las necesidades”. (Universia, 2017).

La Teoría de las necesidades nos ofrece un panorama para lograr una segmentación del mercado objetivo, que se logra a través de analizar las variables ciertamente por medio de la “Teoría del comportamiento del consumidor”.

Teoría del comportamiento del consumidor

“las personas tratan de alcanzar su máximo bienestar a partir del presupuesto que manejan y, por tanto, organizan su riqueza para adquirir un conjunto de bienes que les reporten el mayor grado de satisfacción posible. Dicho de otro modo, los ciudadanos eligen entre la oferta del mercado aquellos productos con los que lograr su nivel óptimo de bienestar dentro de sus posibilidades económicas” (Escuela Europea de Management, 2018).

Un país que posea una buena estructura vial incrementa la accesibilidad los impactos sociales, económicos, en la construcción y mantenimiento de las mismas requiere una gran inversión a veces escasa en el sector, por esta razón se busca implementar estrategias basados en la teoría de “Marketing 3.0”.

Marketing 3.0

“Según Philip Kotler el cliente un ser humano con necesidades, gustos y posibilidades muy específicas. Más que un consumidor, es un ser humano con valores que debe ser tratado como tal, no como un dato más en nuestra lista o nuestra base”.

(Mercadotecnia y Publicidad, s.f.).

El proyecto está enfocado en ofrecer un producto que mejore la calidad de los usuarios viales de España, alcanzando carreteras sostenibles y reducción de costos de inversión, por medio del producto y en el proceso de negociación aplicando la teoría de las restricciones.

Teoría de Restricciones

“Cada actividad requiere de una adecuada coordinación para: optimizar el funcionamiento del proceso de negocios, reducir costos y potenciar un mejor nivel de servicio al cliente”.

(Coexionesan, 2016). Por lo tanto, la “Teoría de los sistemas”

Teoría de los Sistemas

“la empresa se ve como una estructura que se reproduce y se visualiza a través de un sistema de toma de decisiones, tanto individual como colectivamente”. (Gestiopolis, s.f.).

Por consiguiente

La logística en su marco referencial

“La logística determina y coordina en forma óptima el producto, el cliente oportuno, el lugar correcto y el tiempo justo. Es por esto por lo que la logística no es una actividad funcional sino un modelo, un marco referencial, un mecanismo de planificación para reducir la incertidumbre en el futuro prospectiva”. (Muñoz Báez), esta teoría al igual que la

Redes logísticas

“Los objetivos principales de utilizar una red logística se reducen a encontrar una distribución óptima minimizando los costes de almacenaje y transporte. De esto se deduce que existen varios factores a considerar, todos ellos centrados en los costes: los de la distribución propiamente dicha, los de la instalación, funcionamiento y mantenimiento del local, y los del inventario y almacenamiento”. (Logística de Almacenes, 2013).

Las últimas tres teorías que se citan, “Teoría de sistemas, La logística en su marco referencias y Redes logísticas, se integran altamente al momento de estudiar el mercado objetivo, ayudando a potencializar las variables optimización y la gestión logística, encaminada a la satisfacción del cliente.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Alcance

Clientes potenciales para el neumático granulado en Madrid España, y a su vez identificar los posibles competidores directos

El proyecto de investigación será de tipo exploratorio, ya que se enfoca en una temática poco conocida como es el neumático granulado en la mezcla de asfalto ecológico para carreteras sostenibles.

Por lo anterior se debe identificar un problema central, para este tipo de investigación se debe llevar a cabo una investigación basada en literaturas, la cual, por medio de

información de investigaciones previas, libros, artículos nos ayudaran a tener una idea más concreto del tema

METODOLOGÍA

El método para la investigación será deductivo ya que se realizará de lo más general como leyes, principios y teorías a lo más específico.

Diagnostico

Descripción del país para exportar

España es uno de los destinos principales de expatriados de Europa del Sur. Cada año, da la bienvenida a miles de expatriados de europea y de otros países. Con más de 504.030 km² de extensión, está bordeado por el mar Mediterráneo, Francia, Andorra y Portugal. La capital de España es Madrid y sus ciudades más grandes son Barcelona, Valencia y Sevilla.

Geografía

A principios de 2017, la población de España ascendía a alrededor de 46 millones de habitantes, incluido un gran número de expatriados de todo el mundo desde finales de los años ochenta. Madrid sigue siendo la ciudad española más grande e importante con una población de 3,2 millones, lo que la convierte en la tercera ciudad más grande de la UE

después de Londres y Berlín. Su área metropolitana asciende a unos 6,4 millones de habitantes y sigue creciendo año tras año.



Ilustración 1 Mapa de España

Cultura

La bandera española muestra rojo y amarillo, que inicialmente eran colores de Castilla y León, así como los de las regiones de Navarra y Aragón. El escudo de la bandera también representa las cuatro regiones, ahora llamadas Aragón, Valencia, Islas Baleares y Cataluña, mientras que el símbolo de Granada aparece en la base.

La Marcha Real es uno de los himnos nacionales más antiguos de toda Europa. Sin embargo, no tiene letra oficial, a pesar de la disposición de muchos patriotas. Esto se puede explicar por la falta de adhesión popular y uniformidad con respecto a los diferentes idiomas que se hablan en España. Si bien el español o el castellano es el idioma oficial, muchos otros idiomas regionales, como el catalán, el vasco, el gallego e incluso el asturiano, el leonés y el aragonés, son reconocidos en el país. Varios dialectos informales también se hablan en diferentes regiones. Por ejemplo, el extremeño se habla en Extremadura mientras que el cántabro se habla en Cantabria y Asturias y el portugués se habla en Olivenza, entre otros.

Economía

España es la sexta potencia económica de la Unión Europea, ocupa el decimocuarto puesto en la economía mundial. Tras varios años de recesión, la economía comenzó a estabilizarse en 2015 y la Comisión Europea estima ahora una tasa de crecimiento del PIB del 2,3% para 2017. El crecimiento del PIB español fue de 1.252 millones de euros en 2016.

Desde principios de la década de 1990, la economía de España se basa en varios sectores: industria, ingeniería de precisión, electrónica, farmacéutica, petróleo, gas, uranio, energía, minerales metálicos, etc. El sector secundario y el turismo, la construcción naval, la industria automotriz y la aeronáutica son otros importantes pilares económicos. De hecho, estos son los principales generadores de empleo del país.

Durante la crisis, España experimentó tasas de desempleo muy altas, especialmente entre los jóvenes. Esto ha ido mejorando gradualmente desde 2014 y para fines de 2016, la tasa de desempleo se mantuvo en 18.5%. El mercado de trabajo sigue siendo difícil, sin embargo, se observa una mejora continua.

Tenga en cuenta que España es miembro de la Unión Europea, Organización de las Naciones Unidas, Organización Mundial del Comercio, Organización del Tratado del Atlántico Norte, entre otros.

Política

España es una monarquía constitucional de partidos múltiples encabezada por el Rey Felipe VI que ha estado gobernando desde 2014. También es el jefe de gobierno, jefe de estado y presidente del Gobierno. El poder ejecutivo está en manos del gobierno mientras que el poder legislativo está en manos del Parlamento español. El parlamento español es bicameral y consiste en un congreso de diputados y un senado. En cuanto a la judicatura, es un sistema independiente.

Clima

El clima de España se divide en tres zonas: clima mediterráneo, clima semiárido y clima oceánico.

El clima mediterráneo es dominante en la Península Ibérica y se caracteriza por temperaturas altas y secas en verano e inviernos suaves y húmedos. El clima semiárido predomina en las regiones del sureste con temperaturas secas, incluso después del verano.

En cuanto al clima oceánico, prevalece principalmente en las regiones de la costa atlántica norte como Galicia o el País Vasco. En las regiones montañosas, sin embargo, las temperaturas son bastante húmedas. España tiene muy poca lluvia durante todo el año. Por lo tanto, la escasez de agua debido a la sequía es bastante común.

Descripción del Producto

Caucho Pulverizado o granulado es el resultado final en el proceso de reciclaje de neumáticos por medio de reducción de tamaño. En esta etapa, el caucho es granulado hasta pulverizarse mientras se elimina prácticamente todo el acero y fibra de textil.

El caucho pulverizado tiene numerosos usos secundarios como son los productos moldeados por inyección, recubrimientos, materiales para techos y diversas aplicaciones de asfalto. Este producto es de consistencia suave parecida a la harina, siendo de color negro principalmente, aunque se puede agregar color según el tipo de uso.

El caucho pulverizado se considera de 400 – 74 micras (0.400 – .074 mm) en tamaño. Este material fino tiene la ventaja de ser incorporado en formulaciones nuevas o existentes para diversos polímeros y productos terminados.

Empaque

El empaque del caucho granulado es en lonas con peso pase de 30 kg a 80 kg ya que la presión y abultamiento genera grumos en el producto, además de ser empaques que no se mojen para no cambiar las propiedades del producto. (RENECAL, s.f.)

Ficha Técnica

Ficha técnica del caucho granulado	
DESCRIPCIÓN	Gránulos y polvo de caucho vulcanizado procedente de la trituration mecánica en atmosfera ambiental de Neumáticos fuera de uso.
COMPOSICION	<ul style="list-style-type: none"> • Caucho vulcanizado • Materiales ferromagnéticos
CAMPOS DE APLICACION	<ul style="list-style-type: none"> • Relleno de campos de hierba artificial de nueva generación. • Bases elásticas para pavimentos deportivos y de seguridad. • Productos moldeados • Asfaltos modificados. • Mezclas con caucho. • Mezclas con plásticos. • Pinturas.
PROPIEDADES FISICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Forma-----Sólidos en forma de granulados y polvo. • Color-----Negro. • Olor-----Caucho. • Densidad (gr/cm3)-----0,40 - 0,50 • Peso específico -----1,15 – 1,27 • Humedad (%) -----< 0,75 • Punto de combustión (°C) -----300 - 450
PROPIEDADES QUIMICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Extracto cetónico (%)----- 5,00 – 22,00 • Contenido en cenizas (%) -----7,00 – 11,00 • Contenido en polímeros NR/SR (%)-----70/30 – 60/40 • Contenido de negro de humo (%) -----26,00 – 38,00 • Contenido de caucho natural (%)----- 10,00 – 35,00 • Contenido en hidrocarburo de caucho (%)--- 57,00 - 58,00 • Azufre (%) ----- 1,0 – 7,00 • pH (25°C)-----8,12 – 8,20 • Solubilidad-----Insoluble en agua, parcialmente soluble en acetona.
TRANSPORTE	No peligroso según Rn 3320 (2) GGVS. ADR (94/55/CE)
MANIPULACION	No son necesarias precauciones especiales
ALMACENAMIENTO	En lugar seco, protegido de la lluvia y el sol
EFFECTOS SOBRE LA SALUD HUMANA Y EL MEDIO AMBIENTE	De acuerdo con los R.D. 952/97 y R.D. 363/95, Orden MMA/304/2002 y en función de los resultados analíticos derivados de la muestra ensayada de gránulos y de polvo de caucho de neumáticos reciclados se considera: No explosiva, No comburente, No irritante, No tóxica oralmente, No tóxica por contacto dérmico, No cancerígena, No mutagénica, No susceptible de emitir gases tóxicos, No tóxica para el medio ambiente.
PRESENTACION	Dimensiones 1.000 x 1.000 x 1.000 mm / 1,00 m3-----600 kg. Dimensiones 1.000 x 1.000 x 1.700 mm / 1,70 m3-----900 kg. Dimensiones 1.000 x 1.000 x 2.000 mm / 2,00 m3 -----1.200 kg

Innovación

Problema

Poco conocimiento del mercado objetivo

Solución

Aplicar marketing 3.0.

Propuesta producto

Caucho granulado para las mezclas asfálticas ecológicas con mayor durabilidad y más económico, promesa del producto carreteras más seguras y autosostenibles.

Valor agregado

Neumático granulado + Polímeros Termoplásticos

Factores innovadores

Empaque más ecológico y amigable con el medio ambiente, además de cierre para poder volver a utilizarlo.

Definición del Mercado

Descripción del mercado:

Medianas y grandes empresas, cuyo objeto económico es la producción de mezcla de Asfalto para los proyectos viales requeridos en Madrid España, comprometidas con el medio ambiente, a la innovación que le apuesten a productos diferenciadores con alta calidad y precios razonables.

Cliente:

Asfaltos Milagros SL

Asfaltos Milagros es una empresa especialista en pavimentos deportivos, industriales y urbanos con más de 20 años de experiencia en el sector del asfalto, constituida el 25/09/2003.

Geográfico:

Asfaltos Milagros SL, es una empresa española, ubicada en el domicilio, Callejón del Prado, 5. Localidad Estremera, Madrid España



Ilustración 2 mapa de ubicación Google maps

Demográfico

Asfaltos Milagros SL, se dedica a la realización de todo tipo de construcciones y reformas de edificios, de obras públicas, impermeabilizaciones de inmuebles, y asfaltado de vías bien sean públicas o privadas. (Asfaltos Milagros SL, s.f.)

En el ranking Sectorial ocupa la posición 220 en el sector de la Construcción de carreteras y autopistas de 448 empresas dedicadas a la misma actividad económica.

(elEconomista.es, s.f.)

Socioeconómico

Asfaltos Milagros SL, tiene un tamaño por empleados de "Entre 11 y 50", la cual hace parte de empresa pequeña. La cual se dedica a la construcción de carreteras, está clasificada dentro de la lista de actividades económicas CNAE 2009 como:

4211: Construcción de carreteras y autopistas

421: Construcción de carreteras y vías férreas, puentes y túneles

42: Ingeniería civil

SIC: 1611 AUTOPISTAS, CARRETERAS, CALZADAS Y PISTAS

Forma Jurídica: Sociedad limitada.

La empresa tiene un tamaño por empleados de "Entre 11 y 50". De entre los balances disponibles, el último se depositó en registro mercantil en 2017. Las ventas aportadas en el balance son de: "Entre 1,5 y 3 millones €", con una facturación es de 1.000.001 € - 2.500.000 €, capital social de 3.500 € - 10.000€. (Universia, s.f.).

La empresa no es exportadora ni importadora

Psicográficos



Ilustración 3 Pirámide de Maslow para una empresa

De acuerdo con la pirámide de Maslow para empresas, y los datos investigados la empresa Asfaltos Milagros SL, necesita en el momento seguridad (Beneficio económico) ya que en el último reporte ha obtenido la posición 83.308 del Ranking Nacional de Empresas según ventas, empeorando en 907 posiciones respecto al año 2016.

En el Ranking de Madrid según ventas, la empresa Asfaltos Milagros SI en 2017 ha conseguido la posición 15.799, empeorando en 528 posiciones respecto al año 2016.

Asfaltos Milagros SL ha obtenido en 2017 la posición 220 en el Ranking de Empresas del Sector Construcción de carreteras y autopistas según ventas, empeorando en 1 posiciones respecto al año 2016. (elEconomista.es, s.f.)

Con la implementación del neumático en grano la empresa tiene la oportunidad de ofrecer mucha más durabilidad del asfalto y una relación mucho más favorable entre el coste y el rendimiento en comparación con el asfalto convencional, adicional se implementará el marketing 3.0, lineado a ofrecer carreteras seguras y autosostenibles.

ENTORNO MACRO – EL MARCO PESTEL**POLITICAS:****Estabilidad del Gobierno:**

Tras el referéndum catalán de 2017 para lograr la independencia de España, en la que los secesionistas obtuvieron la mayoría, y la posterior reacción del gobierno central, el año 2018 también se caracterizó por la incertidumbre política en España. De hecho, en junio, el ex primer ministro Mariano Rajoy (conservador) perdió un voto de confianza y fue reemplazado por el líder opositor Pedro Sánchez del Partido Socialista de los Trabajadores. Al mismo tiempo, los movimientos nacionalistas y populistas han ido ganando impulso, como lo demuestra la victoria en las elecciones regionales en Andalucía del partido antiinmigración de derecha, Vox.

Forma de gobierno Reino. Monarquía constitucional basada en una democracia parlamentaria.

El poder está muy descentralizado; las comunidades autónomas disponen de un alto nivel de autonomía legislativa, ejecutiva y fiscal (el País Vasco y Navarra tienen sus propios impuestos).

(Portal Santander Trade, 2019)

Es cierto que en el entorno europeo la situación no es muy diferente. Y que, como en España, la inestabilidad política provoca desconfianza entre los inversores e incertidumbre en los empresarios, que desembocan en la consiguiente ralentización económica.

(SUSANA VERA / REUTERS, 2019)

Política Fiscal:

El déficit hasta abril de 2019 se sitúa en el 0,6% del PIB, empeorando en una décima el observado en el mismo periodo del año anterior

Los ingresos públicos continuaron moderando su dinamismo en el primer cuatrimestre, pero algo menos de lo previsto a principios de año, mientras que el gasto público mantuvo la dinámica ligeramente expansiva tal y como se esperaba

En un escenario sin cambios en la política fiscal, el déficit se reduciría hasta el 2,2% del PIB en 2019 y el 1,9% en 2020, apoyado en la recuperación cíclica

La deuda pública se reducirá en más de un punto porcentual en promedio por año. Acelerar este ritmo de descenso requerirá medidas adicionales de ajuste o reformas que incrementen la capacidad de crecimiento (BBVA, 2019)

Reglamentación:

Ley de Cooperación Internacional para el Desarrollo

- Ley 23/1998, de 7 de julio, de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

- Ley 28/2006, de 18 de julio, de Agencias estatales para la mejora de los servicios públicos.
- Real Decreto 1403/2007, de 26 de octubre, por el que se aprueba el Estatuto de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

La Sociedad Civil y la Cooperación Internacional para el Desarrollo

Ley 45/2015, de 14 de octubre, de Voluntariado

Cooperantes

Orden AEC/163/2007, de 25 de enero, por la que se desarrolla el Real Decreto 519/2006, de 28 de abril, por el que se establece el Estatuto de los Cooperantes

Estatuto de los Cooperantes

ONGD

CALIFICACIÓN DE LAS ONGD - Texto consolidado de la Resolución por la que se establece el procedimiento para la obtención, revisión y revocación de la calificación de las ONGD

Registro de ONGD

Reglamento de Registro de Organizaciones no Gubernamentales de Desarrollo adscrito a la AECID. (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y colaboración, s.f.)

Directiva del Consejo 1999/31/CE

Ley de Residuos de 10/98

Real Decreto de 1619 / 2005 del 30 de diciembre

Política de Bienestar Social:

El Estado del Bienestar incluye aquellas intervenciones públicas encaminadas a mejorar el Bienestar y calidad de vida de la ciudadanía, las cuales pueden agruparse en cuatro grandes categorías; las transferencias sociales (entre las cuales las pensiones es el capítulo más importante); los servicios del Estado del Bienestar (entre los cuales los más importantes son sanidad y educación y servicios de ayuda a la familia); las intervenciones normativas para proteger la higiene y seguridad del trabajador y del consumidor, así como del ambiente; y las intervenciones para estimular y garantizar la creación de buen empleo, bien a través de ofrecer el contexto adecuado para la creación de tal empleo por parte del sector privado o la propia financiación y/o provisión de empleo por parte del sector público, cuando la iniciativa privada no es suficiente para alcanzar el pleno empleo. Éstas son las dimensiones más importantes del Estado del Bienestar que, como el lector puede ver, incluyen los aspectos más importantes de la vida cotidiana de la ciudadanía que determinan la calidad de vida de la población.

La primera característica que define el Estado del Bienestar español es su escaso desarrollo. Tanto si se utilizan indicadores como el porcentaje del PIB en gasto social (20,2% del PIB), como se mira el porcentaje de la población adulta que trabaja en los servicios del Estado del bienestar, como sanidad, educación y servicios de ayuda a la familia (5,6%), los números son mucho más bajos que los promedios de la UE (que son 28% del PIB de gasto social y 10% de la población adulta que trabaja en aquellos servicios). Este escaso desarrollo de la protección social es uno de los problemas mayores existentes en España, del cual el establishment español no es consciente, lo cual dificulta enormemente su resolución. Existe la opinión generalizada de que "España va bien", mensaje reproducido acríticamente por gran mayoría de medios de información y persuasión, que obstaculiza en gran manera la movilización necesaria para cubrir los enormes déficits de la protección social en España. (Navarro)

ECONOMICAS:

Ciclos Económicos:

La economía española ha entrado en una nueva fase del ciclo económico. Las señales de agotamiento de la fase expansiva se suceden y el mejor indicador es la confianza empresarial. Este será uno de los mejores termómetros en los próximos trimestres para conocer la profundidad de la desaceleración que se cierne sobre la economía, y las señales que está enviando no son halagüeñas.

La industria también está atravesando un mal momento como consecuencia de las políticas proteccionistas y el agotamiento de la demanda. El optimismo de los dos últimos años se ha borrado y el saldo de expectativas es ya el peor desde 2016. Este dato del INE corrobora la encuesta del PMI que elabora mensualmente IHS Markit, que ya adelantó unos pobres resultados del cierre del año.

El PMI manufacturero mostró en diciembre su peor dato desde agosto de 2016, mostrando debilidad tanto en la cartera de pedidos como en la previsión de contrataciones. “La tendencia a la baja se vio agravada por el aumento de la inestabilidad económica y política, especialmente en relación con los aranceles mundiales”, explica Paul Smith, director de IHS Markit. Según el INE, la producción industrial sufrió en noviembre la mayor caída interanual de toda la recuperación. En concreto, España produjo un 2,8% menos que en el mismo mes del año anterior. No solo eso, todos los sectores de bienes están en rojo, algo que no ocurría desde el año 2013. Casos como el cierre de Alcoa o la salida de Vestas de León ejemplifican el momento delicado que vive el sector.

(G. Jorrin, 2019)

Tendencias de PIB:

La agricultura contribuye a alrededor del 2,6% del PIB español y emplea al 4% de la fuerza laboral (Banco Mundial, 2017). El país alberga a casi un millón de empresas agrícolas y ganaderas, que cubren 30 millones de hectáreas de tierra. España es el mayor productor mundial de aceite de oliva y el tercer productor mundial de vino. El país es también uno de los mayores productores de naranjas y frutillas del mundo. Los principales

cultivos son trigo, remolacha azucarera, cebada, tomates, aceitunas, cítricos, uvas y corcho. La ganadería también es importante, especialmente para los cerdos y el ganado.

El sector industrial representa el 21,6% del PIB y da empleo al 19,3% de la fuerza laboral. La manufactura es la industria más importante, ya que representa alrededor del 82% de la producción total. Está dominado por textiles, procesamiento industrial de alimentos, hierro y acero, máquinas navales e ingeniería. Los nuevos sectores, como la subcontratación de la producción de componentes electrónicos, la tecnología de la información y las telecomunicaciones ofrecen un alto potencial de crecimiento.

El sector terciario contribuye al 66,4% del PIB y emplea a más del 76,6% de la población activa. El sector turístico es fundamental para la economía del país, ya que es la principal fuente de ingresos de España, ya que es el segundo destino turístico más popular del mundo (aproximadamente 82 millones de turistas cada año). El sector bancario también es importante y está compuesto por doce grupos bancarios que incluyen 59 bancos privados, 2 bancos de ahorro y 63 bancos cooperativos. (Portal Santander Trade, 2019)

El PIB sube un 0,5% en España en el segundo trimestre

El producto interior bruto de España en el segundo trimestre de 2019 ha crecido un 0,5% respecto al trimestre anterior. Esta tasa es 2 décimas menor que la del primer trimestre de 2019, cuando fue del 0,7%.

La variación interanual del PIB ha sido del 2,3%, 1 décima menor que la del primer trimestre de 2019, cuando fue del 2,4%.

La cifra del PIB en el segundo trimestre de 2019 fue de 311.139 millones de euros, con lo que España se situaba como la economía número 12 en el ranking de PIB trimestral de los 50 países que publicamos.

España tiene un PIB Per cápita trimestral de 6.629€ euros, 185 euros mayor que el del mismo trimestre del año anterior, que fue de 6.444 euros.

Si ordenamos los países que publicamos en función de su PIB percápita trimestral, España se encuentra en el puesto 23 de los 50 países de los que publicamos este dato.

(Datosmacro.com, 2019)

Crecimiento del PIB español (% anual) desde 2008 hasta 2017

Años	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Crecimiento del PIB (% anual)	1,1%	-3,6%	0,0%	-1,0%	-2,9%	-1,7%	1,4%	3,4%	3,3%	3,0%	2,6%

Fuente: Elaboración Eurydice España-REDIE (CNIIE, MEFP) a partir de la Contabilidad Nacional de España (INE).

(European Commission, s.f.)

Tasas de Interés:

España ha experimentado una recuperación económica equilibrada durante los últimos cuatro años. En 2018, la economía creció a una tasa estimada del 2,7% (FMI), principalmente debido a un sector de construcción activo y al aumento del gasto público.

Sin embargo, un menor consumo de los hogares y una caída en las inversiones comerciales, junto con problemas estructurales como un presupuesto nacional desequilibrado, un alto déficit fiscal y deuda pública, dificultaron la tasa de crecimiento (que fue la más lenta desde 2014). El FMI prevé una nueva desaceleración para la economía española en 2019 y 2020 (en 2,2% y 1,9%, respectivamente), en medio de la incertidumbre política, un posible aumento de la presión fiscal, un crecimiento mundial más débil y el nuevo aumento del proteccionismo. (Portal Santander Trade, 2019)

Inflación:

La inflación se situó en el 1,8% en 2018 (FMI), aunque según la Oficina Española de Estadística fue menor (1,2%, debido principalmente a una caída en los precios del combustible). (Portal Santander Trade, 2019)

Tasa de desempleo:

La tasa de desempleo en España ha disminuido, pero sigue siendo muy alta, con un 15,6% (con previsiones de una nueva reducción en 2019 y 2020, un 14,7% y un 14,3% - FMI). Otro problema que enfrenta el mercado laboral español es el bajo nivel de población activa en comparación con la fuerza laboral potencial, lo que denota que muchas personas abandonaron la búsqueda de un empleo. Además, España sigue siendo un país con fuertes desigualdades: según los datos de la Oficina de Estadística de España, el 21,6% de la población vive por debajo del umbral de la pobreza (establecido en 8.500 euros por año), y

los gastos sociales en el presupuesto público solo representan aproximadamente 17% del PIB, comparado con un promedio de la UE del 20% (Eurostat). (Portal Santander Trade, 2019)

SOCIO-CULTURALES

Demografía:

- Capital: Madrid
- Población: 46.934.632
- Superficie: 505.935 km²
- Moneda: Euros
- Religión: Mayoritariamente cristianismo

Pertenece a: CoE, Zona Euro, EEE, FMI, OTAN, OCDE, ONU, OSCE, UE

España, situada en el sur de Europa, tiene una superficie de 505.935 Km².

España, con una población de 46.934.632 personas, se encuentra en la posición 30 de la tabla de población, compuesta por 196 países y presenta una moderada densidad de población, 93 habitantes por Km².

Su capital es Madrid y su moneda Euros.

España es la economía número 14 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2018 fue de 1.173.303 millones de euros, con una deuda del 97,6% del PIB. Su deuda per cápita es de 24.999€ euros por habitante.

La última tasa de variación anual del IPC publicada en España es de septiembre de 2019 y fue del 0,1%. (datosmacro.com, s.f.)

Distribución de la Renta:

En España hay 150 vecindarios con rentas medias superiores a 29.000 euros y otros 150 que no llegan a 3.000. Entre unos y otros, están las más de 35.000 secciones censales (áreas donde residen unos 1.500 vecinos) del territorio nacional. El Instituto Nacional de Estadística (INE). (Borja Andrino, Grasso, & Llaneras, 2019)

Cambios en el estilo de Vida:

El estilo de vida de los consumidores en España ha cambiado mucho, primero ellos tuvieron que enfrentar la guerra civil y eso transformo su estilo de vida, ahora la crisis económica, pero es de valorar que todo esto ha llevado al país a ser una gran potencia mundial y todo gracias a los cambios que han producido cada uno de sus ciudadanos. (1001MEDIOS, 2016)

La preocupación por la salud crece día a día y como todos, el 74% de los españoles manifiestan su interés por lograr una dieta sana, no obstante, no todos los hábitos los acercan a sus objetivos y para saber en qué están errando, es conveniente conocer un poco más los hábitos de vida.

Baby boomers

Cada generación tiene sus propias señas de identidad tanto a la hora de pensar, de actuar con los demás, de utilizar la tecnología, o de trabajar. También perciben rentas diferentes por lo que su poder adquisitivo varía.

Cronológicamente, los baby boomer son aquellas personas que nacieron después de la II Guerra Mundial y llegan hasta mediados de la década de los sesenta del pasado siglo XX.

Para ellos, lo primordial era tener trabajo, unos ingresos recurrentes, que les permitieran vivir a largo plazo.

Esfuerzo y compromiso podrían considerarse su razón de ser. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), ganan casi un 50% más que los que tienen entre 25 y 34 años.

Parte de sus gastos se destinan a conservar el bienestar y la salud aunque tampoco dejan de lado a sus padres ni a sus hijos que, aunque se hayan emancipado, pueden tener problemas derivados de la crisis. Y los nietos. Para ellos siempre tienen un detalle.

Ocio, viajes, cosmética, planes de cara a la jubilación, ropa, gafas... forman parte de sus gastos habituales.

Millenials

La llegada de los millennials, o generación Y (que abarca a aquellas personas nacidas a partir de 1980 hasta mediados de la década siguiente) ha supuesto un antes y un después respecto a los hábitos de consumo.

Sus deseos son otros en lo que respecta al consumo. La tecnología es su ‘razón de ser’.

Es una generación plenamente digital, que está hiperconectada y que rezuma altos valores sociales y éticos. Y eso se traduce en que su dinero lo gastan en otros productos y actividades.

Varios ejemplos: según Nielsen, consumen contenido en streaming. Otro informe, en este caso de IAB, dice que el teléfono móvil, las redes sociales y el vídeo online, forman parte de su día a día. Herramientas que utilizan para conseguir lo que quieren.

Eso no quiere decir que dejen de lado otras actividades o actitudes que podríamos denominar como tradicionales, ya que también son partidarios de los productos relacionados con la salud, y practican deporte. Viajar también está entre sus preferencias, solos o en compañía.

Esa hiperconectividad también los lleva a ser usuarios de banca online, y entre sus herramientas están las aplicaciones de estas entidades financieras (tradicionales o fintech).

Si encuentran algo diferenciador, lo adquieren. No quieren ser uno más ‘en la cadena de producción». De ahí que opten por productos personalizados.

Tanta información, tanto conocimiento en sus manos, puede conllevar que apuesten por lo mejor, a ser posible, vía online.

Generación Z

Tras los millennials, llega la generación Z o centennials.

Nacidos a finales del pasado siglo XX, se caracteriza por haber venido al mundo en un entorno hipertecnológico. Y se mueven como pez en el agua entre el mundo online y el offline.

Como crecieron a la sombra de internet, todavía están a las puertas del mercado laboral, por lo que su capacidad de compra es inferior a la de los millennials.

Eso sí, tiene una alta capacidad de resiliencia, y se adaptan a las mil maravillas al entorno en el que se mueven. (Observatoria Cetelem, 2018)

Consumismo

Hábitos de consumo de los españoles,

El mayor desembolso por parte de los consumidores españoles está en la realización de reformas y en el ocio, informes de consumo elaborados por El Observatorio Cetelem.

En este último apartado, es el sector de viajes es que muestra un mejor comportamiento. En concreto, ha crecido un 5% respecto al año anterior.

Esta es una de las principales conclusiones del Observatorio Cetelem Consumo España 2018.

Bajo el título ‘El nuevo consumidor español’, también destaca que todos los mercados analizados, excepto en muebles, electrodomésticos y cocinas, se ha producido un descenso en el número de compradores. (Observatoria Cetelem, 2018)

Cambios sociales y tecnológicos

“Durante muchos años se ha hablado de la tecnología y la revolución digital como algo que era una tendencia, pero ahora es algo real que se ha implantado de manera total en los hábitos y comportamientos de compra de los españoles”

Como muestra, un botón: el gasto medio de los españoles en los dispositivos móviles se ha situado en 401 euros, es decir, que ha aumentado un 33% en comparación con 2017.

Respecto a otros productos, en cocina gastan 769 euros, en muebles 530 euros, y en electrodomésticos, 498 euros de medias, según el Observatorio Cetelem.

Cada vez más, vía online, aunque es la gran superficie especializada la que sigue en cabeza. Otra curiosidad es que mientras que en los comercios de barrio se valora más la cercanía, las grandes cadenas de distribución compiten en precios.

La compra en grandes superficies y cadenas de distribución muestra un aumento.

Sin embargo, los consumidores se mantienen reticentes a comprar productos alimenticios por medios online.

Pero hay excepciones: moda es una de ellas. Ya supone un 33% aquellos que compran solamente vía internet o utilizan de forma indistinta este canal y el físico.

(Observatoria Cetelem, 2018)

Nuevos hábitos de consumo

Según el Observatorio Cetelem, un estudio que se ha llevado a cabo con un sondeo a 2.200 personas, el número de consumidores que dice haber comprado productos en el mercado de segunda mano sigue descendiendo por segundo año consecutivo.

También es significativo que un poco más de la mitad de los ciudadanos confía en la financiación como alternativa de pago a la hora de adquirir un bien o un servicio.

Cuando echamos mano de ella, suele ser cuando necesitamos reformas del hogar, algún servicio relacionado con la salud, o para las compras de los muebles de cocina.

El 20% de los encuestados dice que, a la hora de comprar, tiene en cuenta siempre, o casi siempre, la sostenibilidad y/o la ecología. A la par que sube este porcentaje, se frena el número de usuarios que nunca o casi nunca lo han hecho.

La televisión sigue siendo el canal preferido de los españoles para estar informados acerca de lo que consumen, seguido cada vez más de cerca por internet. Ahí las redes sociales están jugando un papel que con el paso del tiempo se incrementa.

Dato relevante si tenemos en cuenta que, con la llegada de las redes sociales, de vez en cuando nos encontramos con desmentidos debido a la aparición de una información que acaba siendo falsa.

El último caso más reciente es el de la mayonesa de Mercadona. Un tuit levantó una alarma que resultó ser falsa. Así, con unas pocas líneas, se puede influir en la decisión de compra de miles de personas.

Porque uno de cada tres consumidores puede llegar a modificar sus pautas de consumo atendiendo a la información aparecida en los medios de comunicación, sobre todo si es negativa. (Observatoria Cetelem, 2018)

Hábitos de consumo responsable

Tres son las ‘erres’ que conducen a un consumo más responsable: reducir, reutilizar y reciclar.

Se trata de rebajar la cantidad de residuos que produce cada persona, de dar una segunda oportunidad a los objetos que utilizamos para darles una segunda vida, y si no es así, reciclarlos para que sirvan de nuevo.

Por ejemplo, para disminuir los residuos, se antoja como primordial el hecho de no adquirir productos que sean de usar y tirar. Es algo que solemos hacer cuando organizamos una barbacoa, valga el caso.

Lo más cómodo es comprar platos, vasos, tenedores, cucharas y cuchillos de plástico que acaban en la bolsa de la basura. Si en vez de esto, usamos vasos de cristal, o cubiertos que se pueden lavar y volver a utilizar, no generaremos tantos residuos.

Ahora que hay que pagar las bolsas de plástico, lo mejor no es no gastarse unos céntimos en ellas, sino ir con una bolsa de tela, o darles la mayor utilidad posible, acudiendo con ellas al establecimiento de ocasiones anteriores. De esta manera, también se ahorran unos céntimos que al cabo del año pueden servirnos para adquirir otros antojos.

En las estanterías hay multitud de productos que no están envasados y que podemos adquirir al peso. Si no compramos fruta, valga el caso, que ya viene envuelta en bandejas blancas, evitamos tener que tirar posteriormente ese envase a la basura. (Observatoria Cetelem, 2018)

Nivel de Educación

La Ley Orgánica de Educación de 2006 introdujo la última reforma del sistema educativo español, hoy vigente. Con ella se establecen la Educación Infantil, la Educación Primaria, la Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y la Educación Secundaria Postobligatoria como enseñanzas no universitarias. El Bachillerato, los Ciclos Formativos de Grado Medio y de Grado Superior y las enseñanzas de régimen especial como las artes plásticas y el diseño forman parte de la Educación Secundaria Postobligatoria. (Educa Web, s.f.)

La educación en España está regulada por el Ministerio de Educación, pero los gobiernos regionales son los encargados de gestionar y financiar los centros educativos en su territorio. Ambas administraciones se guían por los principios de calidad, cooperación, equidad, libertad de enseñanza, mérito, igualdad de oportunidades, no discriminación, eficiencia en la asignación de recursos públicos, transparencia y rendición de cuentas. (Universa, s.f.)

Legal

Laboral

El Estatuto de los Trabajadores, en su tenor enmendado por la ley núm. 11/1994, de 19 de mayo, formado por 60 artículos en donde habla sobre la parte laboral en España.

(Organización Internacional del Trabajo, s.f.)

Legislación sobre la competencia

En España, la ley 15/2007 del 3 de Julio, es la ley vigente. En ella se establecen, entre otros asuntos, las conductas prohibidas, el procedimiento de control de operaciones de concentración y el esquema institucional de aplicación de la Ley.

La Ley 3/2013, del 4 de junio por su parte, establece la estructura de la Comisión Nacional de Mercados y Competencia (CNMC), que es la agencia de competencia española. (economipedia, s.f.)

Seguridad de los productos

La Comisión técnica para la seguridad de los productos, directamente adscrita al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, es el órgano técnico de asesoramiento y estudio creado para el correcto ejercicio de las competencias de la Administración General del Estado en materia de seguridad de productos.

La composición y funciones de esta Comisión aparecen reguladas en el Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre seguridad general de los productos. (Gobierno de España, s.f.)

Ecología

Aguas

- Ley 41/2010, de 29 de diciembre
- Real Decreto 1514/2009, de 2 de octubre
- Real Decreto Legislativo 1/2001, de 20 de julio
- Real Decreto 258/1989, de 10 de marzo
- Ley 22/1988, de 28 de julio,

Áreas protegidas

- Orden ARM/2444/2008, de 12 de agosto
- Real Decreto 1421/2006, de 1 de diciembre
- Real Decreto 1803/1999, de 26 noviembre
- Real Decreto 439/1990, de 30 de marzo

Biodiversidad

- Ley 42/2007, de 13 de diciembre

Cambio climático y renovables

- Orden ITC/3366/2010, de 29 de diciembre
- Ley 13/2010, de 5 de julio
- Ley 40/2010, de 29 de diciembre

Consumo de energía

A nivel de la Unión Europea, los registros y mediciones apuntan a una situación aún peor que la España. En el conjunto de países de la UE, el balance de recursos naturales entró en números rojos el pasado 10 de mayo, con un claro desequilibrio respecto de otras zonas del mundo: cerca del 20% de la biocapacidad del planeta se consume dentro de los límites de la UE, mientras que en la región apenas se concentra un 7% de la población total del planeta. (CTXT, 2019)

Tecnológico

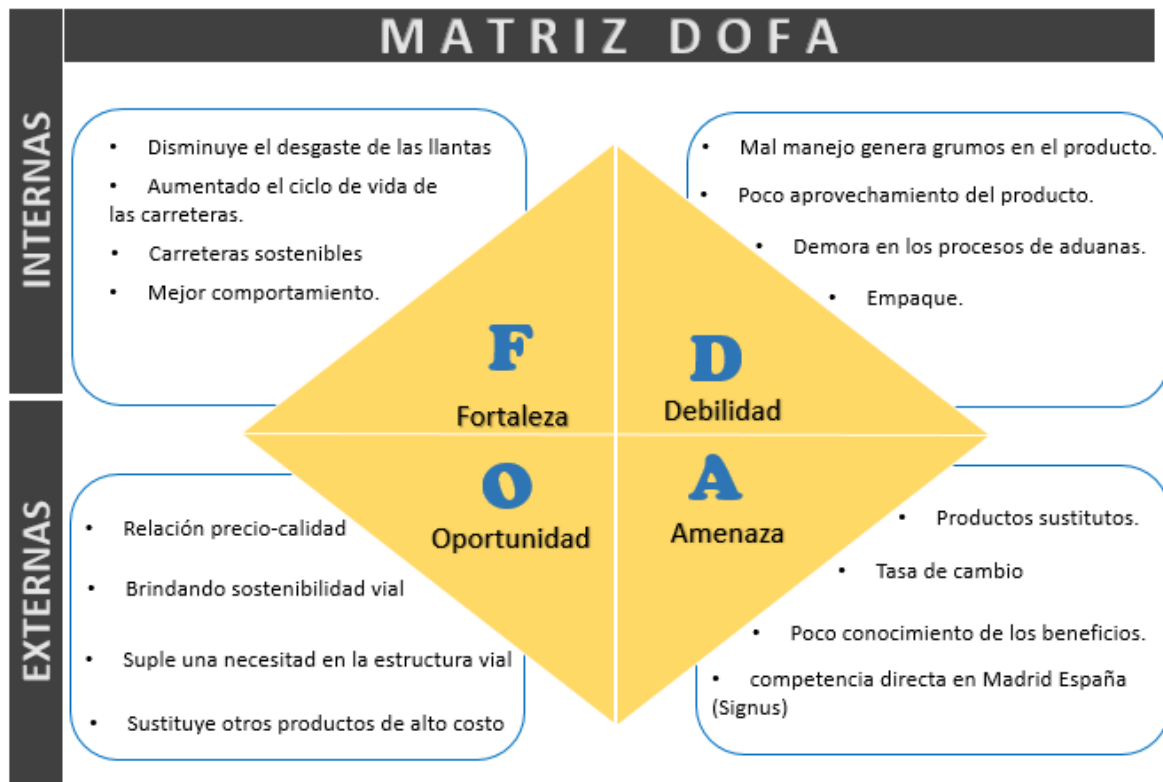
El gasto en Investigación y Desarrollo en España en 2017 equivalió al 1,2 % de su PIB, poco más de la mitad del 2,07 % que se destinó de media en la Unión Europea (UE). La cantidad ha aumentado desde 13.342 millones de euros en 2007 hasta 14.052 millones en 2017. (el diario, 2019)

En la actualidad, tal y como contabiliza la Fundación Cotec, a fecha de 2016, existen en España 15.648 empresas con actividad innovadora: “En España, el segmento de empresas con menos de 250 empleados ejecuta el 46,3% de la I+D empresarial española”. (itcl, 2018)

PROPUESTA PLAN DE EXPORTADOR Y POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL

Para que el producto tenga éxito en Madrid España se deben trazar un plan de marketing, primero adaptar el producto a un empaque ecológico que preserve las propiedades del contenido, se realizará una prueba piloto en una zona de Madrid más afectada en su red vial, para logran demostrar la promesa del producto, a continuación, encontraran información que facilitaran la actividad de exportación y posicionamiento del producto.

DOFA



DEBILIDADES DEL PRODUCTO

- Producto con poco aprovechamiento en la aplicación de asfalto ecológico.
- Presión y abultamiento genera grumos en el producto
- Empaques que no se mojen para evitar alteraciones en las propiedades del producto.
- Genera un gasto mayor de energía al utilizarlo.
- Demora en los procesos de aduanas.

FORTALEZAS DEL PRODUCTO

- El neumático granulado en mezclas bituminosas tiene un mejor comportamiento reduce la aparición de grietas y baches aumentando el ciclo de vida de las carreteras.
- Sus propiedades mejoran el asfalto causando un menor ruido con el rozamiento de los vehículos.
- Carreteras sostenibles, mayor duración del pavimento por su alta resistencia a los cambios climáticos.
- Disminuye el desgaste de las llantas, beneficiando a los usuarios de las carreteras.

AMENAZAS:

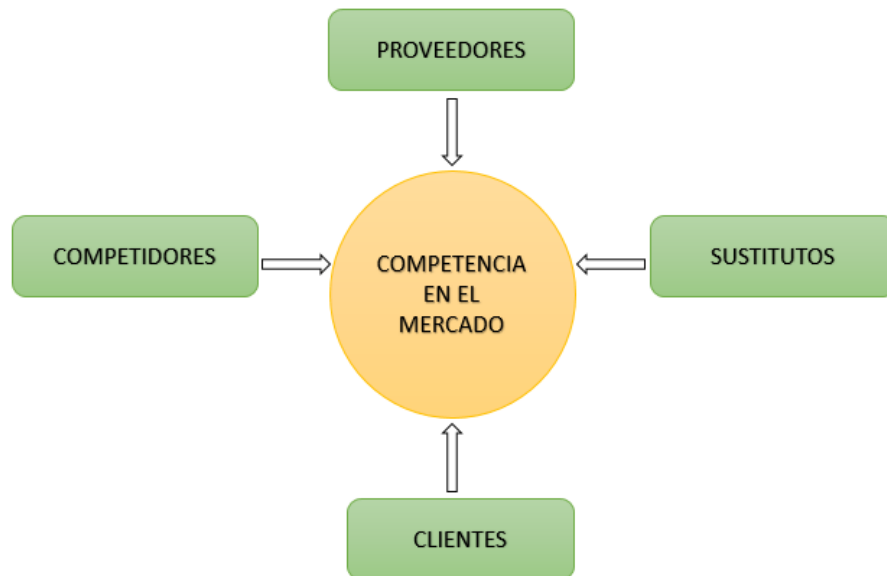
- Que solo sea un producto implementado en rellenos de pistas deportivas, aislantes acústicos, céspedes sintéticos y no se aproveche el alto beneficio del neumático granulado en asfalto ecológico.
- Productos sustitutos.
- Nuevos competidores nacionales e internacionales
- La competencia directa en Madrid España (Signus), sin ánimo de lucro, creada para regular las llantas en desuso ayuda a la normatividad.
- Tasa de cambio.

OPORTUNIDADES:

- Sustituye otros productos de alto costo.
- El mercado prefiere hoy en día productos que ayuden al planeta.
- Implementarse rápidamente en el mercado de asfaltos por su relación beneficio-costos.
- Preserva recursos económicos y ambientales, brindando sostenibilidad vial.
- Se contribuye a disminuir la contaminación ambiental por neumáticos en desuso
- Las empresas que se dedican al procesamiento de neumáticos en desuso son un número limitado.

- Mercado objetivo en una ciudad que presenta problemas estructurales en su red vial.

5 fuerzas de Porter



Poder de negociación con los proveedores

El poder de negociación con proveedores es alto ya que este producto no tiene mucha fuerza de comercialización en Colombia y tiene gran oportunidad de demanda en otros países por sus propiedades en asfaltos ecológicos que brindan carreteras más seguras y autosostenibles, entre los proveedores potenciales para el proyecto se pueden mencionar a Automundial S.A ubicada en Sabaneta Antioquia, principalmente por su extracción de cintas por parte de las llantas que vas a reencauchar, talleres de cambio de llantas en donde las desechen y el principal operador logístico CIAMSA <https://www.ciamsa.com/es/unidades-de-negocio/ciamsa-operador-logistico/>

Poder de negociación con los clientes

El poder de negociación de los compradores es alta, el producto que se ofrece tiene grandes beneficios a parte de ofrecer un compromiso con el medio ambiente tiene una excelente relación calidad - precio, el neumático granulado es un productos más enfocado a productores de mezclas asfálticas en la ciudad de Madrid España y por la segmentación antes realizada se seleccionó a empresas medianas y en este caso a Asfaltos Milagros SL, empresa especialista en pavimentos deportivos, industriales y urbanos con más de 20 años de experiencia en el sector del asfalto, constituida el 25/09/2003.

Análisis de Competidores

VARIABLE DE COMPARACIÓN	Producto Propio	Mundo Limpio	Grupo Gercons	Grupo Renova	Signus
UBICACIÓN	Medellin Antioquia	Via Rionegro Antioquia	Suba Colombia	Bogotá Colombia	Madrid España
PRECIOS DÓLAR	0.3594	S.I	S.I	S.I	Sin animo de lucro
TLC	Si	Si	Si	Si	Si
OFERTAS	No	No	No	No	No
VENTAJAS	En proceso	Tegnologia de Punta, alta capacidad de producción	Tegnologia de Punta, alta capacidad de producción	Tegnologia de Punta, alta capacidad de producción	Tegnologia de Punta, alta capacidad de producción
CALIDAD	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	Internet	Internet , Avisos en Ferreterias		Internet, congresos de ingenieria civil y contrucción	Internet
REDES SOCIALES	Si	Si	Si		Si

Amenaza de nuevos competidores

En los nuevos competidores podemos encontrar a empresas colombianas como Procopal S.A y Pavimentar en donde su razón social es la construcción de carreteras, además de la producción de materia para el proceso utilizando llanta pulverizada. Aunque aún no exportan a otros países, pueden comenzar a abrirse a esos nuevos mercados.

También se puede encontrar como nuevo competidor a Cauchos Especiales Malaca que es una empresa especializada en este tipo de producto, aunque su mercado es más a la fabricación de elementos que contienen caucho, estos pueden también incursionar a la venta de esta materia prima para usos asfálticos.

El competidor directo en Madrid España es SIGNUS, es una entidad sin ánimo de lucro que se encarga de recolectar todos los neumáticos en desuso de España, mecanismo que surgió para ayudar a cumplir a los productores de llantas con el decreto 1619/2005. Ellos cuentan con una cadena de reciclaje de neumáticos, aunque más enfocados en reciclar este material como barreras de protección de circuitos, suelos de seguridad para parques infantiles, relleno de césped artificial, aplicaciones ornamentales entre otros.

Amenazas de productos sustitutos

- Mezcla de hormigón asfáltico en caliente
- Hormigón asfáltico templado
- Hormigón asfáltico frío

- Hormigón asfáltico cut-back
- Hormigón asfáltico mástico

Mezcla de mercadeo

Producto

Neumático granulado es un agregado para la mezcla asfáltica utilizada en carreteras de alto como bajo flujo vehicular. Este producto es fabricado a base de caucho pulverizado, utilizado de llantas en desuso y que van para desechos municipales, el producto tiene un alto grado de combinación con los demás materiales utilizados en la mezcla asfáltica, además de dar una mayor resistencia y durabilidad a las carreteras

Precio

El precio del producto varía según la cantidad requerida por el comprador desea, pero para la base es de \$1,200 COP y 0.3594 USD por kilo del material listo para el uso.

Plaza

El producto maneja una cadena logística que comienza en la ciudad de Medellín hasta Madrid, España por medio del operador logístico CIAMSA, una empresa encargada de todo medio de transporte para grandes cantidades, garantizando canal directo con el cliente Asfaltos Milagros SL, sin intervención de otros intermediarios.

Promoción

Para dar a conocer el producto en el mercado español y principalmente en Madrid es necesario generar una necesidad por medio de Marketing online, publicidad que los enlace a la página web que debe estar bien elaborada donde encontrarán información de los beneficios del producto y como ayuda al medio ambiente.

Estrategia y tácticas

Estrategia de penetración

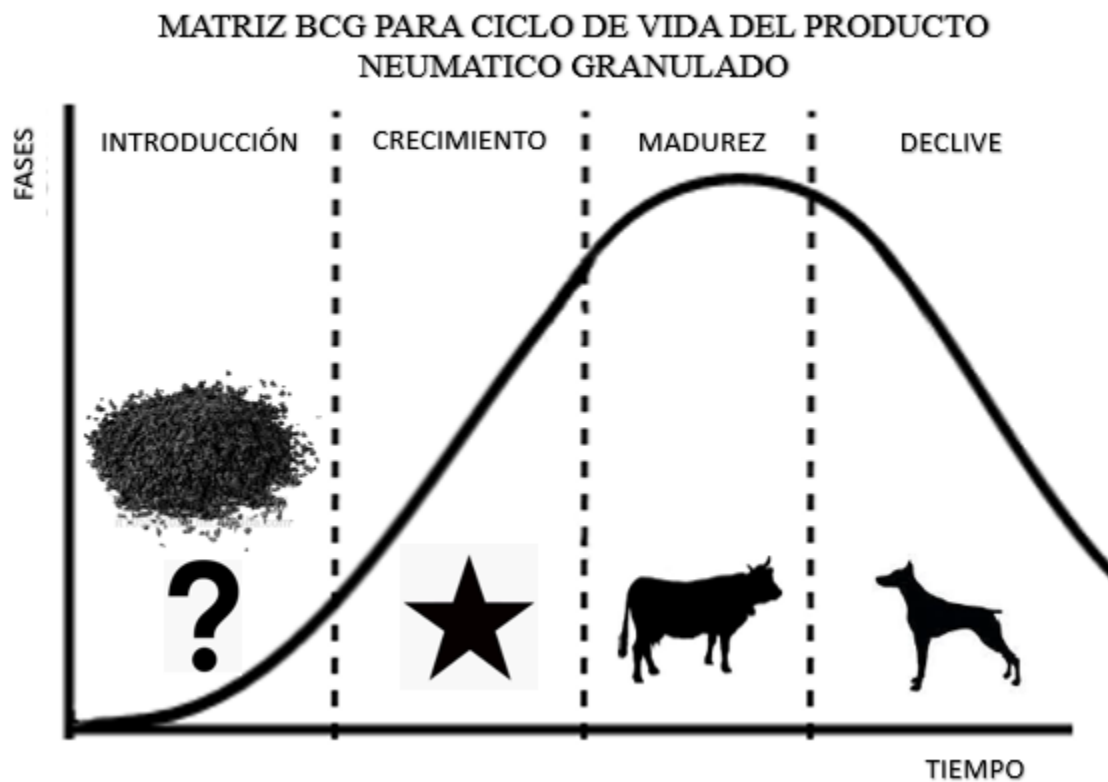
Dar a conocer el producto en el mercado español, como solución eficaz y práctica en la reconstrucción de sus carreteras en mal estado, brindando una ayuda más ecológica y de larga duración.

Táctica

- Precios bajos por compra de altas cantidades
- Conocer el precio de la competencia
- Generar crowdfunding con los mismos habitantes de Madrid para la realización de los proyectos.

Estrategia de crecimiento

Para incursionar y competir en este nuevo mercado y llevar un producto exitoso se debe concentrar en la calidad, relación de precios y servicio, añadir valor social y emocional, mejorar la seguridad y confort, brindar asesoría constante. La Matriz BCG está enfocada en el ciclo de vida útil del producto.



Tácita

- Añadir nuevas características al producto.
- Generar productos más potentes

- Estableces un programa de control de calidad
- Implementar el marketing 3.0.

Estrategia competitiva

Ofrecer al cliente acompañamiento y servicio permanente, suministrar la información necesaria para que el producto tenga éxito en el país seleccionado.

Tácita

- Página Web bien construida donde solo el cliente inscrito tenga acceso a toda la información requerida para ofrecer el producto en proyectos de pavimentación en Madrid España.
- Pago de publicidad en redes sociales con enlace a la página Web oficial.
- Video conferencias y contacto permanente vía Skype.

Estrategia de diferenciación

Mostrar al cliente la relación calidad - precio del producto, los beneficios medioambientales que tiene al utilizarlos, además de alargar el proceso de durabilidad de las carreteras.

Táctica

- Hacer seguimientos de la forma en que usan el producto
- Realizar un proceso de logística inversa en los empaques de producto generando descuentos al cliente.
- Utilizar materiales 100% reciclables en el empaque
- Un empaque más duradero
- Demostrar la durabilidad de las carreteras por medio de análisis físicos.

Estrategia de comunicación

Implementar publicidad Online, pautar en redes sociales en donde se llegue más a la persona que necesita la buena infraestructura, dando una cadena de necesidad al cliente.

- Identificar zonas donde las carreteras estén en peores condiciones.
- Hacer bumper en videos de redes sociales
- Hacer campañas de acompañamiento a los clientes incentivando los productos más amigables con el medio ambiente.

CRONOGRAMA

Nombre del proyecto **NEUMATICO GRANULADO**
 RESPONSABLE 1 **Gerente del proyecto**
 RESPONSABLE 2 **Profesional en Negocios**
 RESPONSABLE 3 **Ingeniero Sistemas**
 RESPONSABLE 4 **Profesional en Mercadeo**
 Fecha de inicio 10-oct
 Fecha final 17-nov

Tareas	Responsable	Fecha de inicio	Fecha final	Días	Estado	10/10	10/11	10/12	10/13
Definir producto	Gerente del proyecto	10/10	10/12	2	Completado				
Definir País exportar	Gerente del proyecto	10/13	10/14	1	Completado				
Análisis del mercado	Profesional en Mercadeo	14-oct	21-oct	7	Completado				
Definir problema a solicitar	Profesional en Mercadeo	13-oct	14-oct	1	Completado				
Investigación de Mercado	Profesional en Mercadeo	15-oct	18-oct	3	Completado				
Identificar recursos necesarios	Gerente del proyecto	18-oct	16-nov	29	Sin empezar				
Acceder a investigaciones disponibles	Profesional en Mercadeo	15-oct	21-oct	6	Completado				
Análisis de competencia	Profesional en Mercadeo	22-oct	29-oct	7	En proceso				
Revisar estrategias	Profesional en Mercadeo	30-oct	04-nov	5	Completado				
Evaluar rentabilidad	Gerente del proyecto	05-nov	08-nov	3	Sin empezar				
Contratar proveedores	Gerente del proyecto	04-nov	16-nov	12	Sin empezar				
Contratar agente aduanero	Gerente del proyecto	10-nov	16-nov	6	Sin empezar				
Análisis del mercado	Profesional en Mercadeo	31-oct	04-nov	4	Completado				
Contrucción pagina Web	Ingeniero Sistemas	04-nov	16-nov	12	Sin empezar				
Contratación de personal administrativo	Gerente del proyecto	04-nov	16-nov	12	Sin empezar				
Lanzamiento		17-nov	17-nov						

RECURSOS (Disponibles y necesarios) Presupuesto

Para llevar a cabo se requieren recursos monetarios, recursos humanos, tecnológicos, recursos físicos

Indicadores de seguimiento

- Indicadores de logros
- Indicadores de impacto
- Indicadores de procesos

- Indicadores de recursos
- Indicador de calidad y satisfacción
- Indicador margen de beneficios

Conclusiones

El producto para exportar, se debe estimar mucho esfuerzo de promoción en la fase de penetración al mercado, ya que este producto es conocido en otras líneas de negocio como césped sintético, suelos de seguridad para parques infantiles, zuela para zapatos, barreras de protección entre otros.

Para que el producto sea exitoso en la implementación de asfalto ecológico, se debe brindar capacitación a las empresas asfaltadoras en cuanto a los procesos de mezclas y almacenamiento de neumático sintético.

Para evaluar el éxito del proyecto se debe analizar detalladamente las variables que puedan afectar el ingreso de neumático granulado a Madrid España, adquirir pleno conocimiento del Real Decreto 1619/2005, estar autorizados previamente por el órgano ambiental competente de la comunidad autónoma, según lo previsto en el artículo 13 de la Ley 10 /1998, de 21 de abril.

Madrid España es un excelente destino para exportar productos por su privilegiada geografía, es la entrada a Europa, posee una excelente red de infraestructuras que permiten el acceso al transporte aéreo, marítimo y terrestre. Pese a que ha pasado por varios recesos económicos durante los últimos años presenta una recuperación económica.

El producto debe llegar a pequeñas y medianas empresas donde sus proyectos no sean de gran tamaño por motivos de un fácil y rápido aprovisionamiento, ya que iniciando no se daría una producción tan grande que pudiese suplir otro tamaño de empresa.

Recomendaciones

Es recomendable buscar otro país de Europa con las mismas necesidades, en Madrid España está conformada SIGNUS entidad sin ánimo de lucro creada como iniciativa de los productores e importadores de neumáticos con la finalidad de dar cumplimiento con las obligaciones del manejo de neumáticos en desuso Decreto 1619/2005, en la actualidad gestionan los neumáticos fuera de uso como barreras de altura para olas, en barreras de protección en pistas de circuitos, suelos de seguridad par parques infantiles.

Lista de Referencias

- 1001MEDIOS. (22 de Junio de 2016). *1001MEDIOS*. Obtenido de 1001MEDIOS:
<http://1001medios.es/estilos-vida-los-consumidores-espana/>
- Asfaltos Milagros SL. (s.f.). *Asfaltos Milagros SL*. Obtenido de Asfaltos Milagros SL:
https://www.asfaltosmilagros.net/servicios?fbclid=IwAR1FLw-Jqtgm_HfS2i7qXhLLC8Q-Xd-wE0UOwml9zhtYXFSLQwtflIVaII8
- ASFALVÍAS. (s.f.). *Asfaltados y Pavimentos ASFALVIAS, S.L.* Obtenido de Asfaltados y Pavimentos ASFALVIAS, S.L.: <https://www.asfalvias.com/>
- BBVA. (2019). *Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A.* Obtenido de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A.: <https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/espana-la-incertidumbre-domina-la-politica-fiscal-del-bienio-2019-20-2/>
- Borja Andrino, Grasso, D., & Llaneras, K. (13 de Septiembre de 2019). *El Pais*. Obtenido de El Pais:
https://elpais.com/economia/2019/09/11/actualidad/1568217626_928704.html
- Borja, R. (29 de Noviembre de 2019). *Enciclopedia de la Política*. Obtenido de División Internacional del Trabajo:
http://www.encyclopediadelapolitica.org/division_internacional_del_trabajo/
- Coexionesan. (20 de Octubre de 2016). *Coexionesan*. Obtenido de La relación entre la Logística y la Teoría de Restricción (TOC): <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/la-relacion-entre-la-logistica-y-la-teoria-de-restricciones-toc/>
- CTXT. (2019). España consume casi tres veces más recursos naturales que los que marca el límite de sostenibilidad. *Contexto*.
- Datosmacro.com. (2019). *Expansión DatosMacro*. Obtenido de Expansión DatosMacro:
<https://datosmacro.expansion.com/pib/espana>
- datosmacro.com. (s.f.). *Expansión / Datosmacro.com*. Obtenido de Expansión / Datosmacro.com:
<https://datosmacro.expansion.com/paises/espana>
- economipedia. (s.f.). *Ley de competencia*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/ley-de-competencia.html>

Educa Web. (s.f.). *Educa Web*. Obtenido de Educa Web:

<https://www.educaweb.com/contenidos/educativos/sistema-educativo/conoce-cuales-son-niveles-educativos-espana/>

el diario. (2019). En España se gasta la mitad en investigación y desarrollo que en la UE. *el diario*.

elEconomista.es. (s.f.). *elEconomista.es Ranking de Empresas*. Obtenido de elEconomista.es
Ranking de Empresas: <https://ranking-empresas.eleconomista.es/ASFALTOS-MILAGROS.html>

Escuela Europea de Management. (08 de Febrero de 2018). Obtenido de Teoría del
comportamiento del consumidor: conceptos básicos:
<http://www.escuelamanagement.eu/gestion-estrategica/teoria-del-comportamiento-del-consumidor-conceptos-basicos>

European Commission. (s.f.). *European Commission*. Obtenido de European Commission:
https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/political-and-economic-situation-79_es

G. Jorin, J. (17 de 01 de 2019). *El Confidencial*. Obtenido de El Confidencial:
https://www.elconfidencial.com/economia/2019-01-17/cambio-ciclo-economia-optimismo-empresas-desaparece-confianza_1763426/

Gestiopolis. (s.f.). *Gestiopolis*. Obtenido de Teoría de los Sistemas:
<https://www.gestiopolis.com/teoria-de-sistemas/>

Gobierno de España. (s.f.). *Comisión Técnica de Seguridad de Productos*. Obtenido de
http://www.aecosan.mssi.gob.es/AECOSAN/web/consumo/detalle/comision_seguridad_productos.htm

Gottau, G. (s.f.). *Vitónica*. Obtenido de Vitónica: <https://www.vitonica.com/prevencion/los-habitos-de-vida-de-los-espanoles>

Hill, M. (2004). *Global Business Today*. México.

itcl. (4 de junio de 2018). *¿Cuál es la situación de la innovación en España?* Obtenido de
<https://itcl.es/blog/innovacion-en-espana/>

Logística de Almacenes. (18 de Mayo de 2013). *Logística de almacenes*. Obtenido de Redes
Logísticas: <http://logisticreference.blogspot.com/2013/05/redes-logisticas.html>

Mercadotecnia y Publicidad. (s.f.). *Mercadotecnia y Publicidad*. Obtenido de ¿QUÉ ES EL
MARKETING 3.0 Y POR QUÉ IMPORTA?: <https://www.improa.com/que-es-el-marketing-3-0-y-por-que-importa/>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y colaboración. (s.f.). *Gobierno de España*.

Obtenido de Gobierno de España:

<http://www.aecid.es/ES/Paginas/La%20AECID/Normativa/Sociedad-Civil.aspx>

Muñoz Báez, A. R. (s.f.). *Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido de DISEÑO DE RED

LOGISTICA INTERNACIONAL PARA EL ENVIO DIRECTO DE:

https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11022/Articulo_Alba%20Mu%C3%B1oz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Navarro, V. (s.f.). *El Estado del bienestar en España*. Obtenido de El Estado del bienestar en

España: <http://www.ub.edu/ciudadania/hipertexto/bienestar/textos/espana.htm>

Observatoria Cetelem. (11 de Octubre de 2018). *Observatoria Cetelem*. Obtenido de Observatoria

Cetelem: <https://elobservatoriocetelem.es/habitos-de-consumo-de-los-espanoles/>

Organización Internacional del Trabajo. (s.f.). *natlex*. Obtenido de

<http://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/WEBTEXT/37817/64929/S94ESP01.htm>

Portal Santander Trade. (Abril de 2019). *Santander Trade Markets*. Obtenido de Santander Trade

Markets: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/espana/politica-y-economia>

RENECAL. (s.f.). *RENECAL*. Obtenido de RENECAL empresa de reciclado de neumáticos:

<http://renecal.com/productos/caucho>

Reyes, G. (s.f.). *Zona Económica*. Obtenido de Teoría de la Globalización:

<https://www.zonaeconomica.com/teoria-globalizacion>

SUSANA VERA / REUTERS. (03 de Agosto de 2019). *ElMundo*. Obtenido de ElMundo:

<https://www.elmundo.es/opinion/2019/08/03/5d44691221efa0ef0b8b4573.html>

Universa. (s.f.). *Universa*. Obtenido de Universa: [https://www.universia.net.co/estudiar-](https://www.universia.net.co/estudiar-extranjero/espana/sistema-educativo/estructura-sistema-educativo/2892)

[estructura-sistema-educativo/2892](https://www.universia.net.co/estudiar-extranjero/espana/sistema-educativo/estructura-sistema-educativo/2892)

Universia. (07 de septiembre de 2017). Obtenido de Universia:

<https://noticias.universia.net.mx/educacion/noticia/2017/09/07/1155577/teoria-necesidades-humanas-abraham-maslow.html>

Universia. (s.f.). *aniversia actualidad Universitaria*. Obtenido de aniversia actualidad Universitaria:

<https://guiaempresas.universia.es/ASFALTOS-MILAGROS.html>