PLAN DE MANEJO AMBIENTAL PRODUCTIVO Y COMERCIAL CPS 643-25

A. datos de la Organización o Unidad productiva (Razón social):

_____

1. Tipo: Servicio ____ Artesanal ____ Agrícola ____ Pecuario _____ Transformación de productos _____ Cultural_____Deportivo_____

   otro _____ cual?

2. Sector de actividad:

   _____

3. Principales productos o servicios que ofrecerá:

   _____

4. CIIU. :_____
5. Dirección: _____
6. Ciudad:Bogotá - Localidad de Sumapaz
7. Teléfono Nº: _____
8. Email: _____
9. Redes sociales:

   _____

   _____

B. Situación de la Organización o Unidad Productiva:

Nueva _____ Existente _____

1. **Datos del emprendedor**

   Socio Principal o Socio 1

Nombre y apellido		CC	
Lugar de nacimiento		Fecha de nacimiento	
Dirección			
Ciudad		País	
Teléfonos			
E.mail			
Redes sociales			
Formación			

Experiencia	

Socio 2

Nombre y apellido		CC	
Lugar de nacimiento		Fecha de nacimiento	
Dirección			
Ciudad		País	
Teléfonos			
E.mail			
Redes sociales			
Formación			
Experiencia			

Socio 3

Nombre y apellido		CC	
Lugar de nacimiento		Fecha de nacimiento	
Dirección			
Ciudad		País	
Teléfonos			
E.mail			
Redes sociales			
Formación			
Experiencia			

2. NEGOCIO

2.1. Definición del Negocio

Para definir el concepto de negocio

- ¿De qué negocio se trata?

- ¿Qué ofrece principalmente?

- ¿A quiénes está dirigida la oferta?

- ¿Dónde desarrolla sus operaciones?

- ¿Y qué diferencial ofrece?

2.2. La Misión

2.3. La Visión

2.4. Los Valores

2.5 Análisis FODA del Nuevo Negocio

FORTALEZAS (+) (factores internos) .	**DEBILIDADES (-) (factores internos)**
OPORTUNIDADES (+) (factores externos)	**AMENAZAS (-) (factores externos)**

2.6 Objetivos Estratégicos

Área de gestión Objetivos estratégicos	
Comercial	
Operativo	
Personal	
Legal	
Financiero	

3. GESTIÓN DE MARKETING

- ★ **Análisis mercado objetivo**

Nº	Segmento	Perfil del Segmento
1	Trabajo en equipo	
2	Redes sociales y medios	
3	Contabilidad y facturación	
4	Alianzas comerciales	

★ **Análisis Competitivo**

CONCEPTO	Competidor A	Competidor B	Competidor C	Mi unidad de negocio
Tráfico de clientes				
Precios				
Reputación				
Calidad en la atención				
Ubicación				
Política de venta				
Garantías				
Disponibilidad del producto				
Imagen				
Promociones				
Aplicación TIC				

3.1. Mercado Proveedor

Escala de evaluación Malo 1- 2- 3 -4 -5 Excelente

Criterios	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
1- Precios			
2- Financiación			
3- Plazos			
4- Descuentos			
5- Disponibilidad			
6- Variedad			
7- Calidad			
8- Rapidez			
9- Garantías			
10 - Servicios			
11- Reputación			
12- Responsabilidad			
Puntaje Total			

3.2. Proyección de Ventas

Se diligencia la siguiente información en donde se plantea cuántas unidades se comercializarán por mes.

MES	1	2	3	4	5	6	TOTAL
Online (Unidades Vendidas)							
Ferias (Unidades Vendidas)							
Ventas Online (COP)							
Ingresos Ferias (COP)							
TOTAL INGRESOS (COP)							

3.3. Estrategia del Marketing

★ **Estrategia de Producto**

Nº	Productos o Servicios	Características
1		
2		
3		
4		
5		

★ **Estrategia de Precios**

Descuentos	
Compras al por mayor:	
Clientes frecuentes:	
Membresía	
Promociones en ferias:	

★ **Estructura de Precio**

Producto	Costo de Compra (COP)	Descuento (COP)	Impuesto (COP)	Comisión de Venta (COP)	Margen Deseado (COP)	Precio de Venta Final (COP)

★ **Estrategia de Distribución**

Defina con una breve descripción de la estrategia de distribución a utilizar.
Venta Directa (Fabricante a Usuario Final) Venta a través de Alianzas Comerciales Distribución por Servicios de Logística

★ **Estrategia de Comunicación**

Componentes	Elementos	Necesidad (✔)
Papelería		
Publicidad		

Promociones		
WEB Page		
Relaciones Públicas		
Redes Sociales		

★ **Análisis sobre estrategia de comunicación.**

Objetivo

Canales Principales:

- **Redes Sociales:**
- **Publicidad Digital:**
- **Marketing de Contenidos y SEO:**
- **Email Marketing y WhatsApp:**

Relaciones Públicas:

Material Publicitario:

- **Evaluación:**.

- **Meta:**

4. GESTIÓN OPERATIVA

Nº	Productos o Servicios	Unidad	Cantidad al Mes
1			
2			
3			
4			
5			

Esta proyección se basa en la combinación de ventas en ferias y el canal online.

4.1. Recursos Materiales

Nº	Recursos Materiales	Detalles	Cantidad	Unidad
1				
2				
3				
4				

★ **Incremento en la producción trimestral (1º Año)**

Producción (unidades)	1º Trim.	2º Trim.	3º Trim.	4º Trim.
Unidades				

★ **Incremento en la producción anual**

Producción (unidades)	Año 1	Año 2
Unidades		

★ **Capacidad de producción**

Describir brevemente la tecnología a utilizar y las principales características de los equipamientos que se debe adquirir para atender los objetivos de producción.
.

4.2. Activos Fijos

No.	Activo Fijo	Características Técnicas	Cantidad
1			
2			
3			
4			
5			

4.3. Proceso de Producción o Ciclo del Servicio

Identificar los procesos operacionales más importantes del negocio e incluir en un flujograma de procesos, indicando los internos y los que serán subcontratados.

Procesos Internos	Procesos claves
Selección de Proveedores	.
Gestión de Inventario	
Empaque y Envío	
Procesos Subcontratados	

Logística y Envíos	
Marketing Digital	.
Asesoría Legal y Contable	

4.4. Flujograma de Procesos

	No.	Descripción de la Actividad	Interno (X) / Subcontratado (O)
	1	Compra y recepción de materia prima	
	2	Empaque y distribución	
	3	Toma de pedidos y atención al cliente	
	4	Rotulación de productos	
	5	Entrega del producto final al operario logístico	
	6	Participación en ferias y eventos de la localidad	
	7	Constancia en redes sociales y publicidad digital	

Referencia	
	Operaciones
	Transporte
	Control
	Demora

	Archivo o Almacenamiento

4.5. Distribución de la Infraestructura

Elemento	Ubicación / Descripción

4.6. Localización

Ubicación de Operaciones:

Tipo de Operación	Ubicación
Tienda en Línea	
Stand en Ferias	

4.7. Buenas Prácticas Laborales

Se establecerán normas y conductas enfocadas en garantizar la salud ocupacional, seguridad interna, responsabilidad social y el buen ambiente laboral:

- Salud y seguridad ocupacional: Cumplimiento de normativas de seguridad en el trabajo
- Ambiente laboral seguro: No discriminación al ambiente libre de acosos
- Responsabilidad ambiental: Uso de empaques biodegradables y orgánicos.
- Ética y cumplimiento legal

5. GESTIÓN DE PERSONAS

5.1. Estructura Organizativa

★ **Principales Funciones**

Gestión	Principales funciones
Administrativa:	
Comercial:	
Operativa:	

6. GESTIÓN LEGAL

6.1 Normativa para la comercialización del producto o servicio

7. GESTIÓN FINANCIERA

7.1. Inversión Total

Producto/ Bien		

8. REGISTROS FOTOGRÁFICOS

IMAGEN DEL PRODUCTO	EXPLICACIÓN

9. PRODUCCIÓN SOSTENIBLE

9.1. CARACTERIZACIÓN DEL ESTADO ACTUAL

Factor	**Indicador**	**Descripción**	**Escala** 1 (muy bajo) – 5 (excelente)
Agua	Uso eficiente	Implementación de prácticas de ahorro	

Agua	Protección de fuentes	Conservación de nacimientos y rondas hídricas	
Suelo	Conservación	Uso de prácticas como rotación, cobertura vegetal	
Suelo	Erosión	Nivel de afectación y control	
Biodiversidad	Protección ecosistémica	Conservación de flora y fauna	
Residuos	Manejo adecuado	Separación, reciclaje y disposición final	
Energía	Uso eficiente	Implementación de energías limpias o ahorro	
Normativa	Cumplimiento	Conocimiento y aplicación de normas ambientales	

9.2. Escala de Evaluación

- 1 – Muy bajo: Prácticas inexistentes o inadecuadas
- 2 – Bajo: Prácticas incipientes
- 3 – Medio: Cumplimiento básico
- 4 – Alto: Buenas prácticas consolidadas
- 5 – Excelente: Modelo sostenible y replicable

9.3. Método de Calificación

- Se promedia la puntuación de cada indicador.
- Luego se obtiene un promedio por factor.
- Finalmente, se calcula un Índice Ambiental General (IAG):

$$IAG = \frac{\sum \text{puntajes de todos los factores}}{número de factores}$$

9.4. Clasificación del Desempeño Ambiental

Rango	Nivel	Interpretación
1.0 – 2.0	Crítico	Alto impacto ambiental negativo
2.1 – 3.0	Bajo	Requiere mejoras urgentes
3.1 – 4.0	Medio	Cumplimiento aceptable
4.1 – 4.5	Alto	Buen desempeño ambiental
4.6 – 5.0	Excelente	Sostenibilidad consolidada

9.5. Plan de Mejora

Acciones correctivas (corto plazo)	**Acciones preventivas (mediano plazo)**	**Estrategias de sostenibilidad (largo plazo)**

10. PLAN DE SEGUIMIENTO

Acciones a desarrollar:

11. RETROALIMENTACIÓN

PRODUCTOR	PROFESIONAL DE ASESORÍA
Firma: **Nombre:** **C.C:**	**Firma:** **Nombre:** **C.C:**
Fecha de elaboración:	