



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

**ESCUELA DE POSGRADO
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSULTORÍA ONLINE ECOPACK GREEN S.A.C. SOBRE EMPAQUES
BIODEGRADABLES PARA EMPRESAS DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL CON
ENFOQUE DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN EL DISTRITO DE SAN MARTÍN DE
PORRES – 2022

**PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORES

Br. GABRIELA JUANA ARGUMEDO ROCA
ORCID: 0000-0003-4544-8629

Br. JORGE ANTONIO CRISOSTOMO OLIVARES
ORCID: 0000-0002-8447-5614

ASESOR

Dr. JAIRO CORREA MEJÍA
ORCID: 0000-0002-1509-9213

LIMA, PERÚ, DICIEMBRE DE 2022



CC BY-NC-ND

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Esta licencia es la más restrictiva de las seis licencias principales, sólo permite que otros puedan descargar las obras y compartirlas con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se pueden cambiar de ninguna manera ni se pueden utilizar comercialmente.

Referencia bibliográfica

Argumedo Roca, G. J. &, Crisostomo Olivares, J. A. (2022). *Consultoría online Ecopack Green S.A.C. sobre empaques biodegradables para empresas del sector agroindustrial con enfoque de la economía circular en el distrito de San Martin de Porres – 2022*. [Trabajo de investigación de maestría, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Gabriela Juana Argumedo Roca
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	48051517
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-4544-8629
Datos de autor	
Nombres y apellidos	Jorge Antonio Crisostomo Olivares
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	09288593
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-8447-5614
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Jairo Correa Mejia
Tipo de documento de identidad	Pasaporte
Número de documento de identidad	AO418574
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-1509-9213
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Carlos Valentin Martinez Del Rio
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	08210131
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Maria Cristina Ramos Toledo
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40533665
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Miryam Luzgardis Roncal Zavaleta
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	18160858
Datos de investigación	

Título de la investigación	Consultoría online Ecopack Green S.A.C. sobre empaques biodegradables para empresas del sector agroindustrial con enfoque de la economía circular en el distrito de San Martín de Porres – 2022.
Línea de investigación institucional	Ciencia, Tecnología e Innovación
Línea de investigación del Programa	Planificación Estratégica
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04

ESCUELA DE POSGRADO

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE GRADO

En la ciudad de Lima, el Jurado de Sustentación de Grado conformado por: Mg CARLOS VALENTIN MARTINEZ DEL RIO quien lo preside y los miembros del Jurado Mg. MARIA CRISTINA RAMOS TOLEDO y Mg. MIRYAM LUZGARDIS RONCAL ZAVALETA, reunidos en acto público para dictaminar el trabajo de investigación titulado:

“CONSULTORÍA ONLINE ECOPACK GREEN S.A.C. SOBRE EMPAQUES BIODEGRADABLES PARA EMPRESAS DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL CON ENFOQUE DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN EL DISTRITO DE SAN MARTÍN DE PORRES – 2022”

Presentada por los bachilleres:

ARGUMEDO ROCA, GABRIELA JUANA y CRISOSTOMO OLIVARES, JORGE ANTONIO

Para obtener el Grado de Maestro, luego de escuchar la sustentación y resueltas las preguntas del jurado, acuerdan:

Aprobar por unanimidad

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, a los 16 días del mes de diciembre de 2022.



Mg. Carlos Valentin Martinez Del
Rio
Presidente



Mg. Maria Cristina Ramos Toledo
Secretario



Mg. Miryam Luzgardiz Roncal
Zavaleta
Vocal

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo, Jairo Correa Mejía docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor del trabajo de investigación titulado:

“CONSULTORÍA ONLINE ECOPACK GREEN S.A.C. SOBRE EMPAQUES BIODEGRADABLES PARA EMPRESAS DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL CON ENFOQUE DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN EL DISTRITO DE SAN MARTÍN DE PORRES – 2022”

De los estudiantes Gabriela Juana Argumedo Roca y Jorge Antonio Crisostomo Olivares, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin que se adjunta.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 23 de enero de 2023



Jairo Correa Mejía
Pasaporte: AO418574

DEDICATORIA

El presente trabajo de plan de negocios se lo dedico a mis padres que son el motor principal de mi vida en este largo camino, que, gracias a su apoyo incondicional, sigo de pie y cumpliendo esta gran meta de la maestría.

Gabriela Juana Argumedo Roca

El presente plan de negocios se lo dedico con todo el enorme afecto a mis padres, mis hermanos, mi esposa y a mis dos hermosas hijas que han sido mi motivación permanente para cumplir con este maravilloso reto académico.

Jorge Antonio Crisostomo Olivares

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a nuestro señor Jesucristo por ser mi guía en este camino de la maestría y poder lograr uno más de mis grandes objetivos profesionales, me ha ayudado a ser perseverante y a no rendirme ante algún obstáculo en el camino. Finalmente agradezco a mi asesor Jairo Correa Mejía, quien me brindó todas las herramientas y asesoría para poder concretar esta gran meta.

Gabriela Juana Argumedo Roca

Agradezco al Altísimo Señor, por permitirme continuar en la vida con buena salud y paz interior, a cumplir esta meta. De igual manera, agradezco a mi apreciado asesor Jairo Correa Mejía quien me brindó las orientaciones para concluir este plan de negocios, por su sabiduría y experiencia en la guía de este reto académico.

Jorge Antonio Crisostomo Olivares

ÍNDICE

RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.1. La Industria y la situación de la Industria en la que opera la empresa.....	11
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. Concepto de negocio. Misión y visión.....	18
2.2. Posición competitiva de la empresa	20
2.3. Los productos y/o servicios que ofrece	22
2.4. Estrategia de penetración y crecimiento del mercado	27
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	30
3.1. Tipo de investigación	30
3.2. Población, muestreo y muestra	30
3.3. Técnicas de recolección de datos	33
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADO	35
4.1. Quiénes son y cuál es el perfil del cliente	35
4.2. Tendencia del mercado	40
4.3. Estrategias de competencia en el mercado actual	42
4.4. Porción del mercado y ventas	44
4.5. Evaluación de la estrategia propuesta.....	47
CAPÍTULO V: PRODUCTOS Y/O SERVICIOS OFRECIDOS	49
5.1. Descripción del producto y servicio ofrecido.....	49
5.2. Ingresos y márgenes operativos	50
5.3. Horizonte de vida del producto.....	50
5.4. Costos fijos y variables	52
5.5. Indicadores de punto de equilibrio	56
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EMPRESA	58
6.1. Ciclo de operación	58
6.2. Localización e infraestructura	59
6.3. Optimización de los procesos	63
6.4. Aspectos legales y regulatorios	66
CAPÍTULO VII: PLAN DE MARKETING Y VENTAS.....	68
7.1. Estrategia global de marketing.....	68

7.2. Precio y tácticas de venta	68
7.3. Promoción y publicidad	69
7.4. Distribución	71
7.5. Posicionamiento	71
7.6. Objetivos y planes de acción	73
CAPÍTULO VIII: PROYECCIÓN FINANCIERA	74
8.1. Determinación de la tasa de descuento adecuada.....	74
8.2. Estados de resultados y balances actuales.....	79
8.3. Estados de resultados y balances proyectados. Análisis de la reinversión de utilidades	80
8.4. Flujo de caja diferencial proyectado	81
8.5. Análisis de los indicadores de rentabilidad	82
8.6. Rentabilidad para el accionista	89
CONCLUSIONES	90
REFERENCIAS.....	91
ANEXOS.....	94

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Producción nacional según variación porcentual 2019-2022
Tabla 2	Producción manufacturera según actividad 2021-2022
Tabla 3	Producción de manufactura primaria por ramas industriales 2021-2022
Tabla 4	Producción de manufactura no primaria según tipo de industria 2021-2022
Tabla 5	Población total sector agroindustrial del distrito de San Martín de Porres – Lima
Tabla 6	Estratos de tipo de empresa
Tabla 7	Estratos y proporciones
Tabla 8	Tasa de crecimiento del sector
Tabla 9	Proyección de ventas - talleres
Tabla 10	Proyección de ventas - servicio de asesoría
Tabla 11	Estado de resultados en los próximos 3 años
Tabla 12	Inversión fija según cantidad, costo, tasa y depreciación
Tabla 13	Inversión fijo tangible - preoperativos
Tabla 14	Capital de trabajo
Tabla 15	Cálculo del punto de equilibrio
Tabla 16	Cálculo de margen de contribución
Tabla 17	Cálculo del punto de equilibrio por servicio
Tabla 18	Aspectos técnicos de localización
Tabla 19	Régimen MYPE Tributario
Tabla 20	MYPE (Pequeña empresa)
Tabla 21	Precio de los servicios de consultorías (competencia)
Tabla 22	Plan de publicidad
Tabla 23	Planes de acción de marketing
Tabla 24	Tasa de crecimiento
Tabla 25	Inversión fija tangible
Tabla 26	Inversión fija intangible – preoperativos
Tabla 27	Capital de trabajo
Tabla 28	Detalle de aporte de los socios
Tabla 29	Indicadores del financiamiento Caja Cusco
Tabla 30	Estado de situación financiera actual
Tabla 31	Estado de situación financiera proyectada

- Tabla 32 Estado de situación financiera
- Tabla 33 Flujo de caja proyectado
- Tabla 34 Indicadores VAN y TIR - escenario conservador
- Tabla 35 Flujo de caja conservador
- Tabla 36 Estado de resultado optimista
- Tabla 37 Flujo de caja optimista
- Tabla 38 Estado de resultado pesimista
- Tabla 39 Flujo de caja pesimista

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 Producción industrial según variación porcentual 2020-2022
- Figura 2 Dinamismo de los sectores productivos 2021-2022
- Figura 3 Apoyo del gobierno a los agricultores con Fertiabono 2022
- Figura 4 Mapa de empatía de los early adopters
- Figura 5 Flujograma del ciclo de operacional de membresías (talleres + libros)
- Figura 6 Ciclo de operación de asesoría
- Figura 7 Ubicación geográfica, distrito de San Martín de Porres - Lima
- Figura 8 Micro localización del proyecto
- Figura 9 Disposición de ambientes de consultoría Ecopack Green S.A.C.
- Figura 10 El ciclo PHVA (planificar-hacer-verificar-actuar)
- Figura 11 Canal de marketing directo
- Figura 12 Logo Ecopack Green

RESUMEN

La industria del empaque y envase biodegradable se ha desarrollado de manera vertiginosa en el mundo global. En el Perú las empresas han empezado a tomar conciencia y darle importancia a este tema debido a la presión de las leyes y sus multas. El sector de las consultorías ambientales ha tenido un crecimiento del 6% y esto ha generado una mayor demanda de las empresas agroindustriales ya que buscan ser organizaciones socialmente responsables y sostenibles en el tiempo. El principal objetivo es de analizar la viabilidad de desarrollar una consultoría ambiental Ecopack Green S.A.C. en el distrito de San Martín de Porres, 2022. Este plan de negocios es de tipo básico, utilizando una encuesta de 28 empresas agroindustriales como unidades muestrales. También, se ha realizado entrevistas a representantes del rubro de empresas agroindustriales con el fin de conocer las necesidades y aceptación del público objetivo en el mercado competitivo. Los resultados del plan de negocios indican que existe una alta demanda a partir de la exigencia del mercado ya que los consumidores finales buscan la mejora del cuidado de su salud, bienestar y su buena relación con el medioambiente. Finalmente se concluye, que el plan de negocios es factible y viable desde un análisis financiero donde se invierte S/ 28,275.00 y se recupera S/ 28,275.00. Además, se gana una rentabilidad esperada de 21% y se recibe adicionalmente S/ 14,201.71.

Palabras clave: empaque, biodegradable, economía circular, empresa agroindustrial.

ABSTRACT

The biodegradable packaging industry has developed rapidly in the global world. In Peru, companies have begun to become aware and give importance to this issue due to the pressure of laws and fines. The environmental consulting sector has had a growth of 6% and this has generated a greater demand from agribusiness companies as they seek to be socially responsible and sustainable organizations over time. The main objective is to analyze the feasibility of developing an environmental consultancy Ecopack Green S.A.C. in the district of San Martín de Porres. This business plan is applied using a survey of 28 agro-industrial companies as sample units. Also, interviews have been conducted with representatives of the agroindustrial companies in order to know the needs and acceptance of the target public in the competitive market. The results of the business plan indicate that there is a high demand from the market demand, since the final consumers are looking for the improvement of their health care, wellbeing and good relationship with the environment. Finally, it is concluded that the business plan is feasible and viable from a financial analysis where S/ 28,275.00 is invested and S/ 28,275.00 is recovered. In addition, an expected profitability of 21% is earned and additionally S/ 14,201.71 is received.

Keywords: packaging, biodegradable, circular economy, agro-industrial company.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. La Industria y la situación de la Industria en la que opera la empresa

1.1.1. Sector industrial

El presente plan de negocios orienta sus actividades de capacitación a las empresas de los diferentes sectores productivos agroindustriales y están alineados a Kovtun (2020) ya que en su investigación centra a la agroindustria como una importante estructura productiva para el desarrollo local y regional. En ese sentido, la consultoría ambiental pone mayor énfasis en las buenas prácticas para el normal desarrollo de las actividades como la producción y el procesamiento de alimentos, necesarios para la venta y el consumo masivo en los grandes mercados de distribución de abastos.

En este aspecto, diversos autores coinciden en que “El conocimiento de los sistemas productivos de pequeños agricultores es necesario para proponer soluciones frente a situaciones críticas” (Solís et al., 2020, p. 85).

De la misma manera, “La conformación de grupos coherentes con características similares es uno de los desafíos que enfrenta la investigación agrícola” (Machado et al., 2015, p.83).

Asimismo, la tecnología es importante en el desarrollo de las actividades agrícolas y están orientados en investigaciones de Kpadonou et al. (2017) y Musafiri et al. (2020) que permiten que el agricultor pueda considerar y observar los diferentes entornos agroecológicos, de igual manera, aquellos factores socioeconómicos, institucionales y biofísicos, que son claves en el proceso de adopción de las nuevas tecnologías agrícolas.

Estos autores coinciden en la necesidad de incorporar tecnologías en las diferentes actividades agrícolas para el desarrollo sostenible de los productos. Por

ello, somos conscientes que la coyuntura de la COVID-19 ha permitido evidenciar que las actividades de la producción manufacturera siguen siendo vitales para las economías. Sin embargo, también, se pone en el debate la precariedad de los sistemas económicos para superar pandemias similares. Es necesario generar conciencia de los impactos que ha provocado la pandemia en las actividades de las empresas agroindustriales, para que, a partir de ello, se pueda establecer nuevos retos y expectativas en la progresiva recuperación y reactivación de las empresas en el sector agroindustrial.

El plan de negocios pretende promover y desarrollar en los empresarios, las capacidades y valores que estén relacionados con el concepto de resiliencia frente a situaciones dramáticas y muy adversas y estos aspectos guardan relación con el Informe sobre el Desarrollo Industrial (2022) que documenta información muy valiosa sobre los diferentes impactos de la crisis sanitaria y las consecuencias posteriores de las empresas agroindustriales.

Las empresas de los diferentes sectores productivos agroindustriales contribuyen a que la economía siga generando oportunidades laborales y la permanente posibilidad de acceder a todos los productos y servicios que, entre otros, se puede señalar a los alimenticios, material de tipo médico y los relacionados a los productos farmacéuticos.

La industria, en Perú, ha evidenciado diferentes cambios en el sector financiero y los resultados se ven reflejados en el reporte del Banco Central de Reserva del Perú (2022), ya que centra su información en la descripción del proceso de recuperación de las empresas y su relación con el sistema bancario a partir de un apalancamiento en el corto, mediano y largo plazo, permitiendo de esta manera, la progresiva

disminución de los riesgos de incertidumbre, de verse expuesto a las vulnerabilidades de cerrar sus operaciones comerciales y de manufactura.

Finalmente, las medidas dictadas por el gobierno desde que empezó la pandemia, entre otras, como el confinamiento en casa, manteniendo el distanciamiento social para evitar los contagios entre las personas, ha permitido crear una nueva cultura de pago, una nueva tendencia que va en aumento, como son los pagos digitales para cubrir con las responsabilidades de las obligaciones tributarias, de comercio electrónico, de realizar el pago de los servicios básicos, etc.

1.1.1.1. Sector industrial.

La mayoría de las empresas agroindustriales han iniciado después de dos años de pandemia una marcada señal de recuperación de sus flujos de cajas y están en sintonía con los reportes financieros del Banco Central de Reserva del Perú (2022), que describe los pormenores de las actuaciones de las empresas agroindustriales en relación directa con los indicadores de morosidad, créditos y sinceramiento de estas.

Tabla 1

Producción nacional según variación porcentual 2019-2022

Actividad económica	Año 2021 / 2019	2022/2021		2022/2019	
		Marzo	I Trim	Marzo	I Trim
Economía total	0,9	3,79	3,84	2,4	4,2
Agropecuaria	5,3	2,9	3,7	3,7	8,0
Pesca	7,1	-25.1	-26.2	-17.6	-15.5
Minería e Hidrocarburos	-6.9	-1.2	1,1	-11	-4.7
Manufactura	3,8	4,7	2,0	5,3	7,4
Electricidad, Gas y Agua	1,9	2,7	3,4	3,3	4,2
Construcción	16,7	1,4	-0.5	31,2	24,4
Comercio	-1	8,1	5,9	-9	-0.3
Otros servicios	-5	4,5	5,4	3,7	4,0

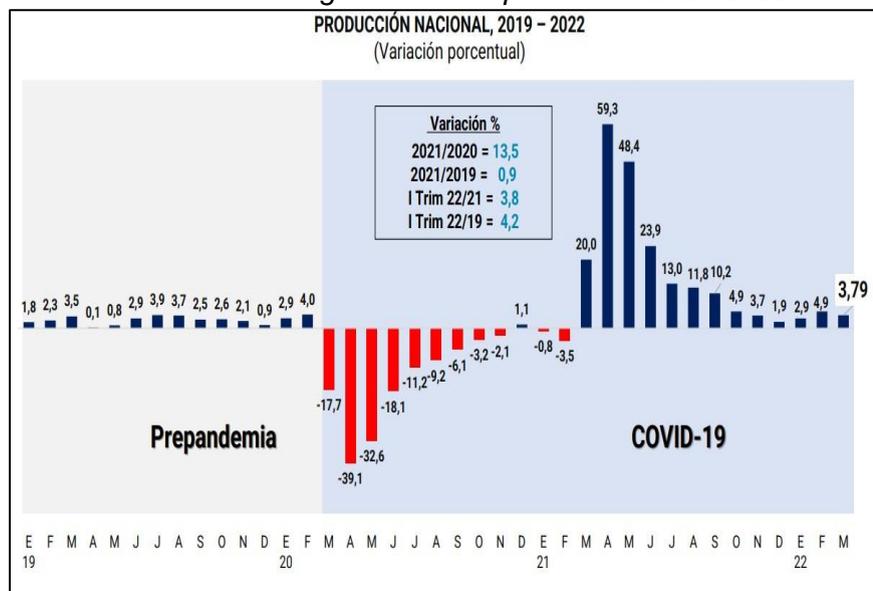
Nota. Adaptado de BCRP, 2022.

La tabla 1 muestra a la producción nacional según la actividad económica en términos de variación porcentual entre los años 2019 y 2022.

Las empresas industriales, desde las micro hasta las más pequeñas, han ido recuperando paulatinamente sus niveles de producción y esto se puede comparar fácilmente con los reportes de la Sociedad Nacional de Industrias (2022), que describe los comportamientos de las actividades de la industria manufacturera no primaria, especialmente los referidos a los bienes de capital, ya que las empresas empezaron a comprar maquinarias y otros activos para intensificar sus sistemas de producción. De igual forma, se notó un incremento en los bienes intermedios, es decir, se realizaron inversiones en materia prima para producir los productos terminados y, por último, los bienes de consumo han empezado a tener un ligero incremento en la industria manufacturera.

Figura 1

Producción industrial según variación porcentual 2020-2022



Nota. De BCRP, 2022.

La figura 1 presenta la producción industrial según la variación porcentual entre los años 2020 y los años 2022.

Tabla 2*Producción manufacturera según actividad 2021-2022*

Actividad económica	Año 2021 / 2019	2022 / 2021		2022 / 2019	
		Marzo	I Trim	Marzo	I Trim
Manufactura primaria (Harina de pescado, carne, azúcar, metales)	0,8	-12.6	- 8.8	-14.3	3,7
Manufactura No Primaria (Netamente industrial)	4,8	10,0	5,5	11,5	8,4
Total Industria	3,8	4,7	2,0	5,3	7,4

Nota. Adaptado de BCRP, 2022.

La tabla 2 presenta la producción manufacturera según la actividad manufacturera primaria y manufactura no primaria con variación porcentual entre los años 2021 y 2022.

Tabla 3*Producción de manufactura primaria por ramas industriales 2021-2022*

Ramas industriales	Año 2021	2022 / 2021	
		Marzo	I Trim
Procesamiento y conservación de pescado	12,8	-43.1	-42.4
Azúcar	-8.2	-10.7	-10
Productos primarios de metales preciosos y no ferrosos	-4.7	-9.3	2,3
Productos de refinación de petróleo	19,4	-8.9	-2.2
Elaboración y conservación de carne	2,0	2,4	3,6

Nota. Adaptado de BCRP, 2022.

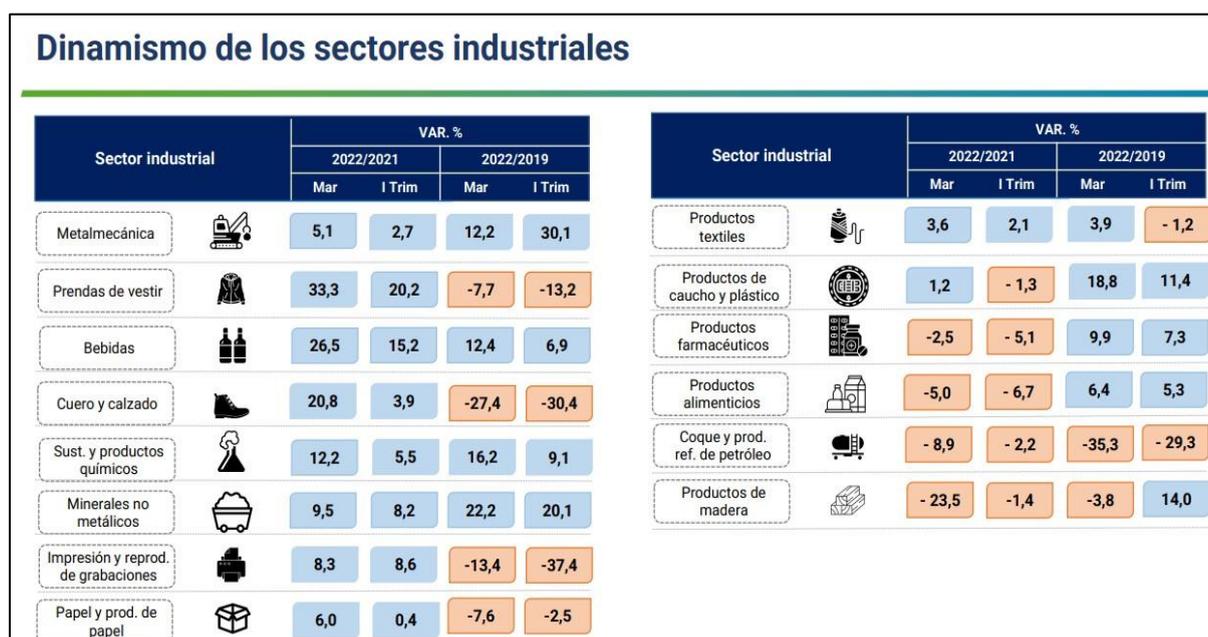
La tabla 3 presenta la producción manufacturera primaria según la rama industrial con variación porcentual entre los años 2021 y 2022.

Tabla 4*Producción de manufactura no primaria según tipo de industria 2021-2022*

Tipo de industria	Año 2021	2022 / 2021	
		Marzo	I Trim
Bienes de Consumo	17,3	5,7	1,8
Bienes Intermedios	30,7	11,9	8,1
Bienes de Capital	31,2	78,1	32,1

Nota. Adaptado de BCRP, 2022.

La tabla 4 presenta la producción manufacturera no primaria según el tipo de industria con variación porcentual entre los años 2021 y 2022.

Figura 2*Dinamismo de los sectores productivos 2021-2022*

Nota. De INEI, 2022.

La figura 2 presenta el dinamismo de los sectores industriales con variación porcentual entre los años 2019 y 2022.

1.1.1.2. Situación industrial.

El actual gobierno de turno ha desplegado acciones estratégicas para crear las condiciones necesarias de un escenario más optimista para las micro y pequeñas

empresas agroindustriales y son corroborados por la Agencia Peruana de Noticias (2022), que resalta de manera muy especial el programa de créditos “Siembra Más” porque esto constituye un oportunidad rápida y efectiva para que los pequeños productores agrícolas puedan acceder a préstamos bancarios con la entidad Agrobanco y posteriormente, adquirir los insumos agrícolas, indispensables para el sembrío de sus productos agrícolas.

Figura 3

Apoyo del gobierno a los agricultores con Fertiabono 2022



Nota. De Agencia Peruana de Noticias, 2022.

La figura 3 presenta el apoyo del gobierno a los agricultores con el Programa Fertiabono del año 2022.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Concepto de negocio. Misión y visión

2.1.1. Misión

Ecopack Green S.A.C. es una empresa dedicada a brindar membresías a través de talleres online sobre empaques biodegradables, compostables y bioactivos que promueve en los empresarios del sector agroindustrial, la sensibilización y cambios del uso de los empaques tradicionales por empaques ecoamigables, convirtiéndoles en verdaderos agentes de cambio y de buenas prácticas de responsabilidad social orientado hacia el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS11: Ciudades y comunidades sostenibles – ODS12: Producción y consumo responsables). Así como también, en la asesoría presencial a partir de la metodología de la economía circular, permitiendo a las empresas del sector agroindustrial gestionar mejor la sostenibilidad a partir del concepto de reducción de los residuos al mínimo.

2.1.2. Visión

Ser una empresa consultora líder en el mercado peruano en el sector de capacitaciones mediante talleres vivenciales virtuales sobre empaques biodegradables, compostables, bioactivos y en asesoría presencial sobre economía circular que busca potenciar y desarrollar en los empresarios del sector agroindustrial una mejor relación entre la empresa y el medio ambiente, acompañado de un equipo calificado y comprometido en los próximos 3 años.

2.1.3. FODA

La empresa presenta la siguiente estrategia y competencia del mercado que a continuación se detalla:

2.1.3.1. Fortalezas.

- Se cuenta con administradores de empresas con conocimientos en Gerencia de la Calidad, Gestión por Procesos y Auditoría interna de Calidad de la Norma ISO 9001: 2015.
- Se cuenta con especialistas Freelance como: Ingenieros Alimentarios, Ambientales e Industriales, quienes están certificados con mención en empaques biodegradables y en economía circular.
- Se brinda membresías de capacitaciones a las empresas del sector agroindustrial para promover el cambio de los empaques tradicionales por empaques biodegradables, donde los clientes reciben libros digitales de manera gratuita, además, se brinda asesoría en temas de economía circular.

2.1.3.2. Debilidades.

- No se cuenta con historial crediticio para las entidades bancarias.
- No se cuenta con suficiente presupuesto.
- No se cuenta con vinculación de los servicios empresariales y las municipalidades para focalizar la atención a las empresas agroindustriales.
- No se cuenta con un directorio de empresas agroindustriales del distrito San Martín de Porres.

2.1.3.3. Oportunidades.

- Crecimiento constante en servicios de consultorías digitales.

- Crecimiento constante de empresas en temas de sostenibilidad.
- Empresarios y emprendedores que desconocen de la nueva Ley N.º 30884, sobre prohibición del uso del tecnopor y plástico de un solo uso.
- Llegar a nuevos mercados a nivel nacional a través de la modalidad virtual y presencial.
- Enfocar a las municipalidades distritales de acuerdo con el público objetivo en temas de economía circular y educación ambiental.

2.1.3.4. Amenazas.

- Nuevos impuestos asociados a las empresas consultoras digitales.
- Cambios en la economía actual.
- Inestabilidad política y legal.
- Nuevos competidores en el mercado.
- Crecimiento de índice de inseguridad y delincuencia en el país.

2.2. Posición competitiva de la empresa

El presente plan de negocios busca alcanzar un mejor protagonismo en el mercado competitivo a partir de sus servicios de consultoría ambiental y está alineado a las 5 fuerzas de Porter, tan necesarias y orientadoras para gestionar mejor la fuerza negociadora de los clientes, abordar la gestión del poder de negociación de los proveedores, considerar a la permanente amenaza de productos o servicios sustitutos, a la constante rivalidad entre competidores existentes y por último a la amenaza de entrada de nuevos competidores con mejores posibilidades económicas, tecnológicas, entre otros aspectos.

2.1.1. *Fuerza negociadora de los clientes*

Las empresas agroindustriales que representan al público objetivo tienen un gran interés por convertirse en organizaciones sostenibles, debido a la necesidad de

maximizar sus resultados, a partir de una buena relación con el medio ambiente y de la sociedad. En este caso, la empresa consultora tiene un valor agregado expresado en la adquisición de la membresía de los talleres vivenciales y la entrega de los libros digitales. Asimismo, las empresas agroindustriales recibirán los servicios de la asesoría en economía circular bajo el concepto de reducción de los residuos al mínimo.

2.1.2. El Poder de negociación de los proveedores

La consultoría Ecopack Green S.A.C. cuenta con proveedores directos para hacer realidad la idea de negocio como:

- Zoom.
- Agencia de publicidad.
- Ingenieros Freelance.
- Programadores de la página web.
- Útiles de oficina.
- Entre otros.

2.1.3. Amenaza de productos / servicios sustitutos

Los servicios que brinda Ecopack Green S.A.C. están relacionados al medioambiente y se atienden bajo una exigencia legal de la Ley N.º 30884 referido a la prohibición del uso del tecnopor y del plástico de un solo uso, para las empresas del sector agroindustrial, por lo que es inevitable que estas empresas dejen de contratar. Por esta razón, no existen productos sustitutos.

2.1.4. Rivalidad entre competidores existentes

En la actualidad, el sector de consultorías ambientales en la modalidad presencial y online, siendo este último, el que ha evidenciado un mayor crecimiento

durante la pandemia y el confinamiento en casa debido a que los talleres y asesorías se empezaron a dictar a través de la modalidad remota de manera progresiva.

Con respecto a la tasa de crecimiento del sector de servicios de consultoría es el 6% y sus competidores son las siguientes: Ecomás, Grupo Gea, HACE sostenibilidad y Ambiental en línea, quienes brindan servicios relacionados al medioambiente y responsabilidad social, de estas empresas mencionadas se basan en la publicidad como proceso de captación de clientes, sin embargo, existen emprendimientos más pequeños que brindan un servicio personalizado basándose en diferentes estrategias con el propósito de captar más clientes potenciales.

2.1.5. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Debido a que los nuevos competidores han visualizado las nuevas tendencias de la sostenibilidad, vienen con grandes inversiones de capital, sólida infraestructura y de tecnología de última generación para posicionar su marca en el mercado competitivo. La legislación peruana no brinda barreras de protección a las empresas consultoras, permitiendo a las empresas trasnacionales, puedan ingresar y convertirse en competidores en el mercado.

2.3. Los productos y/o servicios que ofrece

2.3.1. Empaque biodegradable

El empaque biodegradable es una nueva tendencia que crece día a día en la mente de los consumidores y está orientado en el trabajo de Rivera et al. (2019) porque describe la importancia del empaque biodegradable y que por ende, puede promover el desarrollo sustentable en las próximas generaciones.

2.3.2. Economía circular

La economía circular representa el cambio del modelo de economía tradicional, lineal y se pretende sustituirlo por un modelo de producción y de consumo más

ecoamigable y que ello implique reutilizar, reparar, reciclar los productos existentes para crear un valor agregado.

Ecopack Green S.A.C. es una consultoría que está inscrito en el Registro Nacional de Consultoras Ambientales (RNCA) de la entidad SENACE, que es un organismo técnico especializado que se encuentra adscrito al Ministerio del Ambiente.

Además, brinda servicios de membresías bajo el concepto de empresas verdes y sostenibles, para lo cual ha desarrollado un portafolio de soluciones específicas a partir de la programación de talleres vivenciales referidos a temáticas variados basados en el concepto de empaques ecoamigables, que comprende la promoción de los empaques biodegradables, compostables y bioactivos. Asimismo, ofrece las asesorías en economía circular como los siguientes:

- Asesoría en medición de huella de carbono.
- Asesoría en indicadores de calidad.
- Asesoría en la gestión de residuos.
- Asesoría en proyectos ecoeficientes

Y con otros temas a desarrollar próximamente como: diseño ecológico, la reutilización y las buenas prácticas agroindustriales.

Este concepto de membresía comprende los talleres y los libros electrónicos para aquellas empresas agroindustriales que se hayan registrado y hayan realizado el respectivo pago. Estos talleres vivenciales empresariales serán en la modalidad remota y serán certificadas al culminar satisfactoriamente el cumplimiento de las horas programadas y las respectivas evaluaciones a nombre del Ministerio del Ambiente (SENACE), Ministerio de Producción, Ministerio de Agricultura y Riego (SENASA). De igual manera, la organización empresarial ofrece sus servicios de asesoría en Economía circular en la modalidad presencial bajo estas dimensiones:

2.3.2.1. Responsabilidad social.

Servicios que brinda la consultoría ambiental y que permite gestionar la responsabilidad ambiental, social y el desempeño económico de las diferentes empresas con tópicos fundamentales para asegurar su desarrollo sostenible y, por ende, de la sociedad.

2.3.2.2. Economía circular.

Servicios que brinda la consultoría ambiental y que permite gestionar el concepto de sostenibilidad en las diferentes micro y pequeñas empresas bajo el concepto de la disminución de los desperdicios a su mínima expresión. Estos recursos pueden ser estratégicamente utilizados en más de una oportunidad, creando así un componente diferenciador cuyo objetivo es que el valor de los productos, los materiales y los recursos (agua, energía) permanezca en circulación el mayor tiempo posible y que se disminuya al mínimo la producción de residuos.

Otro de los motivos para asesorar a las empresas agroindustriales hacia una economía circular es por el incremento de la demanda de los insumos y la escasez de los recursos a disponer oportunamente.

Las materias primas no son renovables, es decir, estos recursos naturales tienen un límite y se agotan a medida que la población mundial aumenta, la demanda por ende también se incrementa.

Otro de los factores que impacta es el clima, ya que la extracción y el uso de los recursos tienen grandes efectos medioambientales, aumenta el consumo de energía y las emisiones de los gases contaminantes, mientras que un uso más ecoamigable de los recursos puede reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

2.3.2.3. Aseguramiento de la calidad.

Servicios que brinda la empresa consultora ambiental a las organizaciones para gestionar los riesgos y oportunidades que afectan el desempeño, la eficiencia y la seguridad de los productos, procesos y servicios y que pretenden asegurar su funcionalidad y mejora sistemática.

2.3.2.4. Nuestros valores.

Este plan de negocio se centra en los valores de:

- Servicio.
- Reducción al mínimo.
- Confiabilidad.
- Respeto.
- Ecología.
- Compromiso.

2.3.2.5. Taller.

¿Cómo funciona el taller de empaques biodegradables? ¿Cómo es el taller ecoamigable?

- La programación de los talleres vivenciales tiene una duración de 5 horas semanales y se realiza de manera remota.
- El servicio de los talleres está editado digitalmente sobre las experiencias vividas en el taller empresarial.
- Durante el taller, se abordan los temas referidos a los empaques biodegradables, compostables y bioactivos orientados a la responsabilidad social y ambiental como:
 - Taller de introducción a empaques biodegradables.

- Taller de negociación con proveedores sobre negocios ecoamigables.
- Taller de elaboración de expedientes técnicos sobre empaques biodegradables.

¿Qué pasa después?

- El modelo de negocio bajo membresía comprende los tres talleres con relación a los empaques biodegradables, cada uno de ellos tendrá una duración de 4 meses y una vez culminado el área comercial se comunicará con los participantes de las empresas agroindustriales para otorgarles su certificación de responsabilidad social.

¿Qué necesitas?

- Tu empresa debe estar registrada en la base de datos de la consultoría online.
- La programación para las citas se realizará en días hábiles (lunes a viernes, de 8 am – 12 pm y de 2 pm a 5 pm). Si no pudiste coordinar a una asesoría programada, entonces debes seguir estos pasos:

Asesoría

¿Cómo es la asesoría?

- La asesoría tendrá una frecuencia de 2 veces por semana con una duración de 8 visitas mensuales y una duración de 1 hora cada visita de manera presencial en las instalaciones de la empresa visitada.
- El servicio de asesoría está disponible para las empresas del sector agroindustrial.
- Durante la asesoría, se revisan todos los procesos e instalaciones, así como también los procedimientos.

¿Qué pasa después?

- Cinco (5) días hábiles después de la asesoría, recibirás del asesor el diagnóstico situacional de la empresa.
- A partir de la recepción del documento, tendrás otros cinco (5) días hábiles para brindar la asesoría correspondiente.

¿Qué necesitas?

- Los datos de la empresa deben actualizarse para brindar el servicio señalado.
- La visita para el diagnóstico situacional se realizará en días hábiles (lunes a viernes, de 8 am – 12 pm y de 2 pm a 5 pm). Si no pudiste coordinar a una asesoría programada, entonces debes seguir estos pasos:

Importante

Se atenderá una reprogramación de cita informada con un día de anticipación a la fecha inicialmente pactada, en caso se incumpla con la primera cita por el cliente, se reprogramará una nueva cita y por única vez, dentro de las fechas establecidas para estos requerimientos; se entiende que el cliente incumplió la cita si llega 15 minutos tarde a la misma o no avisa de su inasistencia con por lo menos 24 horas hábiles de antelación.

2.4. Estrategia de penetración y crecimiento del mercado

2.4.1. Estrategia de penetración

La estrategia de penetración al mercado de la consultoría ambiental Ecopack Green S.A.C. se aplica a través de los nuevos servicios de la membresía de capacitaciones a partir de los talleres sobre empaques biodegradables, compostables y bioactivos. Esta estrategia está orientada a captar a nuevos consumidores, es decir, a las empresas agroindustriales que requieren cambiar sus empaques tradicionales

de plásticos derivados del petróleo por empaques ecoamigables, a partir de las nuevas fuentes de la biomasa, es decir, de la celulosa o el almidón y la otra fuente es la de fabricación de plásticos sintetizados intracelularmente por diferentes microorganismos en laboratorio para formar los polihidroxicanoatos (PHA).

2.4.2. Estrategia de área geográfica

Se espera expandir a un área geográfica al norte de la capital de Lima, tomando en cuenta las nuevas disposiciones legales referidas a la gestión de los nuevos empaques ecoamigables y, además, de la existencia de innumerables empresas agroindustriales que necesitan gestionar mejor la sostenibilidad.

2.4.2.1. Publicidad.

Al posicionar la marca en Lima Metropolitana, específicamente en el distrito de San Martín de Porres, como la primera opción para el lanzamiento de los servicios, el enfoque será en membresías con los talleres vivenciales vía remota y la asesoría a las empresas agroindustriales en economía circular modalidad presencial para el año 2023 a través de las redes sociales y los canales digitales.

2.4.2.2. Logística y distribución.

Para los clientes potenciales, es decir, las empresas del sector agroindustrial, se brindará la exclusividad y el tiempo necesario para la atención de los servicios como un valor agregado, diferenciándose de la competencia en el mercado.

2.4.2.3. Responsabilidad social.

Convertir a las empresas del sector agroindustrial como organismos sostenibles y promotores del cuidado del medio ambiente y la sociedad, se busca generar impactos positivos en los ámbitos económicos, sociales y ambientales, teniendo en cuenta las expectativas de los grupos de intereses.

2.4.2.4. Precios.

La estrategia de precios está acorde con lo que se oferta en el mercado, siendo el precio de la membresía (talleres + libros) de S/ 700.00 anuales y el de asesoría en economía circular de S/ 4,000.00 mensuales, estos precios están en el promedio de los precios de la competencia y el valor del mercado.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

Se ha desarrollado una investigación de tipo básica utilizando metodologías ágiles para la solución del problema de la idea de negocio de consultoría Ecopack Green S.A.C. como: Mapa de empatía, Canvas, producto mínimo viable (Design Thinking), encuesta y entrevistas.

3.2. Población, muestreo y muestra

3.2.1. Población

La población de estudio comprende 5,843 empresas del sector agroindustrial que se encuentran en el distrito de San Martín de Porres de Lima Metropolitana.

A continuación, se presenta:

Tabla 5*Población total sector agroindustrial del distrito de San Martín de Porres – Lima*

NRO.	RAZÓN SOCIAL	CIU Rev.3	DESCRIPCIÓN CIU	DPTO/PROV/DIST	CATEGORÍA EMPRESARIAL
113550	ROMA "RYM" E.I.R.L.	1511	PRODUC. CARNE Y PROD. CARNICOS.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MICROEMPRESA
113555	CARNICON PREMIUM S.A.C.	1511	PRODUC. CARNE Y PROD. CARNICOS.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MEDIANA EMPRESA
113558	PONCE RODRIGUEZ JEINSMAL	1511	PRODUC. CARNE Y PROD. CARNICOS.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MICROEMPRESA
113559	SOTO ARECHE JEFNER	1511	PRODUC. CARNE Y PROD. CARNICOS.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MICROEMPRESA
113560	DISTRIBUIDORA CARNICON SAC	1511	PRODUC. CARNE Y PROD. CARNICOS.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MICROEMPRESA
113563	DISTRIBUIDORA PETITO E.I.R.L.	1511	PRODUC. CARNE Y PROD. CARNICOS.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MICROEMPRESA
113564	COLCA GARCIA OSCAR RAUL	1511	PRODUC. CARNE Y PROD. CARNICOS.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MICROEMPRESA
113566	TECNO CARNE PERU S.A.C.	1511	PRODUC. CARNE Y PROD. CARNICOS.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MICROEMPRESA
113568	GLOBAL INVERSIONES G* C S.A.C	1511	PRODUC. CARNE Y PROD. CARNICOS.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MICROEMPRESA
113570	LUDAMAR EIRL	1512	ELAB. Y CONS DE PESCADO.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	PEQUEÑA EMPRESA
113575	NEW PERUVIAN FOODS S.A.C.	1512	ELAB. Y CONS DE PESCADO.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MICROEMPRESA
113578	PACIFIC FISH F & D S.A.C.	1512	ELAB. Y CONS DE PESCADO.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MICROEMPRESA
113581	CONSERVAS D & F S.A.C.	1512	ELAB. Y CONS DE PESCADO.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MICROEMPRESA
113582	HM FISH S.A.C.	1512	ELAB. Y CONS DE PESCADO.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	PEQUEÑA EMPRESA
113583	PETER FISH S.A.C.	1512	ELAB. Y CONS DE PESCADO.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MEDIANA EMPRESA
113587	AGRICOLA EL MONTICULO S.A.C.	1513	ELAB. FRUTAS LEG. Y HORTALIZAS.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	PEQUEÑA EMPRESA
113588	LOPEZ VASQUEZ ARMANDINA	1513	ELAB. FRUTAS LEG. Y HORTALIZAS.	LIMA/LIMA/SAN MARTÍN DE PORRES	MICROEMPRESA

Nota. Adaptado de SUNAT, 2020.

La tabla 5 evidencia la población total del sector agroindustrial del distrito de San Martín de Porres – Lima según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2020).

3.2.2. Muestreo

3.2.2.1. Muestreo probabilístico.

Inicialmente se aplicó el muestreo probabilístico denominado “muestreo aleatorio estratificado” bajo la variable de categoría empresarial (Tipo de empresa).

3.2.2.2. Estratos tipo de empresa.

E1: Mediana empresa (7) 0,1%.

E2: Pequeña empresa (318) 5%.

E3: Microempresa (5,518) 94%.

Tabla 6

Estratos de tipo de empresa

Estratos (Tipo de Empresa)	N.º Empresas agroindustriales	Proporción (%)
Mediana empresa	(7)	0,12%
Pequeña empresa	(318)	5.44%
Microempresa	(5,518)	94.44%
Total	5,843	100%

Nota. Adaptado de SUNAT, 2020.

La tabla 6 presenta los estratos según el tipo de empresa de acuerdo con SUNAT (2020).

El segmento de la mediana es depreciable por ser un universo muy pequeño, por lo tanto, se decidió no incluirla como parte de la muestra. A continuación, lo que se ha realizado es que se ha desproporcionado la muestra, como se observa en la tabla 7.

Tabla 7*Estratos y proporciones*

Estratos (Tipo de Empresa)	N.º Empresas agroindustriales	Proporción (%)	Muestra	Ajuste por ponderación
Pequeña empresa	(318)	5%	8	29%
Microempresa	(5,518)	95%	20	71%
Total	5,836	100%	28	100%

Nota. Adaptado de SUNAT, 2020.

La tabla 7 evidencia los estratos y proporciones según el tipo de empresa de acuerdo con SUNAT (2020).

3.2.2.3. Muestreo no probabilístico.

Finalmente, para determinar la muestra poblacional se ha decidido aplicar el muestreo no probabilístico por conveniencia, bajo dos criterios que a continuación se detallan:

- Por cercanía.
- Por afinidad.

3.2.3. Muestra

Al término del procedimiento del muestreo, se ha seleccionado una muestra de 28 empresas agroindustriales a fin de validar la idea de negocio. También se ha realizado una entrevista a los 3 representantes del sector agroindustrial para conocer en mayor detalle los gustos y preferencias de los potenciales consumidores.

3.3. Técnicas de recolección de datos

Para el recojo de la información solicitada, se ha aplicado la técnica de la encuesta a través de un cuestionario electrónico de 14 preguntas que incluyen aspectos como: datos demográficos, información del servicio, precio, entre otros.

De forma complementaria se utilizó la técnica de entrevista, diseñada bajo una guía de 11 preguntas abiertas sobre las necesidades, gustos y preferencias del cliente.

- **Tipo de investigación:** Básica.
- **Diseño de la investigación:** No experimental.
- **Enfoque:** Mixto.
- **Corte:** Transversal.
- **Técnica:** Encuesta.
- **Instrumento de medición:** Cuestionario online y entrevistas.
- **Unidad de observación:** Empresas pequeñas y microempresas.
- **Muestra:** 28 empresas agroindustriales.
- **Diseño de la encuesta:** 7 de setiembre 2022.
- **Fecha de realización:** 30 de setiembre 2022.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1. Quiénes son y cuál es el perfil del cliente

4.1.1. Quiénes somos

Somos una empresa consultoría ambiental llamada Ecopack Green S.A.C. conformada por dos socios: Gabriela Juana Argumedo Roca y Jorge Antonio Crisóstomo Olivares, quienes se unieron para hacer realidad la idea de negocio ofreciendo suscripciones a través de las membresías (talleres + libros) sobre empaques biodegradables alineados a Ley N.º 30884 referidos a la prohibición del uso del tecnopor y plásticos de un solo uso. Además, brindamos asesorías en economía circular.

- **La membresía (talleres + libros)**

- Talleres de introducción a empaques biodegradables.
- Taller de negociación con proveedores sobre negocios ecoamigables.
- Taller de elaboración de expedientes técnicos sobre empaques biodegradables.
- Valor agregado libros gratuitos relacionados a los talleres.
- Valor de S/ 700.00.
- Modalidad: Virtual.
- Certificación de responsabilidad social.

- **Asesoría en economía circular**

- Asesoría en medición de huella de carbono.
- Asesoría en indicadores de calidad.
- Asesoría en la gestión de Residuos.
- Asesoría en proyectos ecoeficientes.
- Duración mensual.

- Valor: S/ 4,000 mensuales.
- Modalidad presencial.

4.1.2. Perfil del cliente

Son los clientes procedentes de las empresas agroindustriales que demandan servicios de sostenibilidad y maximización de sus recursos, así como también la minimización de los costos de producción. Asimismo, el enfoque será en base a tres pilares básicos de la organización que permitan mantener relaciones adecuadas con los clientes potenciales:

4.1.2.1. Servicio personal.

Los servicios de membresía se llevan a cabo de manera virtual, se editan libros digitales en base a la temática de los tres talleres referidos a los empaques biodegradables y alineados a la Ley N.º 30884, sobre la prohibición del uso del tecnopor y del plástico de un solo uso, brindando un valor agregado que diferencia de la competencia en el mercado, ya que ninguna empresa consultora ambiental ofrece actualmente el servicio.

Con respecto al servicio de asesorías en economía circular, se caracteriza por brindar un servicio personalizado, ya que se tiene un equipo de ingenieros que se dirigen a las instalaciones de las empresas agroindustriales de manera presencial para realizar el diagnóstico situacional y al término de esta organizar la información para iniciar la asistencia técnica según los requerimientos y procedimientos identificadas.

4.1.2.2. Seguridad.

El cliente tendrá la plena seguridad de la implementación de los empaques ecoamigable y las asesorías en economía circular a partir de los diagnósticos

situacionales y los planes específicos con las que se trabaja para convertirlos en verdaderas empresas sostenibles.

4.1.2.3. Disponibilidad.

La consultoría Ecopack Green S.A.C. pone a disposición los horarios para sus clientes de las empresas del sector agroindustrial los fines de semana con relación al servicio de membresías (talleres + libros).

- Sábados de 4:00 pm a 6:30 pm.
- Domingos 9:00 am a 11:30 am.

Siendo horarios flexibles para las empresas de los sectores agroindustriales.

Figura 4

Mapa de empatía de los early adopters



La figura 4 muestra la necesidad de cambiar los empaques tradicionales por empaques ecoamigables.

4.1.2.4. Delimitación del problema.

El uso del tecnopor afecta la salud de los consumidores ya que contiene sustancias tóxicas como el benceno que es cancerígeno, sus altas temperaturas provocan la contaminación de sus productos.

El consumo excesivo de envases de plástico contamina el medio ambiente porque su nivel de degradación dura 400 años y el tecnopor 1000 años, esto afecta a las especies marinas porque desemboca en los ríos y las playas. Ecopack Green S.A.C. es consciente que afectan a todas las empresas de todos los sectores productivos que siguen usando productos de tecnopor en sus negocios que contaminan sus productos con los envases y no se alinean a la Ley N.º 30884 “Prohibición del uso del tecnopor y plástico de un solo uso”.

4.1.2.5. Formulación del problema general.

¿En qué medida es viable la consultoría Ecopack Green S.A.C. sobre talleres y asesorías ecoamigables dirigido a las empresas del sector agroindustrial sobre el consumo del uso de los empaques tradicionales y el incremento de la generación de residuos en el distrito de San Martín de Porres, año 2022?

4.1.2.6. Problemas específicos.

¿En qué medida las ventas se incrementan anualmente en la consultoría Ecopack Green S.A.C. en el distrito de San Martín de Porres, año 2022?

¿En qué medida es rentable la consultoría Ecopack Green S.A.C. en el distrito de San Martín de Porres, año 2022?

4.1.2.7. Objetivos.

4.1.2.7.1. Objetivo general.

- Analizar en un período de 12 meses la viabilidad de desarrollar una consultoría ambiental Ecopack Green S.A.C. en el distrito de San Martín de Porres, 2022.

4.1.2.7.2. Objetivos específicos.

- Incrementar el 6% en un periodo de 12 meses las ventas en talleres + libros (membresía) y asesorías a través de una estrategia de marketing digital y sostenibilidad.
- Incrementar la rentabilidad para ganar un 21% de costo de oportunidad a través de campañas de publicidad intensiva a través de promociones sobre talleres de empaques biodegradables y asesoría en economía circular en los próximos 6 meses.

4.1.2.8. Justificación Legal.

El objeto de la Ley N.º 30884 prohibición del uso del tecnopor y plástico de un solo uso es establecer el marco regulatorio sobre el plástico de un solo uso, otros plásticos no reutilizables y los recipientes o envases descartables de poliestireno expandido (tecnopor) para alimentos y bebidas de consumo humano en el territorio nacional.

4.1.2.9. Justificación Teórica.

Nos permitió analizar teorías tales como: Kotler y Armstrong (2017) y Kovtun (2020) que a partir de este marco teórico se adquirió nuevos conocimientos referidos a empresas industriales, empaques biodegradables y economía circular.

4.1.2.10. Justificación Práctica.

La consultoría Ecopack Green S.A.C. busca que las empresas agroindustriales se alineen a la Ley N.º 30884 prohibición del uso del tecnopor y plásticos de un solo uso y que posteriormente se implementen las metodologías de empaques biodegradables y económica circular, convirtiéndolos en empresas socialmente responsables y de sostenibilidad en el tiempo.

4.1.2.11. Multas.

Las multas según la Ley N.º 30884 referido a la prohibición del uso de tecnopor y plástico de un solo uso.

4.1.2.11.1. Infracciones muy graves.

Comercializar sorbetes de plásticos no contemplados en las excepciones de la ley, sujetos a sanción máxima.

Sancionado con 130 UIT, es decir S/ 546,000.

4.1.2.11.2. Infracciones graves.

Entregar gratuitamente bolsas de plásticos o cobrar por ellas debajo del precio del mercado.

Sancionado con 90 UIT, es decir S/ 378,000.

4.1.2.11.3. Infracciones leves.

Como ser importador de bolsas de plásticos y no brindar información veraz en el registro contemplado en la ley.

Sancionado con 8 UIT, es decir S/ 33,600.

4.2. Tendencia del mercado

A lo largo de la revisión de las diferentes fuentes de información, se ha evidenciado que han aparecido diferentes tendencias en el mercado tales como:

4.2.1. *Empaque biodegradable*

Es una de las tendencias del mercado en la actualidad y en ese sentido, está alineado a la propuesta de Corozo (2017) como una tendencia creciente de las empresas hacia el uso del empaque biodegradable para el contenido de sus envases.

4.2.2. *Empaque biodegradable*

Para este estudio, un empaque biodegradable está alineado con la investigación de Rivera et al. (2019) ya que pone mayor énfasis en la necesidad que

tienen los consumidores hacia estos tipos de empaques y que, asimismo, contribuyen al desarrollo sostenible para las siguientes generaciones.

4.2.3. Consumidor ecológico

Es otra de las tendencias del mercado en la actualidad y guarda relación con la investigación de Aguilar (2016) ya que promueve un compromiso ecológico de las personas a partir de los comportamientos de compra con esta valoración ecológica.

4.2.4. Marketing verde

Asimismo, el Marketing verde es una de las tendencias del mercado en la actualidad y se puede evidenciar en la investigación de Peattie (2001) como profundiza este concepto en las diferentes actividades que realizan las empresas y le augura una gran oportunidad de desarrollo sostenible para la producción y el consumo basado en la protección y cuidado de los diferentes recursos naturales.

4.2.5. La sostenibilidad

De igual manera, la sostenibilidad es otra de las tendencias del mercado en la actualidad y lo demuestra investigaciones como la de Murillo et al. (2011) y Chan et al. (2018) que promueven las buenas prácticas y los diferentes sistemas de sostenibilidad ambiental de todos los recursos naturales dentro del marco de las actitudes de las personas hacia los temas ambientales.

La sostenibilidad entendida como una tendencia del mercado guarda similitud con la propuesta de Sukier et al. (2020) ya que orienta su trabajo en el correcto desempeño de los todos los actores de la organización empresarial para convivir de la mejor manera con el medio ambiente.

4.2.6. Valores ambientales

En cuanto a los valores ambientales, se puede señalar que estos conceptos guardan coherencia con el aporte de Chwialkowska et al. (2020) a partir de la

promoción de una mejor valoración de los comportamientos éticos hacia la conservación del medio ambiente y de la buena relación del hombre para con su naturaleza.

4.2.7. La omnicanalidad

La omnicanalidad es una tendencia a considerar para brindarle al cliente un servicio más integrado y donde es el centro de atención Kotler et al. (2018) consideran que “el aumento del compromiso del cliente implica Marketing omnicanal, que proporciona una experiencia integrada en línea/fuera de línea para los clientes independientemente de los puntos de contacto”. (p.16).

La falta de integración del enfoque multicanal crea una experiencia confusa y sin ninguna personalización que, a menudo, supone una frustración para los compradores. Una estrategia omnicanal, sin embargo, asegura a los compradores una experiencia coherente y continua independientemente del canal o dispositivo.

4.3. Estrategias de competencia en el mercado actual

Las empresas de consultoría que se encuentran en el mercado han empezado a brindar sus servicios en temas de sostenibilidad, cuidado del medio ambiente, entre otros. Estas empresas consultoras han formulado un portafolio de productos y servicios que de manera integral ofrecen a los empresarios del sector agroindustrial de manera virtual a partir de la pandemia y la COVID-19 se han afianzado aún más en el mercado.

4.3.1. Estrategias competitivas de Porter

Los tipos de estrategias competitivas basadas en los competidores que una empresa puede aplicar para obtener una posición ganadora son:

4.3.1.1. Líder de bajo costo.

En el mercado actual, la consultoría Ecopack Green S.A.C. del sector ambiental de membresías (talleres + libros) sobre empaques biodegradables y asesorías en economía circular para empresas del sector agroindustrial es un mercado atractivo, no compite por costos, por ende, los precios ofrecidos a las empresas están en promedio del precio de mercado, según la encuesta desarrollada a los empresarios y emprendedores del sector en mención.

4.3.1.2. Líder de diferenciación.

Realizando la investigación, la consultoría de empaques biodegradables y asesoría en economía circular para empresas del sector agroindustrial ha identificado que existe competencia directa en relación con las asesorías de economía circular, mas no se tiene competencias directas en membresías (talleres + libros) de empaques biodegradables bajo una justificación legal de la Ley N.º 30884 referidos a la prohibición del uso del tecnopor y plástico de un solo uso. Además, está orientada al cumplimiento de objetivos de desarrollo sostenible (ODS), especialmente el ODS 11 referido a ciudades y comunidades sostenibles, asimismo el ODS 12 referido a la producción y consumo responsable.

De igual manera, se cuenta con un valor agregado de ofrecer a los clientes libros enfocados en los talleres de empaques biodegradables. Finalmente, gracias al apoyo del área de marketing se estarán desarrollando nuevas estrategias de ventas y diferenciación a través de sus plataformas digitales como: página web y redes sociales.

4.3.1.3. Líder de enfoque.

La estrategia de enfoque que se aplica a la consultoría Ecopack Green S.A.C. es que el enfoque es en un público objetivo de empresas del sector agroindustrial, que tienen como propósito ser empresas socialmente responsables, sostenibles en el espacio y tiempo.

4.4. Porción del mercado y ventas

El sector agroindustrial se compone principalmente de manufactura de productos primarios y manufactura de productos no primarios.

Es importante señalar que, en este sector agroindustrial, las empresas han empezado a inclinarse por la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente fortaleciendo sus capacidades manufactureras y digitales.

El propósito de la consultoría Ecopack Green S.A.C. es acelerar el cambio hacia un sector agroindustrial ecológico. Los talleres están directamente relacionados con los empaques biodegradables, compostables y bioactivos. Mientras que las asesorías en economía circular están orientadas en brindar un servicio de alta calidad para reducir los índices de huella de carbono, gestionar los residuos y generar las mejores prácticas agroambientales para tener una mejor relación con el medio ambiente y, por ende, con la comunidad de la jurisdicción a la que pertenece.

Con un pleno conocimiento de la realidad, se sabe que la consultoría ecoamigable permitirá acercarse más a las empresas agroindustriales y generar un sustantivo cambio en la gestión de sus residuos y en la gestión de la sostenibilidad también.

El servicio de consultoría se desarrollará tanto de manera virtual con los talleres vivenciales sobre empaques biodegradables, compostables y bioactivos,

mientras que la asesoría será de manera presencial sobre la metodología de la economía circular.

Existen diversos tipos de talleres referidos a los empaques biodegradables, compostables y bioactivos, a continuación, se detalla:

- Taller de introducción a empaques biodegradables.
- Taller de negociación con proveedores sobre negocios ecoamigables.
- Taller de elaboración de expedientes técnicos sobre empaques biodegradables.
- Valor agregado libros gratuitos relacionados a los talleres.
- Además, se cuenta con las asesorías en economía circular:
 - Asesoría en medición de huella de carbono.
 - Asesoría en indicadores de calidad.
 - Asesoría en la gestión de residuos.
 - Asesoría en proyectos ecoeficientes.

Se detalla de proyección de ventas:

Tabla 8

Tasa de crecimiento del sector

Tasa de crecimiento del sector	Año 1	Año 2	Año 3
6% de consultoría			
Ventas anualizadas	S/ 232,000.00	S/ 245,920.00	S/ 260,675.20
Membresías (talleres + libros)	S/ 112,000.00	S/ 118,720.00	S/ 125,843.20
Asesorías	S/ 120,000.00	S/ 127,200.00	S/ 134,832.00
Total de ventas	S/ 232,000.00	S/ 245,920.00	S/ 260,675.20

En la tabla 8 se detalla tasa de crecimiento de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Tabla 9*Proyección de ventas - talleres*

Talleres	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3
Cantidad	0	5	5	10	10	10	20	20	20	20	20	20	160	170	180
Membresía (S/)	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00
Total (S/)	0.00	3,500.00	3,500.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	112,000.00	118,720.00	125,843.20

Tabla 10*Proyección de ventas - servicio de asesoría*

Servicios	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3
Cantidad	0	2	3	0	3	0	5	5	0	6	6	6	30	32	34
Servicio asesoría (S/)	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00
Total (S/)	- 8000.00	12000.00	- 12000.00	- 20000.00	- 20000.00	- 24000.00	24000.00	120000.00	127200.00	134832.00					

En las tablas 9 y 10 se observa la proyección de ventas de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

4.5. Evaluación de la estrategia propuesta

En el lanzamiento de la consultoría ambiental Ecopack Green S.A.C. se decidió adoptar dos estrategias y tácticas populares para captar la atención en primer término y posteriormente consolidarse progresivamente en el mercado competitivo.

4.5.1. Estrategia 1

Lanzar una campaña masiva para presentar a los clientes potenciales de forma focalizada, donde se encuentran los beneficios más importantes del proyecto.

- **Táctica 1:** Utilizar las redes sociales como Facebook e Instagram de forma eficaz.
- **Táctica 2:** Utilizar los servicios de publicidad de Google y de TikTok para promocionar los servicios de consultoría.

4.5.2. Estrategia 2

Colocar publicidad en la misma ubicación de la sede central que servirá para promocionar el taller vivencial sobre empaques biodegradables.

- **Táctica 1:** Colocar luces para promocionar el local central.
- **Táctica 2:** Poner el número de teléfono y el sitio web en el anuncio que proporcionará el informante y suscribirse también a la base de datos.

4.5.3. Estrategia de precio

En la industria del sector agroindustrial, existen diferentes tarifas entre las consultorías ambientales y sostenibles, muchas de ellas, difieren según el tamaño de la empresa, de acuerdo con sus ingresos o ventas.

Por lo general, las consultorías especializadas en temas de sostenibilidad y de economía circular buscan en las empresas agroindustriales sean agentes de cambio.

Los precios de estos tipos de servicios fluctúan según el público objetivo y los requisitos del cliente. Por ello, la empresa Ecopack Green S.A.C. participará con un precio promedio competitivo, acorde al mercado y sobre todo atendiendo las distintas necesidades del sector agroindustrial.

4.5.4. Estrategia de distribución

La consultoría ambiental Ecopack Green S.A.C. presenta como un único canal de distribución física, situado en la Zona Canta Callao, del distrito de San Martín de Porres.

4.5.5. Estrategia de comunicación

La consultoría ambiental Ecopack Green S.A.C. brinda el servicio referido a los talleres vivenciales online sobre los empaques biodegradables, compostables y bioactivos para que las empresas cambien sus empaques tradicionales por empaques más ecoamigables. Para ello, existe un plan de comunicación con el fin de brindar conocimiento sobre la existencia del servicio, sus características y beneficios, se realizarán campañas publicitarias con carteles en el mismo lugar y con redes sociales, dirigidas a sitios web de interés para el público objetivo, en este caso, las empresas agroindustriales.

CAPÍTULO V: PRODUCTOS Y/O SERVICIOS OFRECIDOS

5.1. Descripción del producto y servicio ofrecido

Ecopack Green S.A.C. es una consultoría inscrita en el Registro Nacional de Consultoras Ambientales (RNCA) de la entidad SENACE , que es un organismo técnico especializado que se encuentra adscrito al Ministerio del Ambiente.

Siendo una empresa peruana conformada por un equipo especializado y capacitado, donde se brindan servicios de membresías bajo el concepto de empresas verdes y sostenibles.

Además, se ha desarrollado un portafolio de soluciones específicas a partir de la programación de talleres vivenciales referidos a temáticas variadas basados en el concepto de empaques ecoamigables, que comprende la promoción de los empaques biodegradables, compostables y bioactivos.

- Taller de introducción a empaques biodegradables.
- Taller con negociación con proveedores sobre negocios ecoamigables.
- Taller de elaboración de expedientes técnicos sobre empaques biodegradables.
- Valor agregado libros gratuitos relacionados a los talleres.
- Valor: S/ 700.00.
- Modalidad: Virtual.

Asimismo, se ofrecen las asesorías en economía circular como los siguientes:

- Asesoría en medición de huella de carbono.
- Asesoría en indicadores de calidad.
- Asesoría en la gestión de residuos.
- Asesoría en proyectos ecoeficientes.
- Duración: Mensual.

- Valor: S/ 4,000.
- Modalidad: Presencial.

5.2. Ingresos y márgenes operativos

Ecopack Green S.A.C., es una consultoría ambiental cuyos precios varían en función del servicio de membresía o de asesoría, por lo que se mantendrá la lista de precios de mercado.

Tabla 11

Estado de resultados en los próximos 3 años

Estado Resultado	Año 1	Año 2	Año 3
Cifras M PEN			
Ventas	232,000	245,920	260,675
Costo de ventas	-84,000	-89,040	-94,382
Utilidad Bruta	148,000	156,880	166,293
Gastos de Administración	-67,209	-69,898	-72,694
Gasto de venta	-53,213	-55,706	-57,934
Ganancia (Pérdida) Operativa	27,578	31,277	35,665
Gastos Financieros	-1,522		
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	26,056	31,277	35,665
Impuesto a la ganancia	-11,636	-13,177	-14,471
Utilidad y resultado integrales del año	14,419	18,100	21,194
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	14,419	18,100	21,194

En la tabla 11 se evidencia los estados de resultados en los próximos 3 años de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

5.3. Horizonte de vida del producto

5.3.1. Desarrollo

El desarrollo de la idea de negocio se inició con la entrevista de dos early adopters, empresarios de línea de alimentos cárnicos que tenían reclamos de sus clientes por la presencia de agentes microbacterianos que contaminan sus productos, en esta etapa de desarrollo se identificó que había un mercado más amplio por cubrir y con mayor necesidad. Por ello, el enfoque es en las empresas agroindustriales del distrito de San Martín de Porres. Para iniciar esta idea de negocio se necesitará de una inversión de S/ 28,275.00.

5.3.2. Introducción

La consultoría Ecopack Green S.A.C., en la etapa de introducción, se inicia con la formalización a través de la constitución de la empresa. Posteriormente, el lanzamiento de los servicios de membresía en empaques biodegradables y asesoría en economía circular que la posicionarán en el mercado a través de las redes sociales.

Se brindan dos líneas de negocios, uno enfocado en las membresías (talleres + libros) que está orientado en temas de empaques biodegradables y que se realizará de manera virtual. Asimismo, el servicio de asesoría en temas de economía circular de manera presencial para las empresas del sector agroindustrial.

Se dispone de un equipo multidisciplinario de ingenieros especialistas en temas de empaques biodegradables (freelance), además se dispone de un área técnica ambiental y sostenible que brindará el servicio de atención personalizada a las empresas de los sectores agroindustriales. Finalmente, es importante señalar que, en esta etapa, la cartera de clientes es muy limitada ya que está en proceso de captación de nuevos clientes potenciales.

5.3.3. Fase de crecimiento

Esta etapa se caracteriza por el acelerado crecimiento de las ventas, se efectúan los mayores esfuerzos de diferenciación de los servicios de membresía en empaques biodegradable y el servicio de asesoría en economía circular.

Cabe mencionar que, en esta fase, la consultoría Ecopack Green S.A.C., obtiene la mayor participación en el mercado competitivo, por ende, convirtiéndose en una empresa sólida y sostenible en el tiempo. El crecimiento de la consultoría ambiental en este ciclo de vida del negocio es estratégico en virtud de que la empresa ha demostrado a partir de los flujos de efectivo anual y el historial estadístico, la viabilidad del modelo de negocio y tiene un conocimiento inicial sobre el mercado.

5.3.4. Fase de madurez

En este ciclo de vida, la empresa consultora Ecopack Green S.A.C. ha estructurado una cartera de clientes de empresarios del sector agroindustrial caracterizada por el tipo de negocio Business to Business (B2B).

La empresa de Consultoría Ecopack Green S.A.C. se encuentra más consolidada y fidelizada por los clientes a lo largo de la trayectoria empresarial, por tal razón, buscan siempre mejorar cada día la atención y personalización de sus servicios.

5.4. Costos fijos y variables

Debido a su diversidad, los costos se clasifican en fijos y variables. Los costos fijos son los que tiene que pagar la empresa de forma obligatoria y los costos variables son los costos que debe hacer la empresa dependiendo directamente de sus niveles de productividad.

5.4.1. Costos fijos

Para este proyecto, los costos fijos en los que incurrirá y pagará la empresa, independientemente del nivel de actividad de la empresa, son precisos, lo que significa que son costos fijos mensuales por pagar. Los costos fijos de este plan de negocios son los que se enumeran a continuación:

Tabla 12

Inversión fija según cantidad, costo, tasa y depreciación

Inversión fija	Cantidad	Costo	Total
Inversión fijatangible			
Maquinaria y equipo			
Computadora	4	2,000.00	8,000.00
Impresora y fotocopiadora	1	450.00	450.00
Muebles y enseres			
Escritorio	4	200.00	800.00
Silla	4	150.00	600.00
Estantes pequeños	4	200.00	800.00
Vitrinas	1	150.00	150.00
Sillones	2	100.00	200.00
Mesa de recepción	1	250.00	250.00
Total de inversión fija tangible			11,000.00

En la tabla 12 se evidencia la inversión fija según las cantidades, costos, tasa y depreciación de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Tabla 13*Inversión fijo tangible - preoperativos*

Inversión fija	Total
Gastos de Estudio de Mercado	100.00
Encuestas,pasajes,llamadas,comida	100.00
Gastos de ventas	1,660.00
Publicidad de marketing digital	1,310.00
Útiles de oficina	350.00
Gastos de Funcionamiento de la Empresa	2,938.50
Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en Registros Públicos	22.00
Elaboración de la minuta	250.00
Elevar minuta a la escritura pública	150.00
Inscribir escritura pública en registros públicos	90.00
Diseño de la página web	1,600.00
Inscripción de libro INDECOPI (Banco de la nación)	195.00
Registro de nombre,marca (INDECOPI)	534.00
Inscripción Registro Nacional de Consultoras Ambientales	97.50
Licencias	500.00
Municipalidad	300.00
Zoom	200.00
Total inversión fija intangible	5,198.50

En la tabla 13 se evidencia la inversión fija tangible – preoperativos de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Tabla 14*Capital de trabajo*

Capital de trabajo	P.Unitario	Total
a. Variables		2,597.00
Mantenimiento de la página web (trimestral)	400.00	400.00
Especialista en marketing 360	560.00	560.00
Edición de libros digitales	20.00	1,000.00
Pago para registrar en biblioteca nacional	37.00	37.00
Comunity manager	600.00	600.00
b. Fijos		6,754.50
		1,000.00
Alquiler+Garantía del alquiler		
Sueldo (ver tabla 4)		6,442.50
Agua		100.00
Energía Eléctrica		150.00
Servicio Telefónico - Internet (Paquetepremium)		157.00
Movilidad		480.00
Contador terciarizado	450.00	450.00
c. Variable		2,000.00
Personal freenlace nacional (Ingenieros industriales, alimentos, ambientales, etc.)	100.00	2,000.00
c. Otros		700.00
Imprevistos		700.00
Total Capital de Trabajo		12, 076.50
Inversión Inicial		28,275.00

En la tabla 14 se evidencia el capital del trabajo de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

5.5. Indicadores de punto de equilibrio

A continuación, se detalla el punto de equilibrio para el presente plan de negocios.

Tabla 15

Cálculo del punto de equilibrio

Determinar el costo del servicio	Costo Unitario	Precio Venta	IGV	Precio Lista	Margen
Membresía anual (talleres + libros)	385	593	106.75	700	35%
Asesorías	2,203.50	3,390	610.20	4,000	35%

En la tabla 15 se muestra el cálculo del punto de equilibrio el capital del trabajo de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Tabla 16

Cálculo de margen de contribución

Cálculo de margen de contribución	Totales	Membresía anual (talleres + libros)	Asesorías
Precio de venta unitario		593	3,390
Costo variable unitario		385.50	2,203.50
Margen de contribución		35%	35%
Porcentaje de contribución o preferencia de cliente	100%	60%	40%
Margen de contribución ponderado		21.00%	14.00%
Margen de contribución promedio	35%		

En la tabla 16 se muestra el cálculo de margen de contribución de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Tabla 17*Cálculo del punto de equilibrio por servicio*

Cálculo del punto de equilibrio por servicio	Mezcla o participación	Unidades monetarias	Unidades físicas	Costo variable unitario
Membresía anual (talleres + libros)	60%	12,779.14	27	10,562.87
Asesorías	40%	8,519.43	3	7,041.91
Total	100%	21,298.57	31	17,604.79

En la tabla 17 se muestra el cálculo del punto de equilibrio por servicio de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EMPRESA

6.1. Ciclo de operación

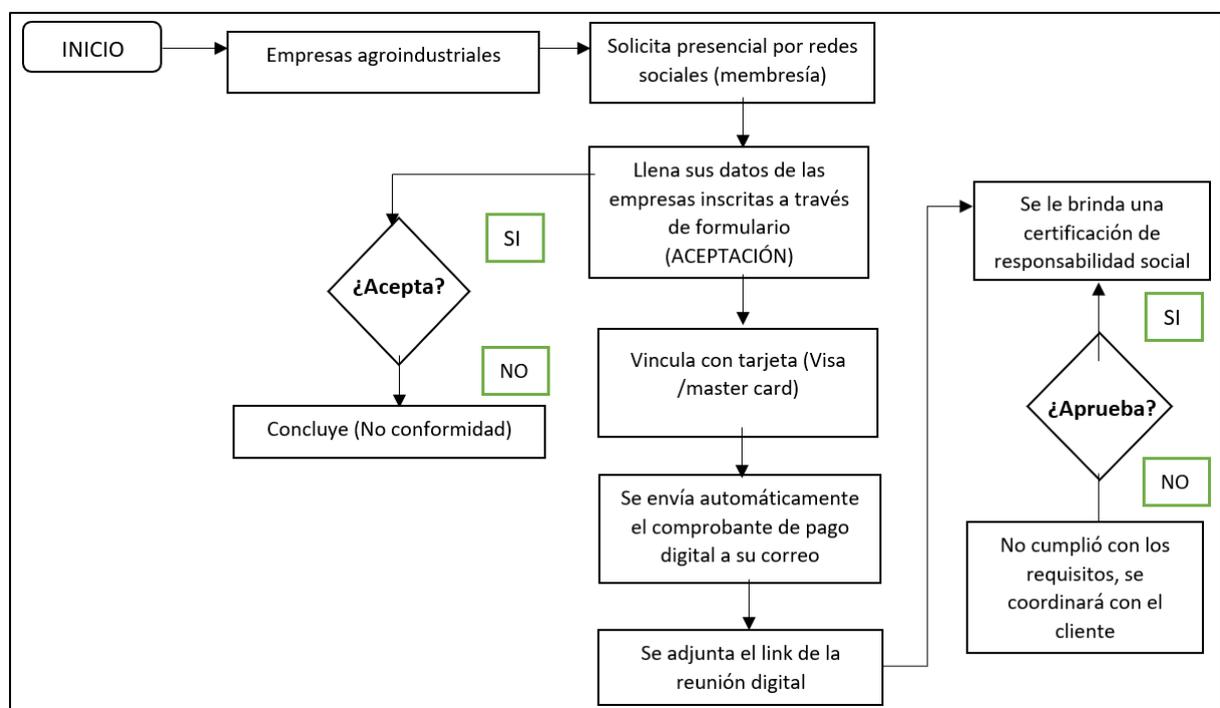
En la consultoría Ecopack Green S.A.C., el ciclo de operación que se ha desarrollado son dos:

- Para el servicio de membresía (talleres + libros).
- Para el servicio de asesoría en economía circular.

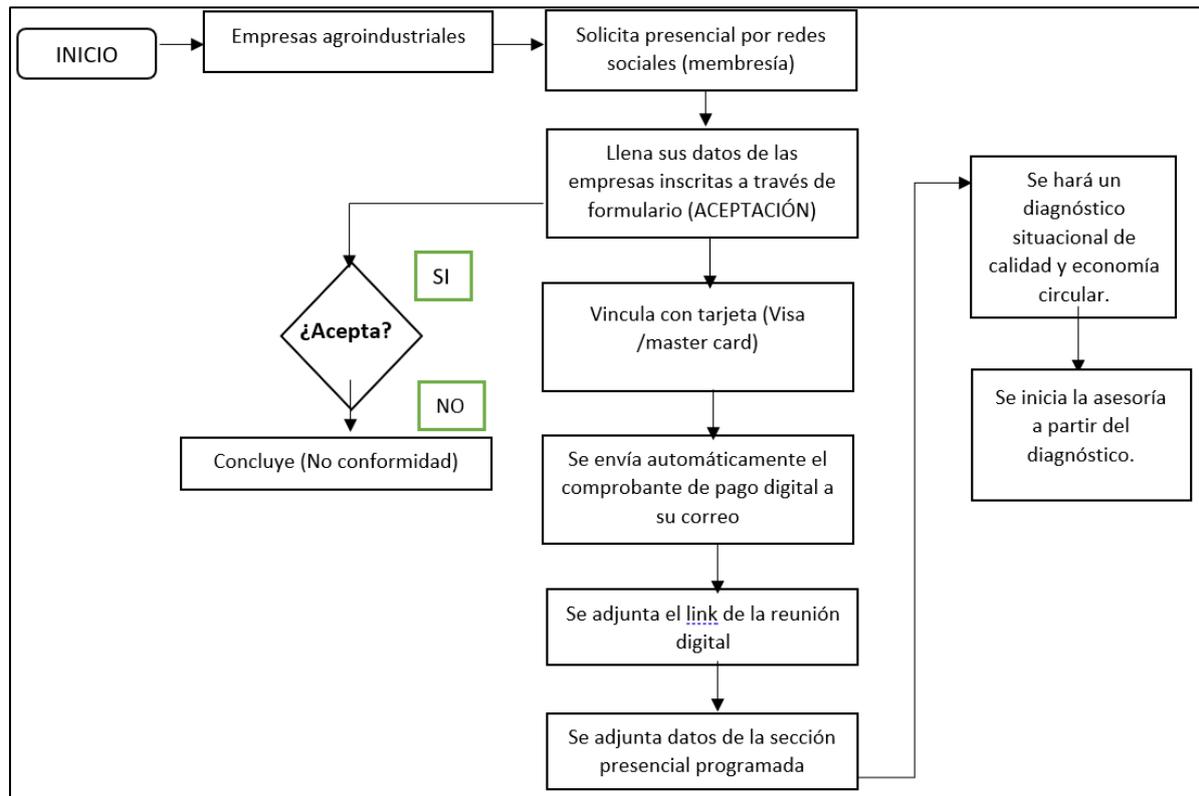
6.1.1. Flujograma del ciclo operacional

Figura 5

Flujograma del ciclo de operacional de membresías (talleres + libros)



En la figura 5 se muestra el ciclo de operación de membresías (talleres + libros) de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Figura 6*Ciclo de operación de asesoría*

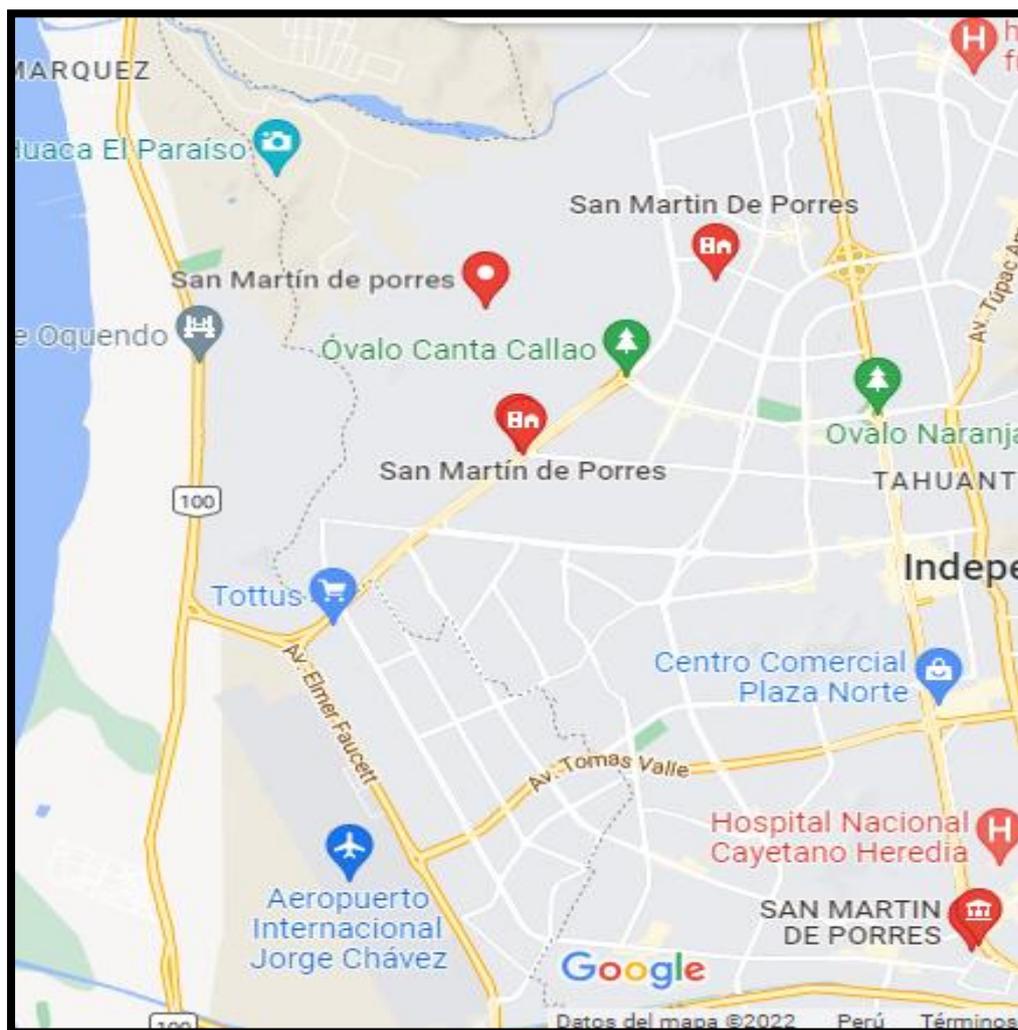
En la figura 6 se muestra el ciclo de operación de asesorías de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

6.2. Localización e infraestructura

La consultoría Ecopack Green S.A.C. se ubica en el distrito de San Martín de Porres - Lima, en una zona geográfica que es estratégica y que permitirá cumplir con los permisos por la Municipalidad. Se eligió este distrito porque se encuentra el público objetivo del sector agroindustrial a sus alrededores y por su fácil acceso de sus vías de transporte.

Figura 7

Ubicación geográfica, distrito de San Martín de Porres - Lima



Nota. De Google Maps.

En la figura 7 se muestra la ubicación geográfica del distrito de San Martín de Porres de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

De acuerdo con el estudio de mercado realizado, se tomó la decisión de que la oficina estará ubicada en Canta Callao Manzana "F" Lote 47 Asociación Brisas de Alameda Santa Rosa Lima, San Martín de Porres, se ofrecerán servicios de membresía (talleres + libros) en empaques biodegradables y asesorías en economía circular.

Tabla 18*Aspectos técnicos de localización*

Descripción	Resultados
País	Perú
Capital	Lima
Distrito	San Martín de Porres
Superficie del país	1 285 215 km ²
N.º de habitante en el Perú al 2022	33 millones 396 mil 700 habitantes
N.º de habitantes en Lima al 2022	10 millones personas
N.º de habitantes en San Martín de Porres al 2022	770 mil 725 personas

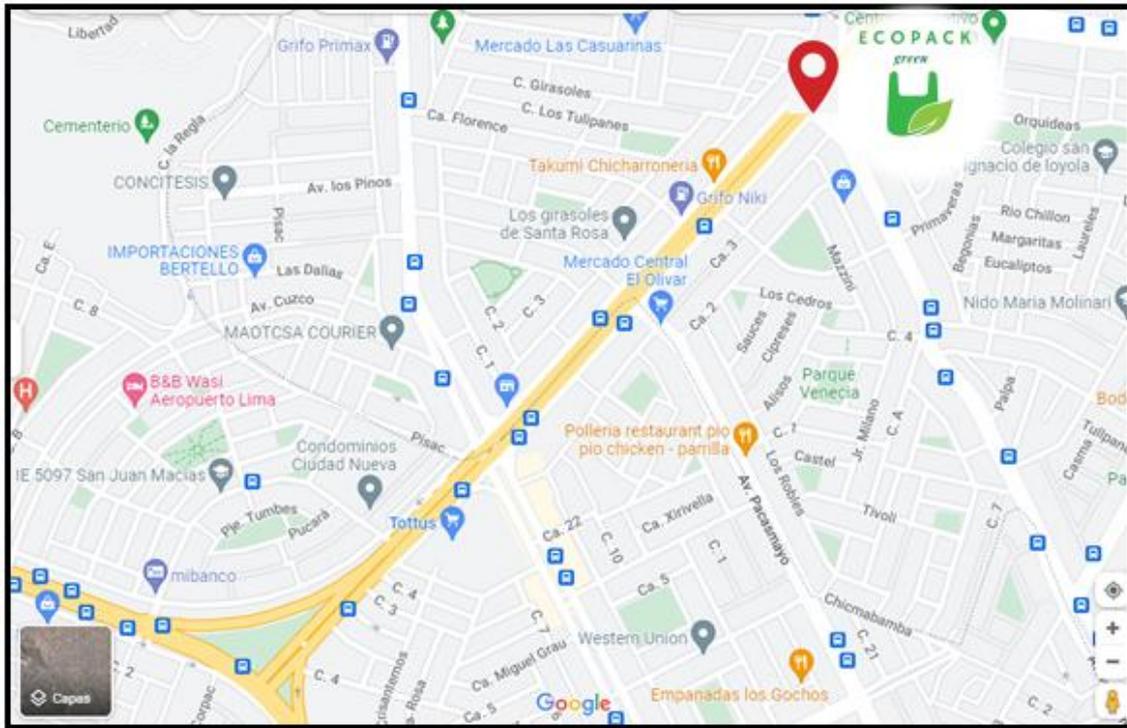
Nota. Adaptado de INEI, 2022.

En la tabla 18 se detalla los aspectos técnicos de localización realizada en el año 2022.

6.2.1. Micro localización del proyecto

La consultoría Ecopack Green S.A.C. tiene sus instalaciones en el distrito de San Martín de Porres, colindantes con las avenidas Canta Callao y Dominicos, cuenta además con un espacio de 230 metros de largo y 10 metros de ancho aproximadamente.

Este local tiene una ubicación céntrica y accesible para los clientes, además, el terreno está en avenidas principales, con afluencia de vehículos y de transporte público.

Figura 8*Micro localización del proyecto*

Nota. De Google Maps.

En la figura 8 se muestra la micro localización del proyecto de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

6.2.2. Disposición de ambientes

La oficina de consultoría Ecopack Green S.A.C., realizará las actividades de administración, recepción, área comercial, área técnica ambiental y sostenible,

Se detalla el diagrama de los ambientes:

Figura 9

Disposición de ambientes de consultoría Ecopack Green S.A.C.



En la figura 9 se muestra la disposición de ambientes de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

6.3. Optimización de los procesos

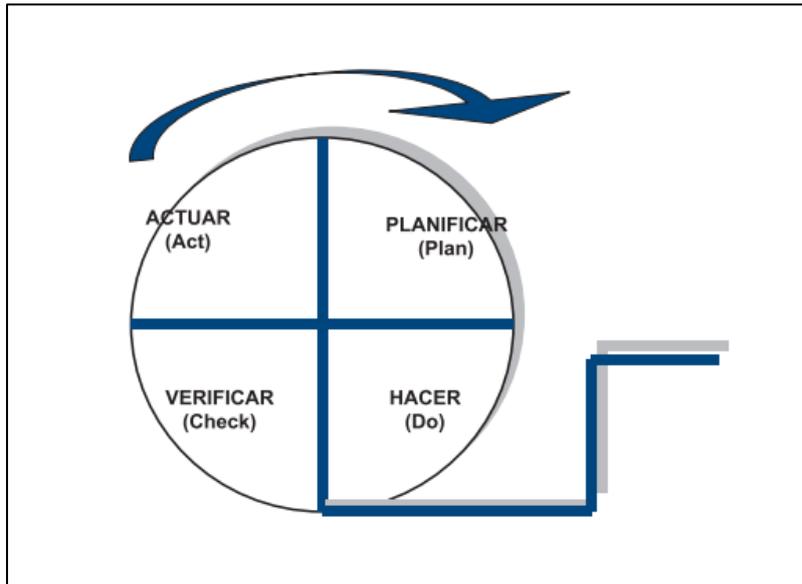
Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (2009) afirma:

Que el ciclo, ruta o rueda de Deming, también conocido con la denominación de ciclo de Shewart, ciclo PDCA («plan – do – check – act») o ciclo PHVA (planificar – hacer – verificar – actuar), es uno de los pilares fundamentales para la planificación y la mejora de la calidad que se aplica en la familia de las normas UNIT-ISO 9000 y en las demás normas sobre sistemas de gestión. (p.9)

En la consultoría Ecopack Green S.A.C. se implementará la mejora de los procesos, por ello se utilizará el ciclo Deming o también llamado ciclo PHVA, que es un sistema con procesos de mejora continua para la organización, la cual tiene como objetivo principal la autoevaluación, buscando destacar las fortalezas e implementando áreas de mejora.

Figura 10

El ciclo PHVA (planificar-hacer-verificar-actuar)



Nota. De Instituto uruguayo de Normas Técnicas, 2009.

En la figura 10 se muestra el ciclo PHVA aplicada en la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Al analizar las operaciones en la consultoría Ecopack Green S.A.C., se decidió que uno de los puntos clave para la organización es atraer y fidelizar a los clientes, para ello se debe asegurar el flujo de clientes mediante una optimización del proceso integrado por los siguientes pasos: identificación, replanteamiento, automatización, implementación y seguimiento.

6.3.1. Planificar

Como consultoría Ecopack Green S.A.C., se establecerá un presupuesto para publicidad en las redes sociales para obtener resultados.

Se detalla a continuación las redes sociales:

- Instagram.
- LinkedIn.
- TikTok.

- Además, se ha considerado presupuesto en publicidad:
- Youtube.
- Marketplace.
- Herramientas de Google (Search, Analytics, Adwords).
- Radio (San Martín de Porres).
- Página web.

Lo que se busca es promover los servicios de membresías en empaques biodegradables y asesorías de economía circular.

6.3.2. Hacer

En la Consultoría Ecopack Green S.A.C. se ejecutará y aplicará tareas planificadas que implica una reflexión sobre lo realizado hasta ahora en las actividades de la consultoría Ecopack Green S.A.C. como:

- El valor añadido de los talleres y asesorías es aumentar el interés en los clientes y generar una data para poder lograr la fidelización.
- Se ofrecerá una promoción con respecto a los talleres de acuerdo con el calendario ambiental promovido por el Ministerio del Ambiente.

6.3.3. Verificar

Se hará un seguimiento y medición de los resultados, se elaboran los objetivos e indicadores, los cuales deben estar mapeados bajo una encuesta en función a los resultados y determinar las mejoras continuas de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

6.3.4. Actuar

En esta etapa es necesario desarrollar las actividades pactadas y presupuestadas de los talleres y asesorías, además, los servicios estarán siempre acompañados de un equipo especializado y capacitado que será el responsable de definir los recursos necesarios para poder lograr el objetivo.

6.4. Aspectos legales y regulatorios

6.4.1. Régimen tributario

El régimen tributario de la consultoría Ecopack Green S.A.C. está basado en micro y pequeñas empresas que buscan el crecimiento y cumplir con las obligaciones tributarias.

El Régimen MYPE Tributario – RMT, según el decreto legislativo, se da cuando los ingresos netos de una empresa no superan las 1700 UIT en el ejercicio gravable o S/ 7,820,000.00.

Tabla 19

Régimen MYPE Tributario

Dirigido a:
Domiciliado en el país.
Realicen actividades empresariales (renta de tercera categoría).
Ingresos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable.

En la tabla 19 se muestra el Régimen MYPE tributario de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

6.4.2. Régimen laboral

La consultoría Ecopack Green S.A.C., se acoge al régimen laboral, con beneficios sociales, según la ley. Se detalla en la tabla las condiciones para los trabajadores y sus beneficios:

Tabla 20*MYPE (Pequeña empresa)*

Beneficios del trabajador	Régimen laboral general
Vacaciones	15 días
Jornada	8 horas/diarias o 48 horas /semanales
Remuneración	Mínima vital S/ 1,050
Gratificaciones	Dos (Fiestas Patrias y Navidad) = 1/2 Remuneración
Seguro de Salud	ESSALUD regular 9% sueldo
Compensación CTS	Una anual = 1/2 Remuneración

En la tabla 20 se muestra el Régimen MYPE tributario de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

6.4.3. Licencias municipales

La consultoría Ecopack Green S.A.C. cuenta con los permisos municipales de:

- Licencia funcionamiento de la Municipalidad de San Martín de Porres.
- Defensa Civil.

CAPÍTULO VII: PLAN DE MARKETING Y VENTAS

7.1. Estrategia global de marketing

La consultoría Ecopack Green S.A.C., es una organización con un tipo de negocio Business to Business (B2B), que significa venta de empresa a empresa.

Con respecto a la estrategia de diferenciación que se aplicará en la consultoría Ecopack Green S.A.C., es que se ofrecerán las membresías (talleres + libros) de empaques biodegradables de acuerdo a la Ley N.º 30884 referido a la prohibición del uso del tecnopor y plástico de un solo uso. Al término de la ejecución de los talleres los participantes serán certificados con mención en responsabilidad social, esto le convierte en un empresa responsable y sostenible en el mercado, además, las asesorías se orientarán a un modelo de economía circular.

7.2. Precio y tácticas de venta

7.2.1. Precio de venta

Los precios de venta, según el estudio de mercado desarrollado, están en un nivel promedio con respecto a la competencia de la consultoría Ecopack Green S.A.C., como se detalla en la tabla 21.

Tabla 21

Precio de los servicios de consultorías (competencia)

Servicios	Precio
Consultoría Ecopack Green S.A.C.	
Membresías (talleres + libros)	S/ 700.00
Asesoría	S/ 4,000
Consultoría Ecomas (Asesorías)	S/ 4,000
Grupo Gea (Asesorías)	S/ 4,000
Ambiental en Línea (Asesorías)	S/ 4,000

En la tabla 21 se muestra el precio de los servicios de las competencias de las consultorías.

La consultoría Ecopack Green S.A.C. desarrollará una estrategia de penetración, ya que el precio está de acuerdo con la oferta del mercado de consultorías ambientales peruanas.

7.3. Promoción y publicidad

7.3.1. Promoción

En la consultoría Ecopack Green S.A.C., se realizarán promociones para poder resaltar los atributos de diferenciación frente a la competencia.

7.3.1.1. Alianzas Estratégicas.

Se realizarán alianzas estratégicas con la empresa Organipack de rubro de empaques biodegradables, además, auspiciará en los eventos que se realizarán en los talleres o actividades de apoyo social. Las promociones que se establecerán son las siguientes:

- Charla introductoria gratuita a las 10 primeras empresas del sector agroindustrial que se inscriban a los talleres o asesorías.
- Distribución de folletos y llaveros para que conozca de los servicios de talleres, asesorías de la empresa Ecopack Green S.A.C.
- Taller gratuito de acuerdo al calendario ambiental, para captar más clientes con el fin que el empresario facilite sus correos y números telefónicos para generar una base de datos y enviar publicidades por correos.

7.3.2. Publicidad

Según los autores Kotler y Armstrong (2017) definen: “Una estrategia de publicidad consta de dos elementos principales: crear los mensajes publicitarios y seleccionar los medios de comunicación por los que se difundirán” (p. 365).

Tabla 22

Plan de publicidad

Concepto	Mensajes publicitarios	Medios utilizados
	Creación de comunidades	
Publicidad 1	virtuales como grupos de consultorías empresariales.	Grupos en Facebook de consultorías.
Publicidad 2	Creación de una página web de los servicios, comunidades, galería y blogs.	Página web.
Publicidad 3	Publicidad y publicaciones en las redes sociales con un community manager.	Redes sociales.
Publicidad 4	Uso de marketplace para comercializar los servicios.	Marketplace

En la tabla 22 se evidencia los diferentes tipos de publicidad que se utilizarán en la consultoría Ecopack Green S.A.C.

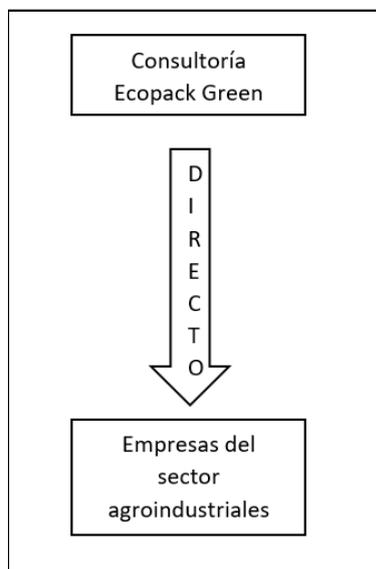
7.4. Distribución

La consultoría Ecopack Green S.A.C. utilizará el canal de distribución del marketing directo, es decir, los servicios se comercializarán de manera directa a las empresas de los sectores agroindustriales.

Al respecto, Kotler y Armstrong (2017) sostienen: “(...) el canal de marketing directo no tiene intermediarios, quiere decir que la compañía vende directamente a los consumidores” (p. 295).

Figura 11

Canal de marketing directo



La figura 11 muestra la distribución de la consultoría Ecopack Green S.A.C., donde se observa un canal directo donde no interfieren intermediarios.

7.5. Posicionamiento

Según Kotler y Armstrong (2017) afirman:

El posicionamiento del producto es la manera en que los consumidores definen el producto con base a sus atributos importantes; es decir, es la posición que ocupa el producto en la mente de los consumidores en relación con los productos de la competencia. (p. 182)

Según Kotler y Armstrong (2017) define: “El posicionamiento de una marca se denomina propuesta de valor, es decir, constituye toda la mezcla de beneficios por las cuales la marca se diferencia y posiciona” (p. 183).

Finalmente, de acuerdo con lo manifestado por el autor la marca debe de posicionarse en la mente del consumidor, por ello, se ha creado un logo en donde se identificará lo siguiente:

Figura 12

Logo Ecopack Green



La figura 12 se muestra el logo de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

- Marca: “Ecopack Green”.
- Slogan: Trabajamos para lograr un planeta sano y sostenible.
- Logotipo: Ecopack Green traducido en castellano (paquetes ecológicos verde).
- Isotipo: Bolsa y la hoja verde que hace referencia al cuidado del medioambiente con empaques biodegradables, compostables y bioactivos.
- Colorimetría: Color verde.
 - Armonía: El equilibrio y la tranquilidad.
 - Salud: Esperanza y buena salud.
 - Naturaleza: Representa a la primavera.
- Tipografía expandida
- Mensaje positivo y confianza

7.6. Objetivos y planes de acción

Tabla 23

Planes de acción de marketing

Objetivo general	Estrategia	Táctica	Responsable
Lograr conseguir un 20% de cartera de clientes a través de una estrategia de marketing digital en los próximos 3 meses del año 2022.	Realizar campañas publicitarias en las redes sociales como Facebook, LinkedIn, Instagram y TikTok.	Uso de la transformación digital de tecnología	Gabriela Argumedo.
Objetivo específico	Estrategia	Táctica	Responsable
Lograr incrementar la base de datos de Ecopack Green S.A.C. en un 30% con el fin de aumentar de prospectos en 100 personas en un periodo de 3 meses.	Desarrollo de cursos virtuales gratis dirigidos a empresas de los sectores agroindustriales en temas de multas y recomendaciones sobre los empaques biodegradables y economía circular.	Invitación a las empresas del sector agroindustrial en sus propios locales de los talleres gratuitos.	Jorge Crisóstomo.
Lograr visitas el primer mes del lanzamiento y aumentar el tráfico de la página web obteniendo un 30% más de visitas los 3 primeros meses.	Utilización de Google Adwords.	Presencia en el buscador de Google para direccionar a la página web cuando un cliente haga búsqueda cursos digitales o asesorías de empaques biodegradables y economía circular.	Jorge Crisóstomo.

En la tabla 23 se detalla los planes de acción de marketing en base al objetivo general y los objetivos específicos de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

CAPÍTULO VIII: PROYECCIÓN FINANCIERA

8.1. Determinación de la tasa de descuento adecuada

El proyecto de inversión de la consultoría Ecopack Green S.A.C., incluye la tasa del sector de consultoría, la cual se describe en la siguiente tabla.

Tabla 24

Tasa de crecimiento

Sector	Tasa de crecimiento
Consultoría	6%

En la tabla 24 se detalla la tasa crecimiento de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Las previsiones para el año 2021 del sector de la consultoría son de un crecimiento de los ingresos del 6.2%. Así se desprende el estudio de la AEC sobre la evolución de sus empresas asociadas, que han mantenido en 2020 sus ingresos estables, pese a la crisis generada por la pandemia.

8.1.1. Estructura de la inversión

Se ha determinado la estructura de inversión para el proyecto consultoría Ecopack Green S.A.C., la cual incluye inversión fija tangible, inversión fija intangible pre-operativos, capital de trabajo.

Cada detalle de la estructura de inversión considera las cantidades, costos unitarios y los costos totales.

Se muestra en la tabla 25 la estructura de inversión.

Tabla 25*Inversión fija tangible*

Inversión fija	Cantidad	Costo	Total
Inversión Fija Tangible			
Maquinaria y Equipos			8,450.00
Computadora	4	2,000.00	8,000.00
Impresora + fotocopiadora	1	450.00	450.00
Muebles y enseres			2,550.00
Escritorio	4	200.00	800.00
Silla oficina	4	150.00	600.00
Estantes pequeños	4	200.00	800.00
Vitrinas	1	150.00	150.00
Sillones	2	100.00	200.00
Mesa de recepción	1	250.00	250.00
Total de Inversión Fija Tangible			11,000.0
			0

En la tabla 25 se detalla la inversión fija tangible de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Tabla 26*Inversión fija intangible – preoperativos*

Inversión fija	Total
Gastos de Estudio de Mercado	100.00
Encuestas, pasajes, llamadas, comida	100.00
Gastos de ventas	1,660.00
Publicidad de marketing digital	1,310.00
Útiles de oficina	350.00
Gastos de Funcionamiento de la Empresa	2,938.50
Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en Registros Públicos	22.00
Elaboración de la minuta	250.00
Elevar minuta a la escritura pública	150.00
Inscribir escritura pública en registros públicos	90.00
Diseño de la página web	1,600.00
Inscripción de libro INDECOPI (Banco de la nación)	195.00
Registro de nombre, marca (INDECOPI)	534.00
Inscripción Registro Nacional de Consultoras Ambientales	97.50
Licencias	500.00
Municipalidad	300.00
Zoom	200.00
Total inversión fija intangible	5,198.50

En la tabla 26 se detalla la inversión fija intangible de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Tabla 27*Capital de trabajo*

Capital de Trabajo	P. Unitario	Cantidad	Total
a. Variables			2,597.00
Mantenimiento de la página web (trimestral)	400	1	400
Especialista en marketing 360	560	1	560
Edición de libros digitales	20	50	1,000.00
Pago para registrar en biblioteca nacional	37	1	37
Community manager	600	1	600
b.Fijos			8,779.50
Alquiler + Garantía del alquiler			1,000.00
Sueldo (ver tabla 4)			6,442.50
Agua			100
Energía Eléctrica			150
Servicio Telefónico - Internet (Paquete premium)			157
Movilidad			480
Contador tercerizado	450	1	450
c.Variable			2,000.00

En la tabla 27 se detalla el capital de trabajo de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

De acuerdo con la estructura de financiamiento, el aporte de los socios es de 62% (S/ 18,275.00) y 35% (S/ 10,000), con un capital de inversión total de S/ 28,275.00 que equivale a una estimación aproximada de la inversión

Tabla 28*Detalle de aporte de los socios*

Estructura de inversión		%
Préstamo del banco (Caja Cusco)	10,000.00	35.40%
Socio 1	9,137.50	32.30%
Socio 2	9,137.50	32.30%
Total	28,275.00	100%

En la tabla 28 se detalla el aporte de los socios de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

8.1.2. Monto y costo de la deuda propuesta

Se solicitará el monto de financiamiento a la institución financiera Caja Cusco con una tasa de 41.43%.

A continuación, se presenta en la tabla 29 los indicadores de Caja Cusco.

Tabla 29

Indicadores del financiamiento Caja Cusco

Descripción	Valor
Préstamos bancario S/	10,000
TEA (Banco)	41.43%
TEM	2.93%
Plazo	9 meses
Cuota mensual	1,280.19

En la tabla 29 se detalla los indicadores del financiamiento de Caja Cusco de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

8.1.3. Costo promedio ponderado del capital (WACC)

El costo de oportunidad (Ke) de un inversionista es del 10.07%, que representa a la estimación de las ganancias de los accionistas por la inversión que realizan. El costo de la deuda (Kd), que representa la capacidad de financiamiento de un préstamo bancario es del 11%, es decir, representa la relación del costo-beneficio anual (TCEA). En ese sentido se procede a calcular el WACC.

La fórmula del WACC es:

$$WACC = Kd * (1-T) * \% D + Ke * \% Acc$$

Dónde:

Kd = Cok del financiamiento bancario (11%).

T = Impuesto a la renta (29.5%).

% D = Porcentaje de participación de la deuda (37%).

Ke = Costo del accionista (10.07%).

% Acc = Porcentaje de participación del accionista (62%).

WACC: 21%.

8.2. Estados de resultados y balances actuales

Tabla 30

Estado de situación financiera actual

Estado Resultado Cifras M PEN	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	232,000	245,920	260,675
Costo de ventas	-84,000	-89,040	-94,382
Utilidad Bruta	148,000	156,880	166,293
Gastos de Administración	-67,209	-69,898	-72,694
Gasto de venta	-53,213	-55,706	-57,934
Ganancia (Pérdida) Operativa	27,578	31,277	35,665
Gastos Financieros	-1,522		
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	26,056	31,277	35,665
Impuesto a la ganancia	-11,636	-13,177	-14,471
Utilidad y resultado integrales del año	14,419	18,100	21,194
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	14,419	18,100	21,194

En la tabla 30 se detalla el estado de situación financiera actual de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

8.3. Estados de resultados y balances proyectados. Análisis de la reinversión de utilidades

Tabla 31

Estado de situación financiera proyectada

Estado Resultado Cifras M PEN	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	232,000	245,920	260,675
Costo de ventas	-84,000	-89,040	-94,382
Utilidad Bruta	148,000	156,880	166,293
Gastos de Administración	-67,209	-69,898	-72,694
Gasto de venta	-53,213	-55,706	-57,934
Ganancia (Pérdida) Operativa	27,578	31,277	35,665
Gastos Financieros	-1,522		
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	26,056	31,277	35,665
Impuesto a la ganancia	-11,636	-13,177	-14,471
Utilidad y resultado integrales del año	14,419	18,100	21,194
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	14,419	18,100	21,194

En la tabla 31 se detalla el estado de situación financiera proyectada de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

8.4. Flujo de caja diferencial proyectado

Tabla 32

Estado de situación financiera

Estados de situación financiera proyectados				
Activo corriente	S/ 1,522	S/ 16,056	S/ 58,969	S/ 107,811
Efectivo		S/ 11,713	S/ 53,756	S/ 101,867
Cuentas por cobrar		S/ 4,343	S/ 5,213	S/ 5,944
Gastos pagados por anticipado	S/ 1,522			S/ 0
Activo no corriente	S/ 27,337	S/ 27,337	S/ 27,337	S/ 27,337
Activo intangible	S/ 16,337	S/ 16,337	S/ 16,337	S/ 16,337
Activo fijo	S/ 11,000	S/ 11,000	S/ 11,000	S/ 11,000
Depreciación acumulada		S/ 0		
Credito fiscal				
Total activo	S/ 28,859	S/ 43,393	S/ 86,306	S/ 135,148
Pasivo corriente	S/ 11,522	-S/ 11,636	-S/ 13,177	-S/ 14,471
Tributos por pagar		-S/ 11,636	-S/ 13,177	-S/ 14,471
Obligaciones financieras	S/ 11,522			
Cuentas por pagar				
Patrimonio	S/ 17,337	S/ 31,756	S/ 49,857	S/ 71,051
Capital	S/ 17,337	S/ 17,337	S/ 17,337	S/ 17,337
Resultado acumulado		S/ 14,419	S/ 32,520	S/ 53,714
Total pasivo + patrimonio	S/ 28,859	S/ 20,120	S/ 36,680	S/ 56,579

En la tabla 32 se detalla estado de situación financiera proyectada de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Tabla 33*Flujo de caja proyectado*

Flujo de caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Cifras M PEN				
Ingreso o ventas		232,000	245,920	260,675
Costo de ventas		-84,000	-89,040	- 94,382
Utilidad Bruta		148,000	156,880	166,293
Gastos				
Administrativos		-67,209	-69,898	-72,694
Gastos de ventas		-53,213	-55,706	-57,934
Utilidad Operacional		27,578	31,277	35,665
Impuesto a la renta		-11,636	-13,177	-14,471
Depreciación y amortización		2,796.3 5	2,908.2 0	3,024.5 3
Flujo de caja operativo		18,738	21,008	24,219
Gastos Financieros		-1,522		
Préstamo		0		
Flujo de caja financiero	- 28,275.00	17,216	21,008	24,219
inversión				
Flujo de caja neto	- 28,275.00	17,216	21,008	24,219

En la tabla 33 se detalla el flujo de caja proyectado de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

8.5. Análisis de los indicadores de rentabilidad

Los indicadores que se utilizarán en el proyecto de Consultoría Ecopack Green S.A.C. son el TIR y el VAN, en los diferentes escenarios.

8.5.1. Escenario conservador

Tabla 34

Indicadores VAN y TIR - escenario conservador

Estado Resultado Cifras M PEN	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	232,000	245,920	260,675
Costo de ventas	-84,000	-89,040	-94,382
Utilidad Bruta	148,000	156,880	166,293
Gastos de Administración	-67,209	-69,898	-72,694
Gasto de venta	-53,213	-55,706	-57,934
Ganancia (Pérdida) Operativa	27,578	31,277	35,665
Gastos Financieros	-1,522		
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	26,056	31,277	35,665
Impuesto a la ganancia	-11,636	-13,177	-14,471
Utilidad y resultado integrales del año	14,419	18,100	21,194
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	14,419	18,100	21,194

En la tabla 34 se detalla el escenario conservador de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Tabla 35*Flujo de caja conservador*

Flujo de caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Cifras M PEN				
Ingreso o ventas		232,000	245,920	260,675
Costo de ventas		-84,000	-89,040	- 94,382
Utilidad Bruta		148,000	156,880	166,293
Gastos Administrativos		-67,209	-69,898	-72,694
Gastos de ventas		-53,213	-55,706	-57,934
Utilidad Operacional		27,578	31,277	35,665
Impuesto a la renta		-11,636	-13,177	-14,471
Depreciación y amortización		2,796.35	2,908.20	3,024.53
Flujo de caja operativo		18,738	21,008	24,219
Gastos Financieros		-1,522		
préstamo		0		
Flujo de caja financiero inversión	- 28,275.00	17,216	21,008	24,219
Flujo de caja neto	- 28,275.00	17,216	21,008	24,219

En la tabla 35 se detalla el flujo de caja conservador de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

T.D. = Re 21%

VAN = 14201.71

TIR = 49.18%

- **Interpretación**

El escenario conservador se ha realizado con una estimación de crecimiento conservadora del sector del 6% y una estimación estimada del PBI para el 2023 del 3.5%. En los costos se utilizará una estimación de inflación del 4% incremento anual,

ya que se considera que el entorno macroeconómico internacional puede afectar la cadena de suministros y la inflación. (MEF proyecciones)

8.5.2. Escenario optimista

Tabla 36

Estado de resultado optimista

Estado Resultado Cifras M PEN	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	232,000	250,560	270,605
Costo de ventas	-84,000	-86,520	-89,116
Utilidad Bruta	148,000	164,040	181,489
Gastos de Administración	-67,209	-69,226	-71,302
Gasto de venta	-53,213	-54,809	-56,454
Ganancia (Pérdida) Operativa	27,578	40,005	53,733
Gastos Financieros	-1,522		
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	26,056	40,005	53,733
Impuesto a la ganancia	-11,636	-15,751	-19,801
Utilidad y resultado integrales del año	14,419	24,254	33,932
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	14,419	24,254	33,932

En la tabla 36 se detalla el flujo de caja optimista de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Tabla 37*Flujo de caja optimista*

Flujo de caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Cifras M PEN				
Ingreso o ventas		232,000	250,560	270,605
Costo de ventas		-84,000	-86,520	- 89,116
Utilidad Bruta		148,000	164,040	181,489
Gastos Administrativos		-67,209	-69,226	-71,302
Gastos de ventas		-53,213	-54,809	-56,454
Utilidad Operacional		27,578	40,005	53,733
Impuesto a la renta		-11,636	-15,751	-19,801
Depreciación y amortización		-	-	-
Flujo de caja operativo		15,941	24,254	33,932
Gastos Financieros		-1,522		
préstamo		0		
Flujo de caja financiero inversión	- 28,275.00	14,419	24,254	33,932
Flujo de caja neto	- 28,275.00	14,419	24,254	33,932

En la tabla 37 se detalla el flujo de caja optimista de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

T.D. = Re 21%

VAN = 19640.75

TIR = 56%

- **Interpretación**

El escenario optimista se ha realizado con una estimación de crecimiento del sector del 8% ya que se considera un mercado disruptivo y con una alta demanda debido a las políticas de conservación climática y los estímulos fiscales en este sector.

Una estimación del PBI del 4%. En los costos se utilizará una estimación de inflación del 3%, ya que se espera se solucionen los conflictos internacionales que afectan la inflación.

8.5.3. Escenario pesimista

Tabla 38

Estado de resultado pesimista

Estado Resultado Cifras M PEN	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	232,000	232,000	232,000
Costo de ventas	-84,000	-88,200	-92,610
Utilidad Bruta	148,000	143,800	139,390
Gastos de Administración	-67,209	-69,226	-71,302
Gasto de venta	-53,213	-54,809	-56,454
Ganancia (Pérdida) Operativa	27,578	19,765	11,634
Gastos Financieros	-1,522		
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	26,056	19,765	11,634
Impuesto a la ganancia	-11,636	-9,781	-7,382
Utilidad y resultado integrales del año	14,419	9,984	4,252
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	14,419	9,984	4,252

En la tabla 38 se detalla el estado de resultado pesimista de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

Tabla 39*Flujo de caja pesimista*

Flujo de caja Cifras M PEN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingreso o ventas		232,000	232,000	232,000
Costo de ventas		-84,000	-88,200	- 92,610
Utilidad Bruta		148,000	143,800	139,390
Gastos Administrativos		-67,209	-69,226	-71,302
Gastos de ventas		-53,213	-54,809	-56,454
Utilidad Operacional		27,578	19,765	11,634
Impuesto a la renta		-11,636	-9,781	-7,382
Depreciación y amortización		-	-	-
Flujo de caja operativo		15,941	9,984	4,252
Gastos Financieros		-1,522		
préstamo		0		
Flujo de caja financiero inversión	-28,275.00	14,419	9,984	4,252
Flujo de caja neto	-28,275.00	14,419	9,984	4,252

En la tabla 39 se detalla el flujo de caja pesimista de la consultoría Ecopack Green S.A.C.

T.D. = Re 21%

VAN = -7049.29

TIR = 0.817%

- **Interpretación**

El escenario pesimista se ha realizado con una estimación de crecimiento del sector del 0% en caso suceda una recesión debido a la alta tasa de tipos de intereses fijada por el BCR y un alza en el dólar que afecte los márgenes en los insumos de

productores de productos ecoamigables. Además, en un entorno político inestable, la ley que regula los envases ecoamigables puede peligrar.

8.6. Rentabilidad para el accionista

8.6.1. Escenario conservador

- 1) Invierto S/ 28,275.00 y recupero S/ 28,275,00.
- 2) Gano la rentabilidad esperada = 21%.
- 3) Además, recibo S/ 14,201.71.

El proyecto tiene un valor de venta de S/ 14,201.71 para un inversionista que espera ganar el 21% de rentabilidad.

8.6.2. Escenario optimista

- 1) Invierto S/ 28,275.00 y recupero S/ 28,275,00.
- 2) Gano la rentabilidad esperada = 21%.
- 3) Además, recibo S/ 19,640.75.

El proyecto tiene un valor de venta de S/ 19,640.75 para un inversionista que espera ganar el 21% de rentabilidad.

8.6.3. Escenario pesimista

- 1) Invierto S/ 28,275.00 y recupero S/ -7,049.29.
- 2) Gano la rentabilidad de 0%.
- 3) Además, recibo 0.00.

El proyecto tiene un valor de venta de S/ -7147.29 para un inversionista que espera ganar el 0% de rentabilidad.

CONCLUSIONES

Según los resultados obtenidos en el Plan de Negocio Consultoría online Ecopack Green S.A.C. sobre empaques biodegradables para empresas del sector agroindustrial con enfoque de la economía circular en el distrito de san Martín de Porres – 2022, se han determinado las siguientes conclusiones:

1. La Consultoría Ecopack Green S.A.C. es viable desde el punto de vista económico, ya que se cuenta con los recursos, equipos y capital para poder realizar el proyecto, además, existe un mercado del sector agroindustrial que está dispuesto a pagar por los servicios de membresías (talleres + libros) y las asesorías de economía circular.
2. Sostenible, ya que se demostró un crecimiento en las ventas a lo largo del tiempo en un periodo proyectado de 3 años, además, se llevará de la mano una campaña intensiva de marketing digital con el fin de dar a conocer los servicios y beneficios de la consultoría Ecopack Green S.A.C.
3. Es rentable, ya que el proyecto tiene un valor actual neto de S/ 14,201.71 para un inversionista y se espera ganar el 21% de rentabilidad.
4. La consultoría Ecopack Green S.A.C., garantiza una óptima inversión en los procesos de producción de las empresas agroindustriales, bajo los conceptos de empaques biodegradables y de economía circular.
5. Es estratégico, porque permite a las empresas agroindustriales formular sus planeamientos estratégicos a corto, mediano y largo plazo a través de indicadores de gestión referidos a la reducción de residuos y de costos de producción.

REFERENCIAS

- Agencia Peruana de Noticias. (2022, 9 de enero). Más de 263,000 pequeños productores fueron beneficiados con Fertiabono en el 2022. *Andina*. <https://andina.pe/agencia/noticia-mas-263000-pequenos-productores-fueron-beneficiados-fertiabono-el-2022-924549.aspx>
- Aguilar, A. (2016). Marketing Verde, una Oportunidad para el Cambio Organizacional. *Realidad y Reflexion*, 16(44), 93-96.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2022, marzo). Reporte de inflación. *BCRP*. <https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/reporte-de-inflacion.html>
- Chan, E., Okumus, F., & Chan, W. (2018). Barriers to environmental technology adoption in hotels. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(5), 829-852. <https://doi.org/10.1177/1096348015614959>
- Chwialkowska, A., Bhatti, W.A., & Glowik, M. (2020). The influence of cultural values on pro-environmental behavior. *Journal of cleaner production*, 1(268). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122305>
- Corozo, P. (2017, 25 de enero). Unilever, empresa comprometida con el medio ambiente. *Diario el Mundo*. <https://diario.elmundo.sv/Empresarial/unilever-empresa-comprometida-con-el-medio-ambiente>
- Informe sobre el Desarrollo industrial. (2022, 05 de marzo). *El futuro de la industrialización en un mundo post-pandémico*. Onudi. <https://ods9.org/resource/576/informe-sobre-el-desarrollo-industrial-2022>
- Instituto Uruguayo de Normas Técnicas. (2009, 20 de abril). *Herramientas para la mejora de la calidad*. Wordpress. <https://qualitasbiblo.files.wordpress.com/2013/01/libro-herramientas-para-la-mejora-de-la-calidad-curso-unit.pdf>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing* (11ª ed.). Pearson.

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2018). *Marketing 3.0* (4^a ed.). Acción empresarial. <https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/987/1/TFPP%20EEN%202018%20CEM-MMD.pdf>
- Kovtun, O. (2020). Pluriatividade e agroindústrias rurais no Maranhão: uma análise baseada no censo agropecuário de 2006. *Revista Pós Ciências Sociais*, 16(32), 188-189. <https://doi.org/10.18764/2236-9473.v16n32p189-217>
- Kpadonou, R., Owiyo, T., Barbier, B., Denton, F., Rutabingwa, F., & Kiema, A. (2017). Advancing climate-smart-agriculture in developing drylands: Joint analysis of the adoption of multiple on-farm soil and water conservation technologies in West African Sahel. *Land Use Policy*, 61(1), 196–207. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2016.10.050>
- Machado, M., Nicholls, C., Márquez, S. & Turbay, S. (2015). Caracterización de nueve agroecosistemas de café de la cuenca del río Porce, Colombia, con un enfoque agroecológico. *Idesia*, 33(1), 69-83. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34292015000100008>
- Murillo, J., Garcés, C., y Rivera, P. (2011). Barriers to the adoption of proactive environmental strategies. *Journal of Cleaner Production*, 19(13), 1417-1425. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.05.005>
- Musafiri, C. M., Macharia, J. M., Ng'etich, O. K., Kiboi, M. N., Okeyo, J., Shisanya, C. A., Okwuosa, E. A., Mugendi, D. N., & Ngetich, F. K. (2020). Farming systems' typologies analysis to inform agricultural greenhouse gas emissions potential from smallholder rain-fed farms in Kenya. *Scientific African*, 8(1), 20-25. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2020.e00458>
- Peattie K. (2001). Towards sustainability The third age of green marketing. *The marketing review*, 2(2), 129-146. <https://doi.org/10.1362/1469347012569869>

- Rivera, C., Contreras, F., Ariza, W., Bonilla, S., & Cruz, A. (2019). Los empaques biodegradables, una respuesta a la consciencia ambiental de los consumidores. *Realidad Empresarial*, (7), 2–8. <https://doi.org/10.5377/reuca.v0i7.7830>
- Sociedad Nacional de Industrias. (2022). Año de propuestas y consensos por el Perú. *Industria peruana*, 1(969), 10-12. <https://sni.org.pe/3d-flip-book/revista-peruana-969/>
- Solís, L., Lanari, M. & Oyarzabal, M. (2020). Tipificación integral de sistemas caprinos de la provincia de Santa Elena, Ecuador. *La Granja*, 31(1), 72–85. <https://doi.org/10.17163/lgr.n31.2020.06>
- Sukier, H., Molina, R., Parra, M., Cueto, G., Fernández, P. & Lay, N. (2020). Gestión estratégica de talento humano desde un enfoque sustentable. *Opción*, 36(91), 929-953. <https://hdl.handle.net/11323/6994>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2020, abril). *Tipo de contribuyente*. SUNAT. https://orientacion.sunat.gob.pe/sites/default/files/inline-files/TABLA_ANEXA_2_0.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

CUESTIONARIO

Objetivo

Conocer las opiniones de los clientes con respecto a los bienes y servicios de empaques ecológicos y economía circular de los sectores agroindustriales.

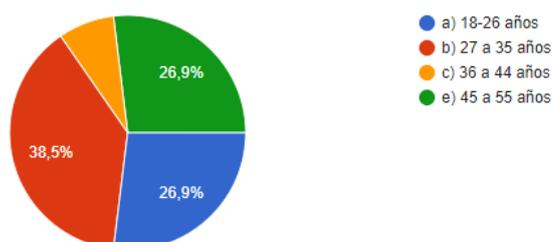
Instrucción: A continuación, le presentamos las siguientes preguntas en el cual se les pide marcar con (X) la alternativa que usted crea conveniente.

Empaquetes biodegradables: Proviene de fuentes renovables y al convertirse en residuos, se degradan cuando entran en contacto con el medio ambiente.

Economía circular: es un sistema que busca aprovechar los recursos para reducir, reciclar y reutilizar todo aquello que se desecha y darle una segunda vida.

Preguntas de Filtros:

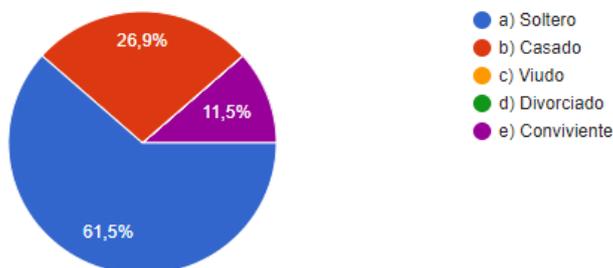
EDAD:



Interpretación

De acuerdo con la figura se evidencia que la mayoría de los empresarios o trabajadores del sector agroindustrial son de 27 a 35 años que representa un 38.5%, 26.9% son de rango de edad de 18 a 26 años, la otra parte representa al 26.9% de 45 a 55 años.

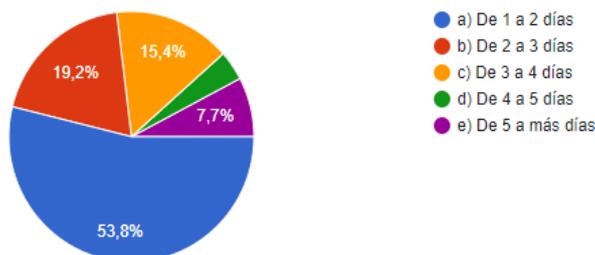
ESTADO CIVIL:



Interpretación

De acuerdo con la figura se evidencia que la mayoría empresarios, trabajadores del sector agroindustrial, 61.5% son solteros y el 26.9% son casados.

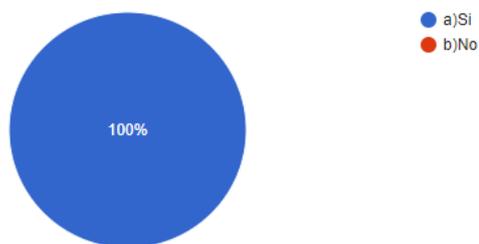
1. ¿Cuántas veces a la semana compras productos con empaques tradicionales (bolsas)?



Interpretación

De los empresarios y trabajadores del sector agroindustrial encuestados indican que compran los productos con empaques tradicionales de 1 a 2 días, representando el 53.8%, mientras que el 19.2% de 2 a 3 días veces a la semana.

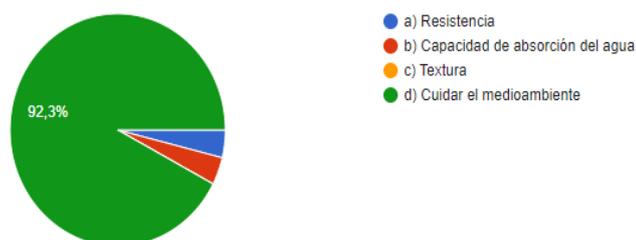
2. ¿Te gustaría usar los empaques biodegradables?



Interpretación

De los empresarios y trabajadores del sector agroindustrial encuestados indica el 100% que si le gustaría usar empaques biodegradables.

3. ¿Por qué te gustaría usar los empaques biodegradables?



Interpretación

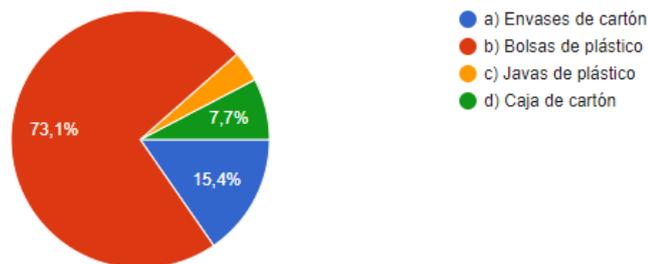
De los empresarios y trabajadores del sector agroindustrial encuestados indican que le gustaría usar los empaques biodegradables para cuidar el medioambiente un 92.3%

4. ¿Por qué no te gustaría usar los empaques biodegradables?

0 respuestas

Aún no hay respuestas para esta pregunta.

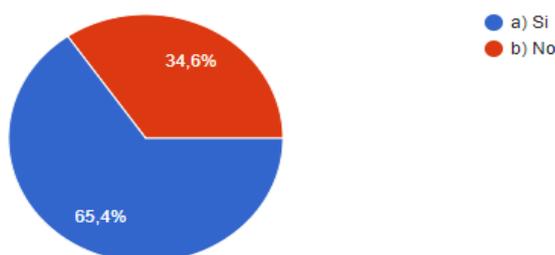
5. ¿Qué tipo de empaques solicitas para tus productos de la línea en el sector agroindustrial?



Interpretación

De los empresarios y trabajadores del sector agroindustrial encuestados indican que los tipos de empaques que más solicitan son bolsas de plásticos representados en un 73.1% y envases de cartón representado en un 15,4%.

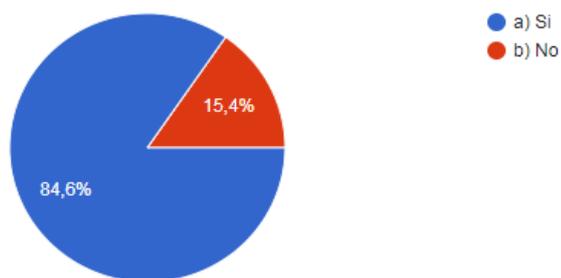
5. ¿Conoces la nueva ley de prohibición del tecnopor 30884?



Interpretación

De los empresarios y trabajadores del sector agroindustrial encuestados indican que si conocen la ley de prohibición del tecnopor 30884 representado a un 65.4% y que no lo conocen representado en un 34.6%.

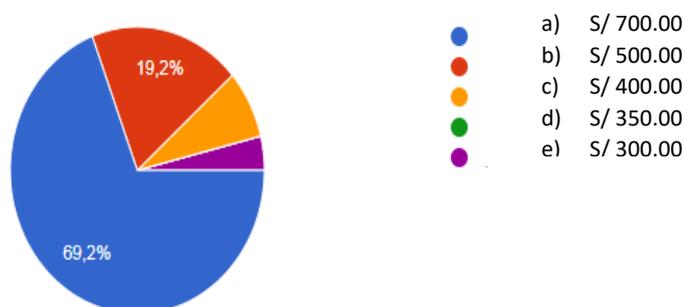
6. ¿Te gustaría la asesoría de una consultaría que te brinde información sobre empaques biodegradables y economía circular para tu empresa?



Interpretación

En la figura de la pregunta 8 se puede observar que el 84.6% de los encuestados afirman que les gustaría que su empresa reciba una consultoría sobre empaques biodegradables y economía circular, mientras que el 15.4% responde que aún no.

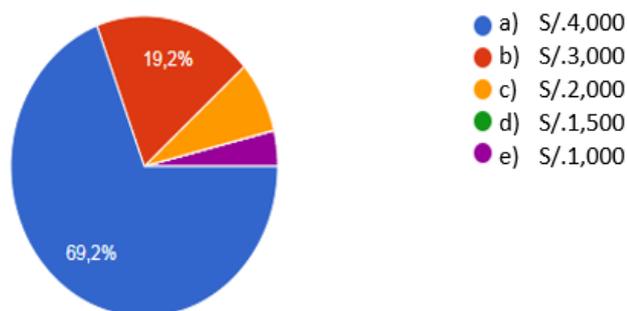
7. ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por un taller + libro de empaques biodegradables?



Interpretación

En la figura de la pregunta 9 se puede observar que el 69.2% señalan que sí estaría dispuesto a pagar S/ 700.00 por una membresía (taller +libro) sobre empaques biodegradables, mientras que el 19.2% estaría dispuesto a pagar S/ 500.00.

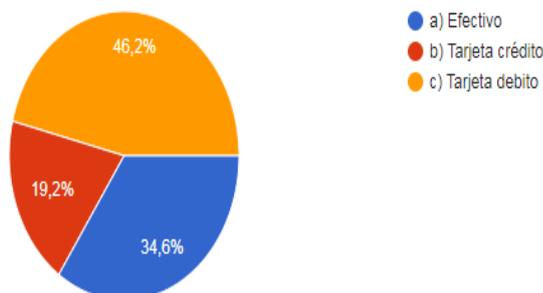
8. ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por una asesoría de economía circular?



Interpretación

En la figura de la pregunta 9 se puede observar que el 69.2% señalan que sí estaría dispuesto a pagar S/ 4,000.00 por la asesoría en economía circular, mientras que el 19.2% estaría dispuesto a pagar S/ 3,000.00.

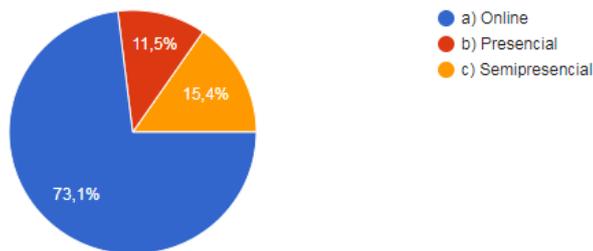
9. ¿Qué tipo de pago deberías utilizar para acceder a la consultoría?



Interpretación

En la figura de la pregunta 10 se puede observar que el 46.2% de la muestra sostienen que utilizaría el pago mediante la tarjeta debito para acceder a la consultoría sobre empaques biodegradables y economía circular, en cambio el 34.6% de los encuestados utilizarían el pago en efectivo.

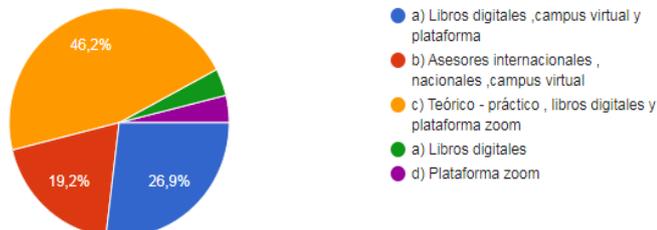
10. ¿Cómo te gustaría recibir el taller sobre empaques biodegradables?



Interpretación

En la figura de la pregunta 11 se puede observar que el 73.1% de los encuestados señalan que les gustaría la modalidad online para acceder al taller sobre empaques biodegradables, en comparación del 15.4% de la muestra manifiestan que preferirían la modalidad semipresencial.

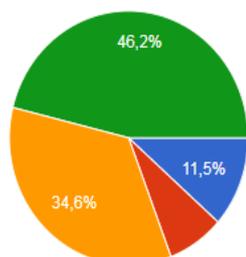
11. ¿Qué medios y recursos educativos te gustaría utilizar en la consultoría?



Interpretación

En la figura de la pregunta 12 se puede evidenciar que el 46.2% de la muestra señala que le gustaría utilizar las clases teórico práctico, libros digitales y plataforma zoom como medios y recursos educativos para acceder a la consultoría sobre empaques biodegradables y economía circular, en cambio, el 26.9% afirman que preferirían los libros digitales, campus virtual y plataforma zoom.

12. ¿Qué paquetes promocionales te gustaría acceder para la consultoría?

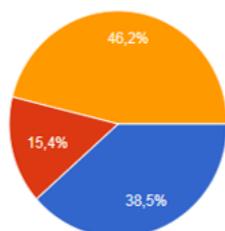


- a) Talleres gratuitos
- b) Cursos online vía zoom gratis
- c) Volantes y llaveros
- d) Eventos y ferias

Interpretación

En la figura de la pregunta 13 se puede notar que el 46.2% de los encuestados señalan que preferirían talleres gratuitos, sin embargo, el 34.6% prefieren cursos online vía zoom gratis.

13. ¿Cuánto tiempo te gustaría que dure los talleres de empaques biodegradables + libros?

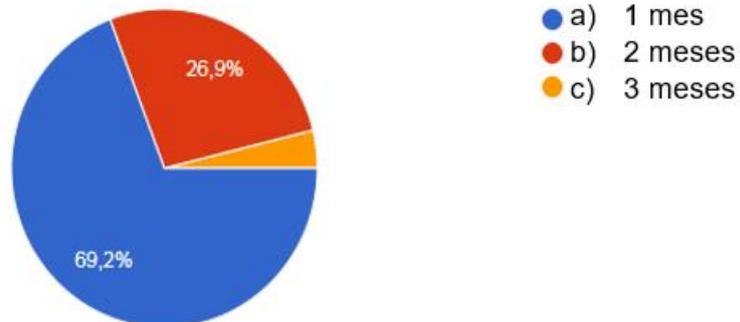


- a) Anual (Membresía)
- b) Semestral
- c) Trimestral

Interpretación

En la figura de la pregunta 14 se puede observar que el 46.2% de la muestra señalan que les gustaría que la membresía (talleres + libros) tenga una duración de 1 año, mientras que, el 38.5% de los encuestados, solo les gustaría que dure 6 meses.

14. ¿Cuánto tiempo te gustaría que dure las asesorías de economía circular?



Interpretación:

En la figura de la pregunta 15 se puede observar que el 69.2% de los encuestados afirman que les gustaría recibir la asesoría de economía circular de 1 mes, no obstante, el 26.9% de la muestra preferirían de 2 meses de duración.

Anexo 2: Entrevista

ENTREVISTA 1

Propósito: Recabar información sobre los bienes y servicios de empaques biodegradables y economía circular

Día: jueves 10 de febrero 2022 **Hora:** 22:00 pm

Josué Moran Soria

Temario: Empaques ecológicos y economía circular

Inicio: Presentación del entrevistador y el entrevistado

Durante: Se presentan las preguntas para formularlas al entrevistado

Preguntas:

1.- ¿Qué opinión tienes acerca de los empaques ecológicos para todo tipo de productos?

Buena idea e innovación, estos tipos de empaques que tienen contacto directo con la línea de alimentos y con las personas también, las jvas tienen microbios y producen enfermedades.

2. ¿Te gustaría que una consultoría te brinde información sobre los empaques ecológicos para tu empresa del sector agroindustrial?

Si me gustaría poder escuchar y llevar la capacitación con una consultoría y ser clientes potenciales.

3. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un taller empaques ecológicos + libros (Membresía) y una asesoría en economía circular para tu sector agroindustrial?

Para los talleres un rango de S/ 500 a S/ 750 y de la asesoría entre S/ 3,500 a S/ 4,000.

4. ¿Qué piensan tus clientes acerca de los empaques de los productos del sector agroindustrial?

Al inicio ha sido complicado, por el costo de los envases, y la atención a los clientes, sin embargo, esta situación ha mejorado.

5. ¿Tienes alguna información de tu competencia que en la actualidad utiliza empaques ecológicos para sus productos del sector agroindustrial?

He escuchado que hay empresas que realizan las ventas de los supermercados, avícolas carnes de res, en el supermercado, ya hay bolsas biodegradables.

6.- ¿Estarías dispuesto a cambiar tus empaques tradicionales por empaques biodegradables? ¿Por qué?

Si, nosotros inyectábamos jadas para los productos que compran, los productos son reutilizables.

7. ¿De qué material son tus empaques para el despacho de tus productos?

Son de cartón, fibra y bolsas biodegradables y para evitar que pase el agua que botan estos productos, tienen una lámina pulverizada.

8. ¿Los empaques que utilizas cuentan con controles de calidad registrada?

Si

9. ¿Qué consideras importante en los diseños de los empaques?

Lo importante es que sea manipulable, ergonómico, resistente, orgánico y diseño atractivo para los clientes. El color que prevalece es verde y marrón (craft) por el matiz ecoamigable.

10.- ¿Te animarías a comprar un empaque biodegradable para productos del sector agroindustrial? ¿Por qué?

Sí, porque es reutilizable, pero además es ecológico.

11.- ¿Tus empaques tienen alta resistencia al calor y capacidad de absorción al agua?

Este tipo de láminas que recubren los envases es seguro.

12.- Si eres promotor del cuidado del planeta tierra ¿Qué recomendaciones nos darías con respecto a los empaques ecológicos?

Bueno, que las empresas puedan innovar con inversión adicional, no solo en la producción de los productos sino también a las empresas que realizan las compras de los mismos, de beneficio no solo para el cliente sino también para el cuidado del medio ambiente.

Cierre: Despedida

ENTREVISTA 2

Propósito: Recabar información sobre los bienes y servicios de empaques biodegradables y economía circular.

Josabeth Bazán Franco

Día: Jueves 10 de febrero de 2022 Hora: 22:30 pm.

Temario: Empaques ecológicos y economía circular

Inicio: Presentación del entrevistador y el entrevistado

Durante: Se presentan las preguntas para formularlas al entrevistado.

Preguntas:

1.- ¿Qué opinión tienes acerca de los empaques ecológicos para todo tipo de productos?

Se hace muy necesario, ahora más que nunca ya que nos estamos llenando de residuos y plásticos.

2. ¿Te gustaría que una consultoría te brinde información sobre los empaques ecológicos para tu empresa del sector agroindustrial?

Si.

3. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un taller empaques ecológicos + libros(membresía) y una asesoría en economía circular para tu sector agroindustrial?

Rango inicial S/ 500 a S/ 800 y en asesoría de S/ 2,500 a S/ 4,000.

4. ¿Qué piensan tus clientes acerca de los empaques de los productos cárnicos que brindas en tu empresa?

Si es orgánico y ecoamigables.

5. ¿Tienes alguna información de tu competencia que en la actualidad utiliza empaques ecológicos para sus productos del sector agroindustrial?

Competencia de marcas naciones e internacionales.

6.- ¿Estarías dispuesto a cambiar tus empaques tradicionales por empaques biodegradables? ¿Por qué?

Si estoy dispuesto ya que la misma norma la exige en el mercado nacional e internacional.

7. ¿De qué material son tus empaques para el despacho de tus productos?

Son de cartón plastificado con dimensiones de 20 centímetros por 10 centímetros y grosor de 2.5 centímetros.

8. ¿Los empaques que utilizas cuentan con controles de calidad registrada?

Si cuentan con control de calidad.

9. ¿Qué consideras importante en los diseños de los empaques?

Que tenga el equilibrio justo entre la visibilidad de mi producto y también el cuidado de la luz que afecta a mi producto, que transmita el mensaje y la personalidad de la marca.

10.- ¿Te animarías a comprar un empaque biodegradable para productos del sector agroindustrial? ¿Por qué?

Sí, porque me gustaría transmitir lo ecoamigable y orgánico de mi producto.

11.- ¿Tus empaques tienen alta resistencia al calor y capacidad de absorción al agua?

Sí tienen mediana resistencia al calor.

12. Si eres promotor del cuidado del planeta tierra ¿Qué recomendaciones nos darías con respecto a los empaques ecológicos?

Quizá la mejor ayuda desde el Estado sería el tema de los costos para los empaques ecológicos.

Cierre: Despedida

ENTREVISTA 3

Propósito: Recabar información sobre los bienes y servicios de empaques biodegradables y economía circular

Fiorella Salcedo Zerpa

Día: Jueves 10 de febrero de 2022 Hora: 23:00 pm.

Temario: Empaques ecológicos y economía circular.

Inicio: Presentación del entrevistador y el entrevistado.

Durante: Se presentan las preguntas para formularlas al entrevistado.

Preguntas:

1.- ¿Qué opinión tienes acerca de los empaques ecológicos para todo tipo de productos?

Sobre productos envasados en general son reutilizables, sea medicinal o de otro tipo de alimentos que no se podrían utilizar.

2. ¿Te gustaría que una consultoría te brinde información sobre los empaques ecológicos para tu empresa del sector agroindustrial?

Sí, estaría interesada porque estamos tratando de reducir la huella ambiental que generamos de calentamiento global, conocer que productos pueden ser más ecológicos que otros, o dañan menos al medio ambiente.

3. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un taller empaques ecológicos + libros(membresía) y una asesoría en economía circular para tu sector agroindustrial?

Pagaría S/ 800 y en asesoría S/ 3,500 a S/ 4,000.

4. ¿Qué piensan tus clientes acerca de los empaques de los productos cárnicos que brindas en tu empresa?

Nosotros usamos bolsas biodegradables, quizá el envase no lo podemos hacer reutilizable, pero por lo menos sí valoran el hecho de tratar de minimizar la contaminación propia de la actividad de la empresa. Hay aceptación del cliente por el cuidado del medio ambiente.

5. ¿Tienes alguna información de tu competencia que en la actualidad utiliza empaques ecológicos para sus productos del sector agroindustrial?

He escuchado más del uso de las bolsas biodegradables, sería buena hacer estudio para incorporarse a este tipo de empaques, como recipientes de tecnopor pero elaborados en base de fibra vegetal.

6.- ¿Estarías dispuesto a cambiar tus empaques tradicionales por empaques biodegradables? ¿Por qué?

Sí, por supuesto, porque son más ecológicos.

7. ¿De qué material son tus empaques para el despacho de tus productos?

Son plásticos de componente de las bolsas, tecnopor.

8. ¿Los empaques que utilizas cuentan con controles de calidad registrada?

Si cuentan con certificación de DIGESA para poder comercializar los productos.

9. ¿Qué consideras importante en los diseños de los empaques?

La practicidad para el consumidor final, la seguridad de que pueda ser transportado de un lugar a otro sin sufrir daños del producto y también el tema del impacto ambiental.

10.- ¿Te animarías a comprar un empaque biodegradable para productos del sector agroindustrial? ¿Por qué?

Sí, me encantaría, porque me he vuelto más consciente del impacto ambiental que tienen los desechos que producimos en casa, a nivel mundial y es necesario empezar a reemplazarlos.

11.- ¿Tus empaques tienen alta resistencia al calor y capacidad de absorción al agua?

Sí, tienen resistencia y capacidad de absorción de agua mis empaques.

12. Si eres promotor del cuidado del planeta tierra ¿Qué recomendaciones nos darías con respecto a los empaques ecológicos?

Pensar en la salud del cliente y también el cuidado del medio ambiente, lograr esa composición para el envase.

Cierre: Despedida

Anexo 3: Tasa del banco simulación



SUPERINTENDENCIA
DE BANCA, SEGUROS Y AFP
República del Perú

Costo y Rendimiento de Productos Financieros

Esta herramienta le permitirá identificar los precios de los principales productos financieros y elegirlos de manera informada.
La información contenida en este aplicativo es referencial, para información detallada sírvase contactarse con la entidad de su elección.

1. Seleccione la Región

LIMA

2. Seleccione el Tipo de Operación

CREDITOS

3. Seleccione el Producto

CAPITAL DE TRABAJO

4. Seleccione las Condiciones

PRESTAMO CAPITAL DE TRABAJO POR SI. 10 000 A 9 MESE

Al 23/09/2022

Entidad	TCEA(*)	Cuota
CMAC AREQUIPA	40.31 %	1276.94
CMAC CUSCO	41.43 %	1283.28
PERUANA SOLUCIONES	48.41 %	1307.44
CMAC DEL SANTA	56.34 %	1335.73
INTERBANK	56.83 %	1334.00
FINANC. PROEMPRESA	61.13 %	1348.32
BBVA	63.36 %	1346.18
BANCO DE CREDITO	64.34 %	1363.10
CRAC RAIZ	68.21 %	1371.34
CMAC SULLANA	70.43 %	1378.47
CMAC TRUJILLO	73.46 %	1388.25
EDPYME CREDIVISION	80.23 %	1435.04
CMAC PIURA	81.03 %	1412.28
CMAC TACNA	81.86 %	1421.17

La TCEA es la tasa que incluye todos los costos de un crédito

Anexo 4: Fotos de entrevistados del sector agroindustrial





Anexo 5: Fotos de encuestados a empresarios del sector agroindustrial

