



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela de Administración

Título:

**Modelo de negocios basado en la extracción del tronco de
banano para la creación de artículos desechables, Santo
Domingo, 2021.**

Sustentado por:

Br. Vianelkys Perez. M.A00096878

Br. Mijail Decena. M.A00079294

Br. Luis Manuel Beltre. M.A00087212

Asesor:

Prof. Santo Rafael Navarro

**Monográfico Investigación Acción para optar por el título de
Licenciatura en Administración de Empresas**

Distrito Nacional, República Dominicana

Agosto, 2021

Título:

**Modelo de negocios basado en la extracción del tronco
de banano para la creación de artículos desechables,
Santo Domingo, 2021.**

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	i
DEDICATORIA	iv
RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: MODELO DE NEGOCIOS SOBRE EL TRONCO DE BANANO	4
1.1. Concepto Modelo de negocio	5
1.1.1. Cualidades del modelo de negocio	7
1.1.2. Objetivos del modelo de negocios	9
1.1.3. Composición del modelo de negocio	11
1.1.4.1. Análisis del mercado.....	11
1.1.4.2. Análisis Técnico.....	12
1.1.4.3. Análisis Financiero	14
1.2. Concepto de los plásticos	15
1.3. Contextura de los plásticos	17
1.4. Tronco de Banano	19
1.5. Requerimientos climáticos del tronco de banano	20
1.6. Los requerimientos de los suelos.....	21
1.7. Los requerimientos de la propagación del tronco del banano	22
1.8. Características del tronco de banano.....	25
1.9. Atribuciones del tronco de banano.....	26
1.10. Justificación Organizacional	27
1.10.1. Nombre de la empresa.....	29
1.10.2. Organización de la empresa.....	29
1.10.3. Misión	31
1.10.4. Visión	31
1.10.5. Valores.....	31
1.10.6. Servicios a ofrecer	32
1.10.7. Organigrama general	33
1.10.8. Ventajas competitivas del modelo de negocio	33
CAPÍTULO 2: DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	36
2.1. Composición sobre la estructura del mercado	37

2.2.	Efectos de la sostenibilidad ambiental	38
2.3.	Necesidades del mercado	40
2.4.	La posición del mercado sobre los productos plásticos.....	42
2.5.	Beneficios sobre los aspectos ambientales en la introducción de la organización 43	
2.6.	Desarrollo del segmento del mercado.....	46
2.6.1.	Mercado meta.....	47
2.6.1.1.	Ámbito geográfico.....	48
2.6.1.2.	Ámbito demográfico.....	48
2.6.1.3.	Ámbito económico	51
2.6.1.4.	Ámbito psicográfico	51
2.6.1.5.	Consumidores	52
2.7.	Análisis de la competencia del mercado	53
2.7.1.	Competencia directa e indirecta.....	55
2.8.	Análisis sobre la operación y la logística.....	56
2.9.	Análisis de Michael Porter	58
2.9.1.	Poder de negociación de los compradores o clientes.	58
2.9.2.	Poder de negociación de los proveedores o vendedores.....	59
2.9.3.	Amenaza de nuevos competidores entrantes	59
2.9.4.	Amenaza de productos sustitutos	60
2.9.5.	Rivalidad entre los competidores	60
2.10.	Lanzamiento del producto al mercado.....	61
2.11.	Plan de marketing mix.....	63
2.12.	Planificación de las encuestas.....	65
2.12.1.	Tipo de investigación.....	67
2.12.2.	Métodos de la investigación	68
2.12.3.	Técnicas de investigación	69
2.12.4.	Procedimientos	70
2.12.5.	Población	71
2.12.6.	Muestra	71
2.12.7.	Proceso de recolección y análisis de datos	72
2.13.	Análisis de la aplicación de las encuestas.....	81
2.14.	Plan de Marketing	82

2.13.1.	Estrategia de publicidad y promoción	84
2.13.1.1.	Promoción	84
2.13.1.2.	Estrategia	84
2.13.1.3.	Táctica.....	84
2.13.2.	Promoción de ventas.....	85
2.13.2.1.	Estrategia	85
2.13.2.2.	Táctica.....	85
2.13.3.	Ventas personales	86
2.13.3.1.	Estrategia	86
2.13.3.2.	Táctica.....	86
2.13.4.	Relaciones públicas.....	87
2.13.5.	Estrategia	87
2.13.6.	Táctica.....	87
2.13.7.	Medios tradicionales dentro del plan de marketing a utilizar:	88
2.13.8.	Estrategias del marketing digital	88
2.13.8.1.	Estrategia	89
2.13.8.2.	Objetivos:	89
2.13.8.3.	Tácticas	89
2.14.	Análisis de la herramienta FODA	90
2.15.	Composición del análisis técnico.....	92
2.15.1.	Estructura sobre los requerimientos de los recursos sobre el modelo de negocio	93
2.15.2.	Localización del proyecto	94
2.15.3.	Capacidad operativa	96
2.15.4.	Descripción sobre los puestos del modelo de negocio	98
2.15.5.	Producción sobre los artículos desechables.....	102
2.15.6.	Constitución legal de una organización en el mercado dominicano.....	105
2.15.7.	Entorno ambiental.....	106
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DEL ESTUDIO FINANCIERO		109
3.1.	Resumen de la inversión	110
3.2.	Análisis del presupuesto	111
3.2.1.	Presupuesto maquinarias y equipos	111
3.2.2.	Presupuesto de inversiones en activos fijos.....	112
3.2.3.	Presupuesto de inversiones intangibles	114

3.2.4. Presupuesto de gastos administrativos.....	114
3.2.5. Presupuesto de Producción.....	115
3.3. Nómina y Estructura Salarial.....	116
Proyección de ventas a tres años.....	116
3.4. Punto de equilibrio.....	117
3.5. Estados Financieros.....	119
3.6.1 Balance General.....	119
3.6.2. Estado de Resultados.....	120
CONCLUSIÓN.....	121
RECOMENDACIONES.....	124
BIBLIOGRAFÍA.....	126
A N E X O S.....	128
ANEXO 1. CUESTIONARIO DE ECOHOME.....	129

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Flujo de la demanda requerida	9
Gráfico 2. Esquema sobre la fabricación de un producto nuevo.....	15
Gráfico 3. Proceso Sistemático del producto.....	26
Gráfico 4. Proceso de Compra.....	30
Gráfico 5. Operación de producción.....	42
Gráfico 6. Proceso Biodegradable	45
Gráfico 7. Logística de la producción	46
Gráfico 8. Operaciones	90

AGRADECIMIENTOS

Primeramente a Dios por permitirme vivir, disfrutar cada día y concluir este largo camino.

A mi familia, por apoyarme en cada decisión, proyecto y permitirme cumplir esta meta con empoderamiento, por creer en mí y ayudarme a sacar lo mejor de mí manteniendo el valor de la humildad.

Gracias a la vida, porque cada día me demuestra lo justa que puede llegar a ser si ponemos en práctica buenas obras y acciones.

A la Universidad UNAPEC, en especial al Decanato de Ciencias Económicas & Empresariales por cobijarnos en sus claustros.

A los docentes de nuestra Facultad, por toda la dedicación, compromiso y hacer de mí una profesional a conciencia con su labor tan valiosa.

A mi Directos y Asesor de Monográfico por sus acertadas observaciones, sugerencias y consejos para ayudarnos con la presente investigación.

Vianelkys Pérez Santos

AGRADECIMIENTOS

A mi familia por ser pacientes y brindarme el soporte para lograr esta gran meta en mi vida.

A mis profesores por brindarme los conocimientos necesarios para llegar hasta este gran logro.

Mis compañeros que siempre me dieron el apoyo.

Mis hermanos por aguantarme durante todo este proceso y ayudarme siempre que tuvieron la oportunidad.

Mijail Decena

AGRADECIMIENTO

Me van a faltar páginas para agradecer a las personas que se han involucrado en la realización de este trabajo, sin embargo, merecen reconocimiento especial mi abuela y mi tío que con su esfuerzo y dedicación me ayudaron a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

Asimismo, agradezco infinitamente a mis amigos que con sus palabras me hacían sentir orgulloso de lo que soy y de lo que les puedo enseñar. Ojala algún día yo me convierta en esa fuerza para que puedan seguir avanzando en su camino.

De igual forma, agradezco a mis profesores de monográfico, que gracias a sus consejos y correcciones hoy puedo culminar este trabajo. A los Profesores de grado que me han visto crecer como persona, y gracias a sus conocimientos hoy puedo sentirme dichoso y contento.

Luis Manuel Beltre

DEDICATORIA

Llena de regocijo y amor, dedico este proyecto principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formacion profesional.

A mi familia y seres queridos, quienes han sido mis pilares para seguir adelante, quienes fueron el principal cimiento para la construccion de mi vida profesional, sentaron en mi las bases de responsabilidad y deseos de superacion, por siempre ofrecerme su refugio y amor incondicional, por siempre estar dispuestos a escucharme y motivarme en todo momento.

Vianelkys Pérez Santos

DEDICATORIA

A Dios por ser mi guía, darme las fuerzas y permitirme haber llegado a este momento tan importante de mi vida.

Mi madre Betania Guzman por siempre estar presente en todo momento.

A mi padre Daniel Decena, sé que me ves desde el cielo lograr todos mis objetivos y gracias por tus valiosas enseñanzas y por siempre apoyarme en todo.

Mijail Decena

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi abuela, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi tío, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento es tan especial para ti como lo es para mí. A mi hermano, por colaborar con instantes muy propios conmigo y por siempre estar dispuesto a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A mis primos, porque los amo infinitamente. A mis compañeros, porque sin el equipo que formamos, no hubiéramos logrado esta meta.

Luis Manuel Belitre

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se basa en la creación de un modelo de negocio sobre la extracción del tronco de banano para comercialización de artículos desechables en cuestión de proveer una mejor alternativa sobre la entrega de los productos al público, lo cual cuenta con disponer de una adecuada localización geográfica en un uso considerable de la materia prima, donde cuenta con un 100% sobre la elaboración de materiales que contribuyen una considerable demanda ante el perfil del consumidor dominicano. Asimismo, la utilización de la materia prima permite obtener una elaboración de productos desechables con una disminución de costos, ofreciendo calidad ante precios accesibles en cuanto a satisfacer las necesidades del mercado.

La integración del modelo de negocio cumple con desglosar cada una de las partes que son concernientes sobre el proceso de elaboración y comercialización de los productos desechables en vincular que cuente con los recursos necesarios para un funcionamiento adecuado, puesto que el apoyo de la encuesta en la investigación radica en determinar una caracterización adecuada en cumplir con cada una de las información concernientes sobre el desarrollo del tema.

INTRODUCCIÓN

El mercado dominicano cuenta con un desarrollo económico que ha sido considerado con una fluctuación creciente en cuanto a cada uno de los aspectos que son vinculados en favorecer la determinación de aspectos que son vinculados sobre la generación de productos y servicios que sean acorde a las necesidades del mercado, donde cumple con disponer que cada uno de los indicadores que son enfocados sobre la percepción del consumidor. Asimismo, las ventas de productos desechables han generado un fuerte aumento sobre el incremento de la cultura organizacional sobre proveer medidas adecuadas sobre el alcance del grado de satisfacción en relación sobre la entrega del producto final.

El mercado actual ha dispuesto una serie de aspectos que son relacionados sobre la determinación de agentes que han incidido de forma directa sobre el desarrollo de los sectores ante la comercialización de productos, debido que los productos desechables son muy demandantes dentro del factor que incide en cada uno de los clientes, dado que las empresas han generado un apoyo sobre el establecimiento de las leyes ambientales que han permitido un factor esencial sobre cada uno de los efectos que son relacionados con el entorno, dado que la fabricación del mismo conlleva un proceso que permite obtener un producto calificado.

Las diferentes empresas que se dedican dentro del mercado dominicano en la prestación de proveer procesos y operaciones que sean vinculadas en atribuir una

determinación acorde a las necesidades del mercado ha generado un grado de aceptación que conlleva cada uno de los requerimientos que son basados en generar un cambio sobre la aceptación del cliente. Sin embargo, el desarrollo social y tecnológico ha incidido de forma directa sobre el establecimiento de modular que la obtención de los productos cumpla con las necesidades y los requerimientos tecnológicos para cubrir las necesidades del consumidor.

El modelo de negocios sobre la creación de productos desechables a través del uso del tronco de banano cumple con generar un uso considerable sobre la materia prima en cuestión de un apoyo de los recursos renovables en favor de basarse sobre el medio ambiente en atribuir indicadores de calidad sobre un proceso que cumpla con generar un uso adecuado de la seguridad industrial, procesos y leyes que generan un modelo coordinado.

A través del modelo de negocio cumple con generar una evaluación del mercado en cuestión de elaborar y comercialización artículos desechables que cuenten con los recursos del medio ambiente en favor de satisfacer las necesidades del mercado, donde permita un mejor vínculo con cada uno de los clientes orientados en satisfacer cada una de las necesidades sobre el segmento de clientes definido, donde cumple con una conformación de las partes involucradas sobre la investigación en las informaciones que sean concernientes sobre los puntos del modelo que sea acorde a un mejor incremento de la rentabilidad en cada una de las actividades definidas.

La composición del trabajo permite disponer de un desglose de capítulos que son orientados en contar con las informaciones que sean relacionadas en cumplir con cada área sobre las atribuciones que son relacionadas en el desarrollo de un modelo de negocio que integra capítulos, tales son:

Capítulo 1: Cuenta con una caracterización sobre los elementos e informaciones referentes sobre el tronco de banano en el cual permita generar los datos concernientes en el apoyo de diversos autores que definen de forma clara ante un funcionamiento que cumpla con las necesidades concretas, además, el desarrollo de este capítulo contiene la descripción funcional de la organización ante su creación en el mercado.

Capítulo 2: Cuenta con el análisis del mercado en relación de adicionar cada una de las variables que han incidido de forma directa sobre el desglose de evaluar el impacto que tendrá en el mercado en el cual permita definir cada uno de los escenarios que conlleve un mejor rendimiento sobre disponer de una determinación del segmento de mercado, además, este capítulo cuenta con proveer el análisis técnico en relación de disponer de los elementos que sean acordes sobre cumplir con los requerimientos ideales en la investigación.

El capítulo 3: Cuenta con el desarrollo financiero en cuestión de involucrar cada uno de los aspectos que son concernientes sobre los ingresos, costos, y operaciones que son vinculadas sobre favorecer los resultados en cuestión de evidenciar una mejor competitividad en los procesos.

**CAPÍTULO 1: MODELO DE NEGOCIOS SOBRE EL
TRONCO DE BANANO**

Capítulo 1: Modelo de Negocios sobre el Tronco de Banano

1.1. Concepto Modelo de negocio

El modelo de negocios cumple con fomentar un indicador de factibilidad sobre planear y ejecutar que la organización cuente con un análisis sobre los estudios y atribuciones que sirven sobre la formulación y descripción en cada uno de los aspectos que son relativos de fomentar una mejor actuación sobre el modelo de valor ante cada uno de los escenarios sobre las áreas estrategias que son involucradas ante una ventaja competitiva en la gestión de un negocio que cumpla con una fuente de ingreso y maneras de financiamiento que sirva como medio de rentabilidad.

El modelo de negocios es una herramienta que atribuye un nuevo escenario como medio directo ante el desarrollo empresarial, dado que es un escrito como un ente emprendedor en la actuación de diversas ideas sobre el modo de enfocar cada una de los objetivos ante estrategias que se puedan usar, puesto que consiste en modo de redactar con relación a un método que ha atribuido un marco de actividad rentable sobre el ordenamiento sobre las características que debe componer un modelo de negocios.

El proceso que incluye el modelo de negocios cumple con fomentar una nueva iniciativa sobre dirigir cada una de las actividades en fomento de atender sobre el campo empresarial y sobre los resultados que son obtenidos ante un funcionamiento que cumple con adecuar que cada una de las variables del

proyecto se determine en atender a la correspondencia sobre la optimización de los recursos de manera que cumpla con una buena ejecución (Borello, 2007).

El modelo de negocios cumple con integrar un contenido sobre la redacción que debe ser actualizado en favor de atribuir que cumpla con las cualidades de la organización, ya que es un documento que debe ser sometido a una serie de regulaciones que ejercen una toma de decisión sobre incurrir de forma directa en cuestión de un fomento de alternativas que enriquezcan el conocimiento, como es el caso en el momento en que se lanza un producto sobre el mercado que incurre una nueva alternativa sobre la maquinaria que debe llevar para la realización de incurrir con factores como tiempo y dinero (Cyr, 2009)..

El desarrollo de un modelo de negocios asume un nuevo nivel de rentabilidad sobre el funcionamiento de la organización, ya que se elabora sobre una sostener que cumpla con un desglose de procedimientos que requieren de dedicación, tiempo y capacitación, donde su elaboración y ejecución es un aspecto de suma importancia para cumplir con cada una de las exigencias y necesidades del mercado sobre atribuir que cada una de los productos satisfagan lo que buscan los clientes.

El modelo del plan de negocio cumple con fomentar un proceso de llevar a cabo la integración de un equipo técnico que es basado sobre la determinación de asociar que sea basado en el fomento de nuevas iniciativas que sean basadas

sobre el contenido del modelo de negocios ante disponer de una misión, visión y objetivos dentro del modelo, lo cual involucra que cada uno de los miembros asume que la elaboración y requerimiento sea basado sobre reducir la asesoría y consulta sobre los organismos especializados en el desarrollo de los temas definidos (Velasco, 2007).

1.1.1. Cualidades del modelo de negocio

El modelo de negocio es un documento en el cual establece que cada objetivo dentro de la organización conlleve estrategias para poder conseguirlos, una estructura organizacional, monto de inversión y financiamiento sobre el proyecto que conlleve diversas soluciones sobre reducir problemas futuros. Sin embargo, los objetivos deben ser definidos y generen una base sobre la sostenibilidad del negocio hacia la mejora del nivel económico ante las condiciones del mercado.

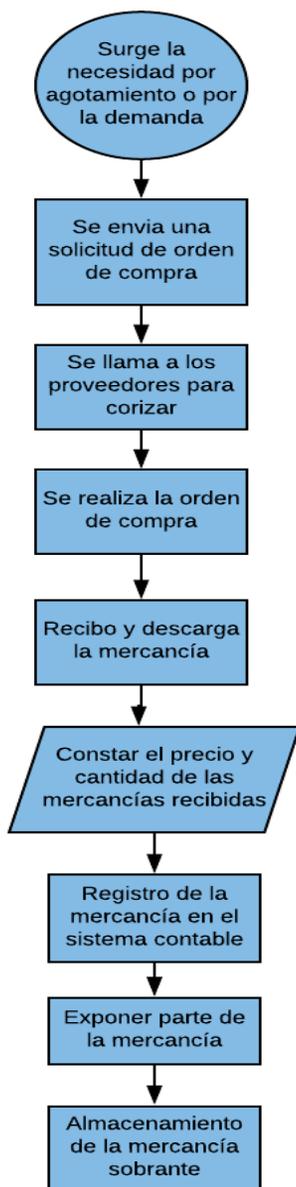
El modelo de negocios asume que cada uno de los emprendedores permiten dirigir que cada uno de los modelos de negocios concretan un cierto nivel de actividad en función del proyecto que permite que cada una de las consideraciones sean enfocadas sobre ocasionar que surja de manera directa en medir un grado de rentabilidad en cada uno de los puntos que sean basados en cumplir con cada una de las exigencias del mercado (García, 2010).

De acuerdo con el modelo de negocios cumple con atribuir una serie de consideraciones que son orientadas en dirigir cada uno de los aspectos como son:

- ✓ Debe ser muy efectivo sobre cada una de las cualidades y aspectos que son referentes sobre el éxito del negocio en responder de forma eficaz sobre las preguntas que exigen los inversionistas.
- ✓ Debe ser claro, lo cual no puede contar con ideas sueltas sobre cada uno de los términos en función de las vueltas asociadas al término de las características que sean eficaces.
- ✓ Debe de ser breve, debido que no puede sobrepasar sobre las 30 páginas, siendo una aplicación que exige mucho poder.
- ✓ Debe de ser estructurado y muy organizado sobre la lectura de manera sencilla.
- ✓ La presentación debe de ser impecable y con un tamaño con un marco de letras, márgenes amplias, ya que las cifras son organizadas en cuadros.

De acuerdo con el establecimiento del diagrama sobre de cada uno de los requerimientos que son necesarios para evidenciar un mejor contenido sobre cada uno de los actores que sirven como canal directo para mejorar el escenario de trabajo en cuestión de promover una mejor cultura organización que adicione los lineamientos que favorezcan cumplir con cada una de las necesidades del mercado sobre la mejora continua en dirección de cumplir con cada una de las necesidades y sobre brindar una correspondencia sobre el modelo de negocio en la creación de la empresa ecológica (Decena, 2021).

Gráfico 1. Flujo de la demanda requerida



Fuente: (Beltre, 2021)

1.1.2. Objetivos del modelo de negocios

El modelo de negocios cuenta con acudir con una serie de objetivos que deben de ser logrados en cuestión de un conocimiento amplio y dinámico sobre cada una de las actividades que deben funcionar, puesto que cada uno de los directivos

que sean atendidos sobre el mérito del proyecto y que reúna cada uno de los recursos y capacidades que son fomentados sobre un modelo de negocios que sea basado sobre un financiamiento que debe cumplir con los objetivos del modelo.

El modelo de negocio atribuye que los objetivos estiman una elaboración del modelo de negocio en referencia de contar con un grado de rentabilidad sobre la organización y el tipo de negocio que cumpla con un ordenamiento de planificación en función de las razones que modifiquen una decisión ante el modelo de negocio establecen;

- ✓ Cuentan con un documento que debe de disponer de un proyecto que llene las expectativas de los inversionistas y colaboradores.
- ✓ Debe de disponer de un negocio que cumpla con una buena sostenibilidad financiera y operativa.
- ✓ La búsqueda de la información debe de ser eficiente en atribuir un proceso que cumpla con las necesidades del proyecto.
- ✓ Fomenta un marco de actividad que es basado sobre evidenciar que cada una de las situaciones o problemas cuenten con medidas sobre el ahorro de tiempo y recursos.
- ✓ Proveer que cada una de las necesidades establezcan los recursos y la distribución de tiempo
- ✓ Medir el grado de efectividad sobre el proyecto y negocio.
- ✓ Fomentar que la empresa cumpla con una decisión de compromiso directo.
- ✓ Ser una guía sobre el emprendimiento del negocio.

1.1.3. Composición del modelo de negocio

El modelo de negocios cumple con una serie de características y composiciones que son muy esenciales en función de medir el grado de credibilidad sobre el alcance de disponer de un correcto nivel de generar una comprensión y análisis sobre la profundización de los aspectos esenciales que compone el mercado y que mejora la rentabilidad sobre su funcionamiento dentro de los medios exactos como son:

1.1.4.1. Análisis del mercado

El análisis del mercado cuenta con un proceso dinámico sobre la recolección y análisis de información y datos que corresponde de forma directa en atender a las necesidades de los clientes, competidores y empleados, de forma que cada uno de sus usos y en fomento de crear un modelo de negocios que sea orientado en proveer productos y servicios que mejoren una expansión sobre el mercado (Shujel, 2008).

El análisis del mercado establece que se usan sobre la determinación sobre el segmento de la población sobre la comparación de un producto o servicio en la introducción dentro del mercado, ya que el conocimiento ejerce una intervención del sector, pero en su defecto atribuye sobre el conocimiento en definir las políticas de precios y sobre la comercialización de forma efectiva (Fernandez, 2006).

El análisis del mercado cumple con una indagación sobre la comparación sobre el producto o servicio, donde influye sobre los elementos como son el género, edad, ubicación y grado de ingresos, de tal forma el objeto central sobre el estudio de mercado involucra una visión clara sobre las cualidades sobre el fomento de nuevas iniciativas que producen un efecto sobre la distribución en el nivel geográfico ante la comercialización de productos de forma efectiva.

El aumento del tarjet cuenta con un segmento de atribuciones que son (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.), donde el comportamiento y conducta sobre el nivel de proyección implica una determinación sobre cada uno de los productos o servicios son basados hacia los valores añadidos y ventaja competitiva.

1.1.4.2. Análisis Técnico

El análisis técnico cumple con llevar a cabo cada uno de los cálculos y evaluaciones económicas dentro de un proyecto en cuestión de la realización del mismo, debido que el proyecto de inversión cumple con disponer de cada una de las maneras que son referentes sobre la gestión de los productos o servicios, que generan un indicador esencial sobre la atribución del proceso que cumpla con una determinación esencial en fomento de una buena adecuación sobre los procesos relativos sobre la maquinaria, equipo de producción y mano de obra (Padilla, 2007).

La participación de los proveedores y acreedores disponen de materias primas que asumen un logro sobre el desarrollo del producto o servicio en referencia de adicionar un modelo estratégico que permita enfocar el camino hacia la capacidad del proceso que sea en satisfacer la demanda sobre la planeación y dirección sobre un determinado factor sobre la estructura de los costos de los activos.

El análisis técnico en cuestión de responder sobre las preguntas que disponen de a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir sobre el indicador técnico en favorecer el nivel del proyecto hacia la comprensión de indicar que sean referente a una alternativa viable sobre el funcionamiento y la operación sobre el grado del proyecto.

El valor que implica el análisis del estudio técnico involucra una buena posición sobre la determinación de conllevar que cada uno de los aspectos que involucran un grado de atención sobre las alternativas del estudio técnico en el proyecto dispone de un grado de apreciación sobre los recursos y variables que disponen de un proyecto sólido, de tal forma asume un grado de proporcionar que la información sea basada en torno al marco de actividad económica y financiero.

El valor sobre el análisis técnico cumple como objetivo central en cumplir con los requerimientos que son propios sobre la viabilidad técnica del proyecto en velar en cumplir con una alternativa que sea enfocada sobre cada uno de los criterios ante la optimización de mejores respuestas que se ofrezcan al mercado. Sin embargo, este análisis cumple con disponer con cada uno de los requerimientos que definen un mejor grado de apreciación sobre el grado de viabilidad económica.

1.1.4.3. Análisis Financiero

El análisis financiero ejerce un grado esencial sobre la evaluación del modelo del proyecto en disponer de un nivel de inversión que cumpla con ejercer un marco de actividad que sea orientado en los niveles apropiados sobre una disponibilidad sobre la creación del modelo de negocio en fomento de una creación de atribuciones que sean enfocadas en el alcance del bien común ante la inversión en una planta de producción (Federico, 2018)

Para la realización del estudio financiero sobre cada una de las fuentes sobre las estimaciones de las ventas futuras, inversiones, estudios de mercado, estudio de la demanda, costos de financiamiento y estructura impositiva, además, el análisis financiero cumple con disponer de un buen nivel de credibilidad sobre la inversión del financiamiento sobre el modelo de negocio en fomento de un rendimiento que cumpla con las necesidades del mercado sobre la tasa interna de rendimiento y el retorno de la inversión.

El modelo de negocio cumple con un gran desarrollo de la información sobre cada una de las atribuciones que son basadas sobre los inversionistas, debido que cada una de las estrategias y acciones son vinculadas con fomentar una buena proyección y atribución sobre el papel de actividad que ejerce los inversionistas y que son de forma esencial para contar con un procedimiento y proceso destinado sobre el enfoque esencial (Horngren, 2009).

Gráfico 2. Esquema sobre la fabricación de un producto nuevo



Fuente: (Beltre, 2021)

1.2. Concepto de los plásticos

Los plásticos componen una serie de aspectos que con compuestos ante proteínas, resinas y otras sustancias que son ágiles de moldear sobre la modificación de manera que expresa un aspecto de relevancia ante la temperatura y comprensión en virtud de que es un elemento que cuenta con una diversidad de características sobre un objeto elástico (Porto, 2015).

Los plásticos componen en proporcionar un balance sobre el nivel de propiedades sobre la generación ante el nivel de rentabilidad en generar una serie de aspectos que son contenidos sobre otros materiales como es el caso del color, peso, olor, tacto agradable y resistencia ante la degradación ambiental y biológica, lo cual sirve como medio directo en cada uno de los agentes que producen un mayor liderazgo sobre su alcance.

De acuerdo con la referencia sobre la composición del plástico sobre cada uno de los ámbitos en el estado de material, lo cual no al material en si como son los polímeros sintéticos como son los plásticos en que virtud disponen sobre el estado plástico en favor sobre la composición del material en cada uno de los elementos referentes sobre vincular ante determinar lo vicioso o fluido en cuanto a cada una de las propiedades que son resistente sobre los esfuerzos mecánicos.

Los componentes de los estados logran un estado sobre el material que es sólido y cuenta con una transformación que es enfocada sobre un estado plástico y que generalmente por calentamiento en cuestión en enfocar un nuevo indicador sobre los diversos aspectos productos productivos en favor de un nivel sobre lo material ante las variaciones de la actualidad, de tal forma el concepto de plástico radica en una serie de atribuciones que son consolidadas sobre los niveles sintéticos sobre la entrada de un plástico (Ribera, 2006).

De tal forma, las propiedades constituyen un aspecto referente sobre las características que son contenidas sobre los plásticos en cuestión que no siempre cumplen con cada una de las determinantes sobre los plásticos., tales son:

- Constituyen un bajo nivel sobre el costo
- Son baratos
- Cuentan con una baja densidad
- Son factores permeables e impermeables con difusión en cuanto a los materiales termoplásticos.
- Son aislantes eléctricos

- Generan un aislantes térmicos en favor que no resisten temperaturas ante ser muy elevadas.
- En cado que se queman es muy contaminante
- Ejerce una resistencia de factores químicos
- Cuenta con un reciclaje sobre su composición, que no son biodegradables ni fáciles de reciclar
- Son fáciles de trabajar
- Son muy aislantes

1.3. Contextura de los plásticos

Los plásticos es un aspecto que cuenta con un consumo sobre el valor y la importancia dentro de la vida, debido que cada uno de los plásticos contienen un aspecto similar sobre su composición, lo cual es un material que ejerce un cambio sobre el complemento de la vida dentro del ser humano en función del uso que le ofrece sobre la contextura de los elementos que lo asocian (Carbajal, 2011).

La composición de los materiales plásticos cuentan con una sustitución que en muchos casos, que es una ventaja que en comparación con metales y a la madera, puesto que recibe el nombre de resinas sintéticas, dado que se parecen en cuestión del exterior y que adicionan propiedades físicas a las resinas naturales, debido que se han sustituido ante su utilización sobre los materiales plásticos (DeGarmo, 2010).

En diversas situaciones, el funcionamiento de los plásticos cuenta con un reemplazo sobre los metales o cerámicas, debido que cada una de las aplicaciones son técnicas que son pocas comunes, dado que se usan en engranajes, casquillos u otros sobre su maquinaria. Sin embargo, los plásticos ejercen un contacto directo sobre los alimentos, como es el caso del sistema de dosificadores, mezcladores y llenado (Castells, 2012)

El papel sobre el papel que tiene un mayor alcance sobre cada una de las características que son contenidas sobre los plásticos, siendo que son livianos, que implica una mayor facilidad sobre manipulación y optimización de costos. Sin embargo, los envases plásticos que son capaces de adoptar, dado que son una magnitud como las bolsa, botellas, frascos, películas finas y tuberías ente otros aspectos.

La actividad de los plásticos como son los aislantes térmicos y eléctricos disponen de una resistencia a la corrosión ante otros factores químicos en cuestión de ser ágiles de fomentan un manejo de referencia sobre el grado de rentabilidad ante que los plásticos son muy afines entre si y hacia otros materiales, admitiendo de un alcance de combinaciones.

La presencia de la atribución que tienen cada uno de los plásticos radica en una composición que ha ejercido un cambio sostenible sobre mejorar el escenario de un procesamiento que ha sido vinculado sobre mejorar el nivel de rentabilidad ante la generación de aspectos que son asociados en brindar un mayor liderazgo

ante una correcta atribución que es basada en adicionar que cada una de las acciones sean evidenciadas sobre los procesos vinculados en fomento de una buena producción.

1.4. Tronco de Banano

El tallo del plátano o la parte recta vertical de la planta de banano cuenta con un grado de compatibilidad que debe de tener cada planta, lo cual debe ser considerada con un tallo de la flor que implica su aspecto físico, ya que el tallo o tronco entero está basado en capas, que debajo asumen una de la otra en cuestión del repollo que debe tener cada planta.

A través del cultivo del banano cuenta con una serie de beneficios en cuestión de aspectos que son vinculados en adicionar elementos significativos, lo cual cuenta con extraer el producto, dado que el tronco de la planta cuenta con un vástago que puede extraer de una materia prima que genera una fábrica de cuerdas resistentes sin costo alguno, debido que cada elemento asume un liderazgo un buen nivel de producción (HIDALGO, 2012).

El vástago cuenta con una formación que establece una yema central que es asociada sobre hojas que se envuelven, donde cada una de las hojas es una vaina que y puede ser asociado sobre los 20 en cada vástago, lo cual implica con una relación sobre la fabricación de la cuerda.

1.5. Requerimientos climáticos del tronco de banano

El banano cuenta con una exigencia de sumo valor sobre el clima cálido, lo cual dispone de una ejecución adecuada sobre el aire, debido que dispone de una temperatura de 26-27 °C, donde cumple con generar una prolongación distribuidos, dado que las condiciones que establecen una latitud 30 a 31° norte o sur y de los 1 a los 2 m de altitud, puesto que son preferibles sobre las llanuras húmedas cercanas al mar.

Por medio del crecimiento sobre las temperaturas inferiores a 18 °C, permitiendo efectos sobre la temperatura sobre unos 13 °C y mayores de 45 °C, debido que las condiciones tropicales ante la luz no tienen ningún efecto sobre el desarrollo de la planta ante las condiciones subtropicales, dado que al disminuir sobre la intensidad de la luz, donde el ciclo vegetativo se alarma. Sin embargo, el desarrollo de los higueros asume una influencia ante la luz en la cantidad e intensidad con una pluviosidad necesaria en variación de 120 a 150 mm de precipitaciones mensuales o 44 mm semanales.

Los efectos del viento sobre cada una de las atribuciones sobre el enfoque de provocar la transpiración anormal, lo cual implica sobre la reapertura sobre los estomas sobre la laceración de la lámina foliar, debido que el dalo más generalizado sobre la provocación sobre las pérdidas que ejercen un rendimiento sobre un 20%, además, que los vientos rompen los peciolos de las hojas que quiebran los psudatallos.

1.6. Los requerimientos de los suelos

La atribución de los suelos son aptos para el desarrollo del cultivo sobre el cultivo del banano en cuestión del conjunto sobre la textura franco arenoso, franco, arcillosa, franco arcillo limosa y franco limosa, permitiendo ser fértiles, permeables y profundos, más bien, pueden ser drenados y ricos sobre el enfoque de materias nitrogenadas. Asimismo, el cultivo del banano cumple con un aspecto que es evidenciado sobre la preparación de un escenario que cumpla con fomentar un buen clima para el desarrollo de los suelos.

El establecimiento de los suelos ricos en potasio, arcillo-silíceos, calizos, o los obtenidos por la roturación de los bosques, susceptibles de riego en verano, pero que no retengan agua en invierno. Adicionalmente, la platanera cuenta con un gran nivel de tolerancia sobre la acidez del suelo, generando el pH entre 4,5-8, siendo el óptimo 6,5, de tal forma los plátanos se desarrollan de forma que ejerce una buena preparación de planos que son pendientes con 0-1%.

La preparación que debe de contener los suelos ejerce un papel predominante sobre disponer de un marco de actividad que influye de forma efectiva en asegurar que sean enfocados en contener que cada uno de los lugares sean destinados en predominar que sean adecuados ante la cantidad requerida para siembra del tronco de banano que implica asegurar que atribuya una producción y comercialización requerida sobre el grado de fomentar un cosecha que predomine de forma efectiva sobre su función.

1.7. Los requerimientos de la propagación del tronco del banano

La platanera es un aspecto esencial sobre la producción de las semillas viables para el establecimiento en cuestión de la reproducción y perpetuación a través de la propagación vegetativa o asexual, lo cual cada una de las semillas que son usadas en cuestión de cada uno de los aspectos que son vinculados en proveer un mayor nivel de rentabilidad de responder de forma directa sobre el establecimiento ante cada uno de los retoños y cormos hacia la separación de la planta madre, que pueden ejercer el ciclo de producción y crecimiento.

De acuerdo con el preparación del agricultor cumple con una siembra sobre las plantas madres vigorosas sin signos visuales en cuestión de ataques de plagas y enfermedades, fortaleciendo la limpieza y desinfección del mismo, dado que cada uno de los hijos son seleccionados sobre el enfoque de predomina ante el funcionamiento sobre cada evitar ante catalogados que son orejones o de agua, generando una pérdida sobre su desequilibrio nutricionales o estrés.

Dentro de los métodos que se usan para la manera de propagación como son:

- ✓ Propagación tradicional: cuenta con un sistema sobre la propagación sobre el uso de los hijos o retoños que son concernientes sobre el enfoque que debe aplicar ante las prácticas culturales básicas, debido que las plantas funcionan bajo libre crecimiento, que provoca un alto índice de competencia. Sin embargo, el material de propagación cuenta con un sistema que promueve sobre la plantación en nivel de eficiencia del mismo riesgo de diseminación de plagas.

- ✓ Propagación por división de cornos: contiene que cada uno de los aspectos que son vinculados en promover que cada una de las plantas jóvenes o recién cosechadas ejercen una aplicación que es concerniente sobre la ubicación de las yemas en cuanto al sistema de alta eficiencia, donde cuenta con una aplicación que implica:
 - Selección del material
 - Limpieza y lavado
 - Desinfección
 - Exposición de las yemas
 - Corte
 - Siembre

- ✓ Propagación por división de brotes: se enfoca que cada uno de los cronos que son provenientes sobre las plantas jóvenes cuentan con una división de 4 a 6 porciones que son enfocadas sobre los canteros, debido que pueden emitir brotes.

- ✓ Propagación por ruptura y eliminación de la yema central: cuenta con una eliminación de la yema tropical que radica en disponer de una activación de las yemas laterales ante el número de hijos por corno, dado que las plantas son cosechadas con plantas jóvenes.

- ✓ Propagación a través del uso de hijuelos o cormitos: forman un peso que permite un menor de 150g y que es evidente en radicar una siembra que permite remover el cuidado sobre las raíces y las cortezas para fortalecer la conformación del mismo.

- ✓ Propagación a través de vitroplantas; cuentan con una capacidad que establece un nivel de cantidad que radica en fortalecer una siembra sobre el mediano plazo, donde los estados fitosanitario que son óptimos sobre el establecimiento de un enfoque que radica en evidenciar un alto nivel de crecimiento, debido que se basan sobre la utilización sobre el meristemo o yema central.

- ✓ Propagación y producción simultanea: cuenta con una serie de funciones que son relativas en contener que cada una de las atribuciones son basadas en asegurar que la propagación de materiales disponen de musáceas y producción de frutos simultáneamente, donde implica en el fomento de una plantel de plantas madres que son eficientes y que son un cultivo in vitro, dado que el funcionamiento sobre una alta densidad de siembra, debido que la mita de la población es enfocada sobre el cultivo y la producción de semillas de forma que asumen una población de la yema central.

1.8. Características del tronco de banano

Por medio de la parte que implica que cada uno de los aspectos que son asociados sobre el tronco de banano que es evidenciado en referencia de un conjunto de vainas foliares superpuestas, donde el seudotallo es muy carnoso y que es formado de forma constante por agua, que es sumamente fuerte y que cuenta con un soporte de un racimo de 50 kg o mas (Portilla, 2007).

El tallo es un rizoma grande, subterránea y almidonoso que es basado con yemas, debido que se funcionan sobre el desarrollo de la planta y que cuenta con un aspecto muy florecido y fructificado, siendo que compone cada chupón en cuestión de un rizoma que logra un nivel de madurez que es enfocado sobre la yema terminal que se convierte con un grado de inflorescencia en ser empujada hacia arriba desde el interior del suelo por el alargamiento del tallo, hasta que cuente con un arriba de la composición del tallo (Snarskis, 2008)

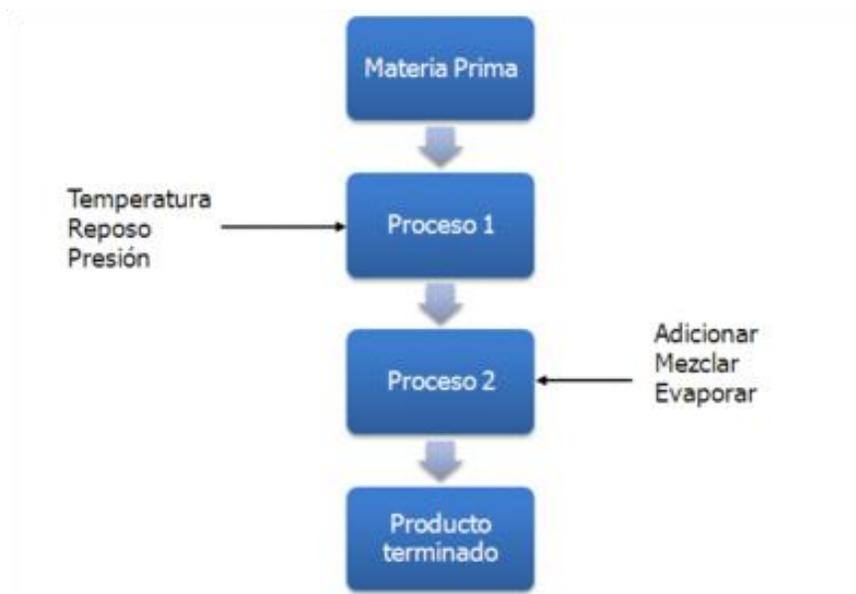
De acuerdo con cada una de las hojas emergen, el seudotallo en cuestión de un crecimiento hacia arriba y permite sobre su máxima expresión en referencia del tallo ante el verdadero tallo floral que atribuye un buen soporte a la inflorescencia surge dentro de la parte de la planta. Sin embargo, la composición del tallo se atribuye una serie de compromisos que son vinculados en favorecer el cumplimiento sobre las direcciones que debe asumir en cada renglón dentro de su actividad.

1.9. Atribuciones del tronco de banano

La fibra del árbol de banano atribuye una serie de características que son vinculadas sobre adicionar una baja densidad, rigidez, y sobre las propiedades mecánicas que sean renovables y biodegradables, lo cual es un efecto que ejerce un buen rendimiento sobre la contextura del material que es rica es celulosa, siendo un factor sobre las propiedades mecánicas.

El factor sobre el material versátil en cuestión de las características sobre el grado de favorecer cada una de las adaptaciones que son influenciadas sobre los diferentes aspectos relacionados con la resistencia, liviano y de fácil degradación, debido que es correcto sobre la fabricación ante los vasos, platos, envases e inmensidad de aplicaciones.

Gráfico 3. Proceso Sistemático del producto



Fuente: (Decena, 2021)

De acuerdo con (Comisión Europea, 2011), sobre el establecimiento de una alta demanda sobre los materiales que son concernientes sobre el impacto ambiental que ha radicado, dependiendo del tipo de material cuenta con una ejecución sobre el mercado, puesto que la comisión que la comisión sobre el proceso de artículos sobre la adecuación de los procedimientos y el consumo sobre la forma que puede erradicar un aspecto significativo.

El plátano es una de las principales frutas que ha consolidado sobre los mercados, donde ha tomado un valor de importancia sobre su funcionamiento, donde los países de américa latina que producen el grueso de los plátanos que ingresan sobre el comercio exterior, además, que los principales productores más grandes son china e india, lo cual cuenta con un cultivo sobre las regiones húmedas y calidad.

El plátano es un importante producto que después del arroz, el trigo y el maíz, donde es considerado uno de los productos básicos y de exportación y ha contado con una favorable evolución sobre los diversos beneficios que ha permitido disponer de una utilidad que incentiva sobre el mercado en las atribuciones que generan sobre las personas.

1.10. Justificación Organizacional

La composición sobre el desarrollo del tema sobre la investigación cuenta con un modelo de negocio en el cual dispone de llevar a cabo con una empresa que

cuenta con la elaboración, fabricación y comercialización sobre artículos desechables biodegradables por medio del tronco de banano, permitiendo contar con niveles altos que sean muy productivos en cuestión de los recursos sobre la prevención del medio ambiente ante proponer diferentes alternativas en disminuir eventos negativos sobre los desechos.

A través del modelo de negocio cumple con atribuir de forma efectiva en disponer de un desarrollo que cumpla con una sostenibilidad sobre el medio ambiente, dado que cuenta con una serie de alternativas ecológicas que fomentan una sustitución sobre los materiales convencionales sobre el impacto ambiental ante el uso de los plásticos en el cuidado de los recursos que puede ofrecer, con relación en la producción de materiales que sean biodegradables de manera obtenida en el tronco de banano.

El uso del tronco de banano es un recurso esencial sobre generar un marco de actividad que es basado en cuidar y velar que cumpla con cada una de las medidas que sean evidenciadas sobre el impacto que genera una comprensión sobre un uso considerado que genera nuevas atribuciones sobre comercializar productos acordes a las exigencias del mercado.

La comercialización de los productos son eficientes y eficaces en cumplir con las exigencias del mercado sobre muebles que cumplan con las necesidades del mercado y que promuevan una calidad y seguridad sobre las mejoras que sean

basadas en un alcance que dispongan de objetivos concretos y dinámicos sobre la integración de la organización.

1.10.1. Nombre de la empresa



La integración del modelo de negocio cumple con crear una sostenibilidad en el uso del tronco de banano de forma innovación sobre los productos desechables, dado que la organización dispone de favorecer el cumplimiento de la operación sobre su primera fase en Bani, donde será las principales productoras del banano orgánico en el país.

1.10.2. Organización de la empresa

La organización cuenta con una versatilidad en su capacidad de oferta que va de lo general a lo particular. Nos especializamos en la producción de mobiliario de interior y exterior, así como carpintería especializada para proyectos, habiendo trabajado con una constante labor de expansión en busca de satisfacer tiempos y presupuestos de los proyectos más exigentes en República Dominicana y a nivel internacional.

Gráfico 4. Proceso de Compra

1	Compra	Se compra el producto
2	Introducción	Se introduce en el sistema de la empresa.
3	Venta	Una vez introducido en el sistema se procede a la venta.
4	Distribución	En esta parte se distribuye el producto.
5	Facturación	Una vez vendido y distribuido el produce se hace la facturación.
6	Instalación	Se instala y se actualiza el sistema.

Fuente: (Perez, 2021)

De la misma manera, ponemos a disposición de nuestros clientes productos en diversos colores y tamaños, donde pueden encontrar mobiliario, complementos y accesorios decorativos, más un equipo de profesionales que trabaja la decoración de interiores, elabora proyectos “llave en mano”, y realiza los más adecuados dibujos de taller para el perfecto desarrollo de productos hechos a medida y requerimiento del cliente.

1.10.3. Misión

Trabajar para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, complacer los gustos de los clientes más exigentes con una gran variedad en nuestra mercancía y ofrecer calidad en nuestros productos y servicio.

1.10.4. Visión

Ser una empresa reconocida a nivel nacional, mantener una reputación en el ámbito comercial, alcanzar la meta de ser mayorista y seguir brindando a nuestros clientes calidad en nuestros productos y servicios.

1.10.5. Valores

Excelencia

No nos basta con hacerlo bien, nuestro compromiso es ofrecer un servicio cada vez más innovador con el objetivo de superar las expectativas de nuestros clientes.

Integridad

Todo lo que hacemos se rige en la moral y ética profesional, de nuestros valores es uno de los que hacemos sentir en cada contacto con nuestros clientes

Cambio

En un mercado competitivo nos mantenemos a la vanguardia para ofrecer un servicio excepcional. Nos adaptamos al cambio para mejorar la experiencia de servicio que ofrecemos.

Responsabilidad

Nos encontramos obligados a reparar las necesidades de nuestros clientes siendo para nosotros nuestra prioridad el cumplimiento.

Prosperidad

Crear un ambiente de negocios prospero es para nosotros una constante donde nuestra meta es mejorar

Calidad

Entregamos confianza en cada una de nuestras ventas a través de la mejor calidad y experiencia de servicio.

1.10.6. Servicios a ofrecer

Entre los productos y servicios que la empresa ofrece al mercado tenemos:

- Vasos biodegradables
- Platos biodegradables
- Envases biodegradables

1.10.7. Organigrama general



Fuente: (Beltre, 2021)

1.10.8. Ventajas competitivas del modelo de negocio

En el marco de una sociedad cambiante e interesada en nuevas experiencias, se abren las puertas para nuevas, atrevidas y atractivas propuestas que permitan cumplir con todas aquellas expectativas que se desarrollan alrededor de la palabra “innovación”; por eso, en productos tan personales como lo son los artículos desechables, se considera que uno de los aspectos determinantes para el público es la exclusividad.

La simplicidad de las cosas, es un estilo que se está imponiendo nuevamente y que en el largo plazo seguirá desarrollándose con naturalidad, ya que el mercado se encuentra saturado de una gran cantidad de productos intentando penetrar con productos cada vez más complejos, todo adherido al cambio socio cultural que afronta el mundo.

Desde el punto de vista actual, el hogar se ha convertido en un elemento clave para los consumidores, dejando de lado la idea de que este y sus complementos son un mercado de segunda necesidad, para comenzar a considerarlos como un conjunto de piezas clave en la vida cotidiana, lo cual lo convierte automáticamente en objetivo de un mercado que persigue mejorar el modo de vida.

La recolocación de este producto se vio declarado en la calidad que ahora se otorga a algunos factores como el confort, la seguridad, la salud, la personalización y el impacto medio ambiental.

Resumen de capítulo

La composición del capítulo cuenta con desglosar cada uno de los aspectos referentes sobre propiciar un escenario competitivo sobre enriquecer el conocimiento sobre el modelo de negocio, donde cumple con desglosar cada uno de los aspectos que son concernientes en propiciar un buen rendimiento acorde a las exigencias del mercado y sobre cada uno de los ambientes en el cual dispone la ejecución de atribuciones que disponen un buen contenido sobre las características del modelo de negocio.

La integración del capítulo integra el desarrollo sobre el funcionamiento de la organización en función de evidenciar un nueva empresa que mejore el campo laboral y que sea acorde a las prevenciones sobre el medio ambiente en un buen rendimiento hacia propiciar que su operación corresponda con promover una cultura organizacional basada en el logro de los objetivos y sobre una mejora constante sobre cada una de las variables que intervienen de forma efectiva sobre el producto entregado al mercado.

CAPÍTULO 2: DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

Capítulo 2: descripción del estudio de mercado

2.1. Composición sobre la estructura del mercado

De acuerdo con el desarrollo de los datos obtenidos sobre América Latina cuenta con un desglose de aspectos que permite crear la conciencia sobre el cambio aspectos relacionados con el medio ambiente, siendo un aspecto que conlleva un mejor liderazgo sobre el desarrollo de las organizaciones en ser más eficaces sobre el nivel de rentabilidad ante cada uno de los determinantes que producen efectos sobre el medio ambiente.

El mercado cuenta con una serie de actividades comerciales que permite el desarrollo del sector en cuestión de promover un flujo sobre los diversos tipos de consumidores que han ejercido una actividad sobre el crecimiento del sector, dado que es un efecto positivo en integrar una serie de aspectos que son relacionados sobre el tipo de empresas ecológicas que se han insertado sobre el mercado dominicano en cuestión de promover un mejor alcance.

El mercado ha generado una serie de cambios sucesivos sobre los indicadores de la globalización en el que ha permitido que cada uno de los sectores políticos, económicos, sociales y culturales cuenten con un masivo cambio sobre el crecimiento ante cada una de las exigencias que han asegurado un mayor compromiso sobre propiciar un cambio de mentalidad que exige una nueva percepción sobre los consumidores.

La participación de las diferentes empresas generan un uso sobre la forma de realización de los recursos, debido que permite obtener un impacto sobre el medio ambiente, dado que el uso constante de los productos químicos ha conllevado un efecto sobre la fabricación de los productos que ha sido ejercido de forma directa sobre el entorno, por eso, la integración de una organizaciones genera un efecto sobre el comportamiento de los aspectos climáticos que inciden de forma directa sobre el mismo.

2.2. Efectos de la sostenibilidad ambiental

El componente ambiental es uno de los soportes directos que han incidido de forma directa sobre cada una de las naciones, puesto que genera el compromiso sobre un desarrollo ante la sociedad, ya que ejerce una sostenibilidad sobre el medio ambiente en ofrecer una actuación que contribuya un fuerte indicador sobre los recursos a través de un aspecto que cumpla con la satisfacción de las necesidades en favor de cumplir con entorno competitivo y dinámico sobre favorecer las condiciones óptimas.

La sostenibilidad ha complicado con preservar y velar sobre el medio ambiente en cumplir con cada uno de los niveles de supervivencia en mejorar el escenario de trabajo y que cumpla con disponer de una ejecución de indicadores que adicione un mejor escenario, donde contraer efectos negativos sobre la presencia de algunas empresas permite evitar el maltrato ambiental. El objeto central sobre el enfoque que cumple el desarrollo económico es basado sobre cada una de las

condiciones que son ligadas en asegurar un buen nivel de rentabilidad sobre la mejora de las actividades en base a las condiciones óptimas y que cuenten con ecosistemas sobre la protección del ambiente.

Dentro de los últimos años el incremento de diversos factores que han tenido presencia sobre la destrucción del medio ha generado una presencia directa sobre la tala de árboles y la expansión de las empresas que expulsan contaminantes, dado que la fabricación y comercialización sobre el uso de los recursos ha conllevado un uso que no cumple de forma efectiva con el ambiente y que tiene un efecto directo sobre los efectos negativos ligados sobre la situación actual de la humanidad.

El indicador directo sobre la sostenibilidad del medio ambiente establece un aspecto directo sobre cada uno de los factores que inciden en preocupar sobre el desarrollo de los mercados, dado que han generado cambios ambientales sobre la forma directa en cumplir con la generación del cambio climático ante cada uno de los grados mundiales.

Para llevar a cabo un funcionamiento directo sobre la mejora de los niveles de eficiencia sobre los recursos ambientales, dado que la sostenibilidad ambiental ha regido con un fuerte impacto en involucrar una integración de procesos tecnológicos que han sido reducidos sobre los efectos negativos del entorno a través de maquinarias que han fortalecido la utilización de los recursos naturales,

además, de un control nacional como internacional en vista de contar con una serie de técnicas y métodos que se usan sobre los procesos y acciones que procuran los espacios adecuados para favorecer el nivel de mejora continua sobre una mejor calidad en el ambiente.

El desarrollo de la introducción de la organización en el mercado sobre su efecto en el medio ambiente permite contar con los escenarios y elementos esenciales sobre su forma de operar en función de mejorar el nivel de rentabilidad, ya que cumple con adicionar una serie de aspectos que son vinculados con el uso apropiado sobre el tronco de banano para la comercialización de productos plásticos que sean usados de forma factible dentro del medio ambiente y en cuestión de atender a las necesidades del mercado.

La sostenibilidad del medio ambiente permite disponer de cada uno de los controles y parámetros útiles para contribuir de forma efectiva sobre la prevención del entorno y así conservar los beneficios y recursos que dispone el medio ambiente en favor de una mejor utilidad.

Algún elemento cuantitativo y cualitativo, debe mencionar algún valor que refleje.

2.3. Necesidades del mercado

Los plásticos asumen diversas propiedades físicas químicas que son muy útiles para la producción y desarrollo de la industria en cumplir con el uso factible sobre el apoyo de materiales que ha ocasionado un mejor aprovechamiento de los

recursos ante el aumento de los daños que se dan en el uso de las organizaciones excesivo en el ambiente.

Por medio de los constantes cambios que se han producido sobre el mercado a través de los efectos del cambio climático han sido asociados sobre cada uno de los contaminantes ambientales que han ejercido una interacción directa sobre la situación que afecta a los ciudadanos, por tanto, las diferentes alternativas han servido de forma directa sobre hacer frente al clima a través de acciones que son nombradas ante organismos ecológicos que se encargan de cuidar el medio ambiente en establecer campañas que disminuyen la contaminación ambiental.

Las necesidades que presenta el mercado son las diferentes atribuciones que ha obtenido sobre los procesos químicos, dado que las empresas cuentan con la fabricación de productos que establecen una disminución sobre los efectos negativos de la salud ambiental, siendo una razón fundamental en que los productos biodegradables establecen una solución efectiva ante la problemática ambiental en ofrecer que las propiedades físicas de los plásticos como es el caso del tronco de banano no genera desperdicios contaminantes para el entorno.

La obtención de los productos desechables como es el caso de envases, platos, vasos y cucharas se degradan biológicamente, donde no genera ningún desperdicio o sustancia contaminante ejerciendo un factor directo sobre el ambiente y ante la preservación y protección del medio ambiente.

Gráfico 5. Operación de producción



Fuente: (Perez, 2021)

2.4. La posición del mercado sobre los productos plásticos

La posición de la organización en el mercado genera cada uno de los aspectos esenciales sobre el proceso de cumplir con una nueva imagen que permita desglosar indicadores que sirvan como medio directo para ofrecer un valor agregado ante cada uno de los competidores que establecen una interacción sobre su participación en el mercado y que cuenta con una diferenciación sobre los productos y servicios que se desarrollan, además, las empresas han establecido diferentes campañas sobre la responsabilidad social en integrar una serie de aspectos vinculados dentro de un bienestar que concentra el segmento del mercado y que incentiva a las personas sobre la destrucción del entorno.

Los diferentes aditivos degradables cuenta con posicionarse sobre la entrega de los productos bajo una condición que cumple con reflejar el grado de efectividad

en dirección de las características físicas y químicas que se desarrollan dentro de la demanda del producto ante sustitutos que establecen cada una de las cualidades que adiciona un mejor liderazgo sobre las condiciones de producción en un proceso de logística o sobre las características físicas o químicas dentro de los aditivos.

Las diferentes alternativas disponen de obtener un vástago del tronco del banano en cuestión de contar con la fabricación de productos biodegradables que producen de forma directa una alternativa que establece que cada una de las características del plástico son vinculadas con una alta transparencia, flexibilidad y durabilidad, ya que el negocio dispone de un desarrollo sostenible en una línea de productos biodegradables que se usan para un apoyo que cuenta con un recurso extraído dentro del medio ambiente sin ejercer daños.

2.5. Beneficios sobre los aspectos ambientales en la introducción de la organización

Los diversos productos que son elaborados en función del tronco de banano como es el caso de los envases, vasos, platos y cucharas u cualquier otro utensilio que se convierte en agua, dióxido de carbono u tras de biomasa que sean compatibles con el medio ambiente, debido que el proceso de degradación continúa con un efecto sostenible sobre dirigir cada uno de los aspectos del plástico en cuestión de una degradación. Sin embargo, en los hoteles, moteles, restaurantes, hospitales y hogares los desperdicios orgánicos cuentan con un aspecto que es

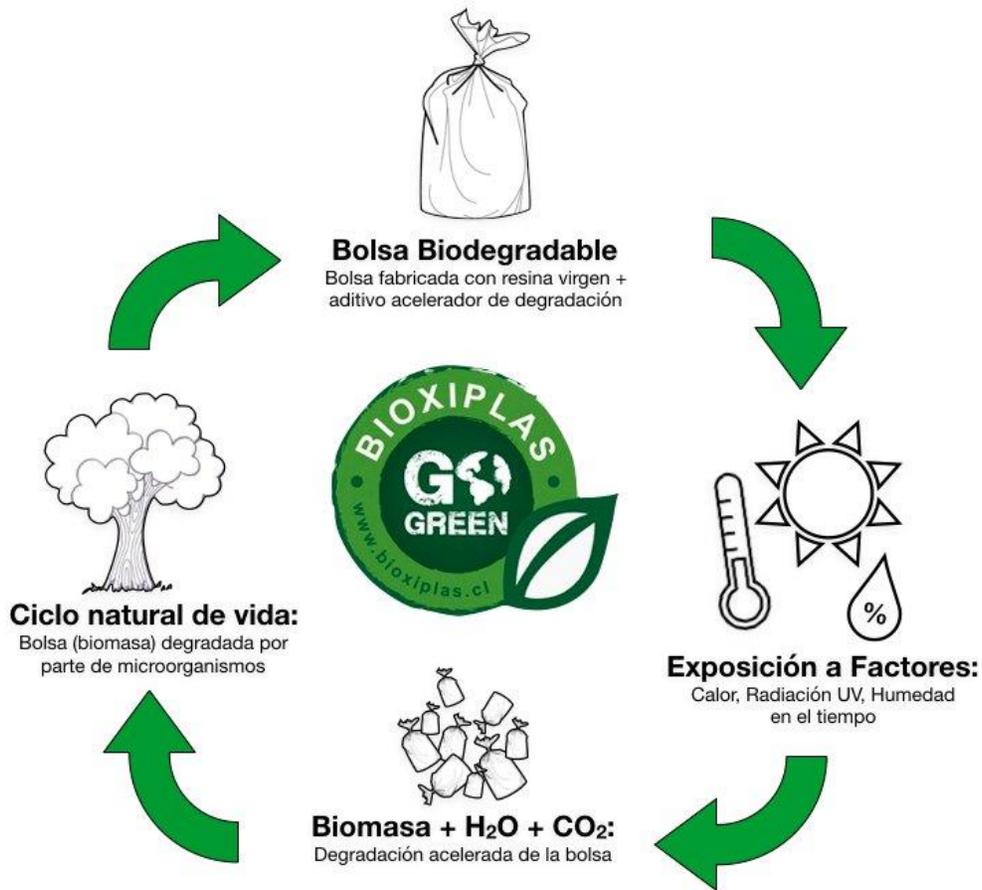
enfocado sobre la colocación de bolsas degradables que hacen un fuerte impacto en el mercado.

A través de los plásticos biodegradables no cuentan con un metano y ni pueden deshacerse de ellas por separado, lo cual asume un fuerte indicador sobre el desarrollo del ambiente normal que conlleva que cada una de las cantidades de plásticos pueda recogerse. La liberación de dióxido de carbono es una alternativa que establece una adecuada producción de compost de suma calidad, que no contiene ningún efecto directo sobre el ambiente.

Los aditivos degradables son únicos, ya que se asocian sobre la elaboración de garantizar que el producto sea elaborado de forma efectiva ante cada una de las condiciones en función de las propiedades físicas y químicas que incluyen una elaboración directa sobre la elasticidad, maleabilidad, resistencia, textura, claridad, permeabilidad y sellabilidad del producto.

Por medio de los **materiales biodegradables** cuentan en su totalidad de asegurar que incurran de forma efectiva sobre la entrada en contacto con alimentos, puesto que no producen sustancia y que no contaminan ni se degradan ante el producto. Asimismo, es un producto 100% degradable sin importar las condiciones en el cual sea expuesto, lo cual dispone de un uso patentada ante un soporte directo sobre la calidad de los aditivos que sea cada vez más eficaz en su transformación.

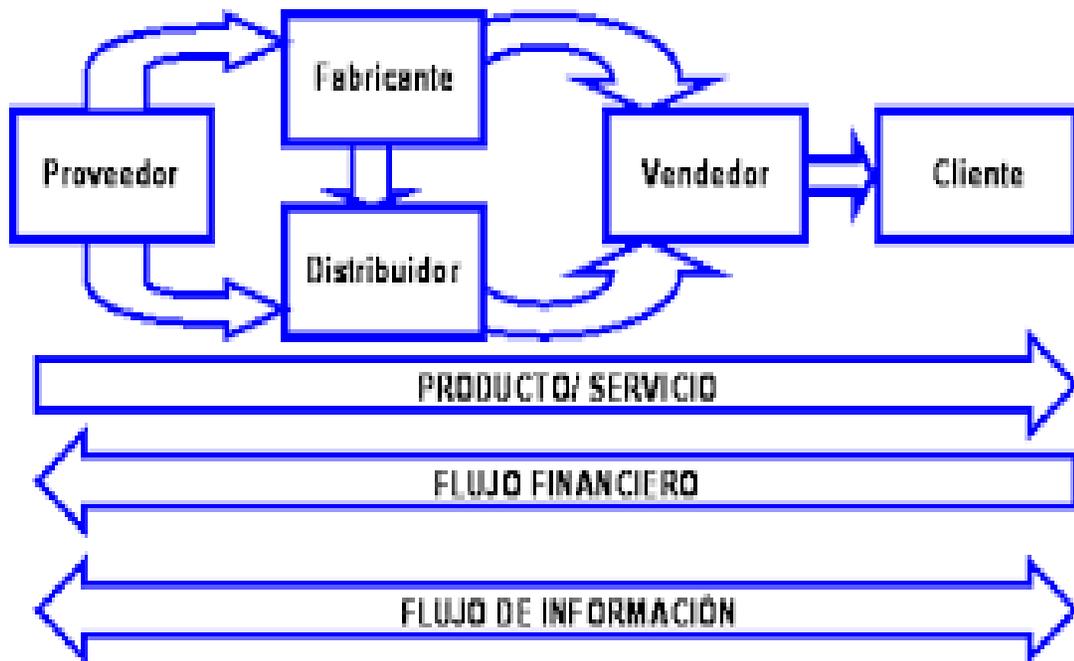
Gráfico 6. Proceso Biodegradable



Fuente: (Decena, 2021)

La utilización de los recursos del entorno radica en contener un buen uso del mismo, debido que la transformación en productos biodegradables espera ejercer un efecto positivo sobre el mercado, de tal forma cuente con incluir que cada uno de los requerimientos sea basado en promover una alternativa que cumpla con las necesidades de los clientes.

Gráfico 7. Logística de la producción



Fuente: (Decena, 2021)

2.6. Desarrollo del segmento del mercado

La presencia de los desechos es uno de los temas de sumo interés dentro del mercado, debido que cada uno de los países ha generado una incertidumbre sobre la forma en el cual tienen que lidiar con el medio ambiente en cuestión de cumplir con cada una de las medidas que promueve un mejor nivel de rentabilidad ante disponer de acciones que eviten los desperdicios que producen las empresas y contrae contaminantes ante la falta de conciencia para reducir los efectos negativos del mismo.

La segmentación del mercado cuenta con captar el mayor número de **consumidores** que existen dentro del mismo, lo cual busca satisfacer las necesidades y que penetren en el mercado de forma directa sobre la cartera de clientes que son ligadas sobre responder soluciones en un plástico degradable que genere un ventaja sobre contener propiedades que reduce los efectos sobre el medio ambiente, de tal forma las características se asocian sobre la calidad que tiene relación sobre la posición que tiene la empresa en el mercado.

Se estima que la aceptación sobre el número de consumidores será enfocado en:

Número de consumidores	Por ciento
Hombres	40%
Mujeres	60%

Fuente: (Decena, 2021)

El análisis de la segmentación radica en contar con un público definido con la finalidad de aumentar la cartera de clientes y que cada uno de los elementos sean basados sobre el compromiso de contener una segmentación que sea basada en una comprensión que mejore el rendimiento del mercado en la prestación de cada uno de los productos y servicios que incluyen dentro del mercado.

2.6.1. Mercado meta

El mercado meta dispone de contener un desarrollo sostenible sobre la ejecución de aspectos que sean ejercidos de forma directa en cumplir con cada uno de los

escenarios sobre las variables económicas, demográficas y pictográficas, ya que cuenta con una masiva influencia sobre el mercado en proveer un control sobre disponer de un mercado que cumpla con las exigencias de mismo en favor de introducir una organización acorde a las necesidades de los clientes.

2.6.1.1. Ámbito geográfico

El mercado dominicano cuenta con diversas ventajas competitivas que son ligadas sobre el sector de plásticos, lo cual dispone de gremios organizados, coordinados, competitivos y solidos sobre el medio ambiente ante la producción de productos de forma eficiente.

2.6.1.2. Ámbito demográfico

La organización de la empresa está orientada sobre toda persona física o jurídica, que tenga la necesidad de disponer de la entrega de productos y servicios acorde a sus necesidades con una mayoría de edad de 18 años. Sin embargo, cualquier persona jurídica está en la potestad de adquirir nuestros productos de forma que sean solicitados acorde a los procedimientos de la organización.

Los servicios que dispone la organización para la entrega de los productos son dirigidos sobre personas con una clase media o media alta, dado que muchas de las personas que transitan por el sector en el cual está localizado la organización son acorde a los niveles de ingresos mencionados, donde puedan adquirir el producto de forma coordinada.

El mercado objetivo en el cual está basado cada una de las variables sobre la segmentación del mercado se orienta en un desglose de elementos que compone aspectos como son:

Mercado objetivo	Aspecto a tomar en cuenta
Localización	Santo Domingo, Distrito Nacional
Tamaño de la zona	Empresas comercializadoras y clientes
Nivel de ingreso	Medio- bajo y media-alta
Disposición de compra	Necesidades de comprar productos biodegradables

La entrega de los productos que son entregados sobre organizaciones distribuidoras de plástico y envases, y a personas físicas pueden adquirir el producto en el momento en que dispongan de la necesidad de compra del mismo, además, **los aditivos** que compone el producto es una ventaja competitiva dentro de la organización en asegurar que cada uno de los envases y materiales desechables en poliestireno blanco cuente con una amplia referencia ante todo tipo de envase para su transformación.

Dentro de los diversos tipos de aditivos serian:

- **Termoplásticos:** son polímeros lineales que pueden estar ramificados o no, y que además son solubles en algunos disolventes orgánicos.

- **Plásticos de altas prestaciones:** son un grupo de termoplásticos que poseen unas altas propiedades mecánicas.
- **Termoestables:** son materiales que adquieren un estado final reticulado que los hace insolubles e incapaces de fundir.
- **Elastómeros:** se definen como materias primas muy dúctiles capaces de soportar deformaciones grandes recuperando su forma inicial una vez finalizado el esfuerzo. Son resistentes a aceites, grasas y al ozono.
- **Composites:** conocidos como plásticos compuestos, son materiales con buenas propiedades mecánicas

De acuerdo con la diversidad de clientes potenciales que son asociados sobre la descripción contenida en el perfil que dispone la organización se debe de tomar en consideración aspectos como son:

- **Empresas grandes:** son un gran segmento dentro del mercado, ya que el producto cuenta con una amplia masa de clientes que disponen de un efecto sostenible sobre evidenciar una promoción que cumpla con la adquisición del producto en vista que las empresas grandes basa sus operaciones con precios y formas de pagos que se inclinan ante descuentos que se atribuyen sobre el valor del producto.
- **Empresas medianas:** cuentan con una masa de clientes que son muy estrictos y exigentes en cuestión de evidenciar que el producto cuente con las condiciones claras para apreciar factores como son la calidad y seguridad ante la competencia.

- Empresas pequeñas: cuentan con la compra de productos en referencia de sus necesidades y que disponen de asegurar una mayor credibilidad sobre el factor diferenciados sobre el nivel de competencia y el posicionamiento en el mercado.

La generación de valor que radica la composición del tema involucra un aspecto esencial sobre componer una buen desarrollo sobre cada uno de los elementos que son concernientes en mejorar el bienestar sobre la obtención de los productos, debido que la organización provee de una buena agilización sobre los procedimientos en mejorar cada uno de los aspectos que son atribuidos sobre reducir efectos negativos en el medio ambiente.

2.6.1.3. Ámbito económico

El mercado cuenta con una alta demanda sobre el desarrollo sostenible sobre los factores económicos que incide en el mercado dominicano, ya que la presencia de diversos organismos ha permitido una fluctuación en el mercado creciente, donde el crecimiento de las actividades comerciales ha contado con una favorable utilidad sobre la adquisición de compras de productos, siendo un factor que ha contribuido en el desarrollo comercial y que ha reunido las condiciones óptimas sobre una adecuada captación de clientes.

2.6.1.4. Ámbito psicográfico

El mercado meta establece que se homogéneo, debido que cada una de las características asociadas en el comportamiento humano es basado sobre el valor

de la compra sobre lo que ven y adquieren los consumidores, dado que puede variar en torno al precio y al tamaño, y que puede generar un indicador que establezca una forma correcta de mejorar la atención sobre el consumidor, ya que cada uno de los clientes disponen de diversas cualidades y actitudes que son orientadas sobre al aumento de las ventas del producto en el mercado.

El comportamiento de la demanda sobre la presencia del desarrollo del comercio se ha mantenido muy activo en los últimos periodos dentro del rango del 2015 hasta hoy en día, lo cual ha sido ligado sobre la alta exigencia que tienen los clientes en el producto o servicio que asumen en dirección de satisfacer cada una de las necesidades y que sean conforme con lo que buscan. Las conductas de los consumidores se orientan sobre la percepción que observan sobre el producto o servicio en cuanto a la experiencia y sobre las variables de precio, lugar, condiciones y formas de pago.

2.6.1.5. Consumidores

Los productos biodegradables disponen en ofrecer una serie de tamaños y formas sobre su presencia en el mercado, ya que cada uno de los consumidores compran en referencia a lo que ven, siendo un aspecto que ejerce mucha atención sobre el vínculo que establecen con la empresa y que crea una ventaja competitiva que es sujeta sobre el medio para favorecer el crecimiento del mismo.

Las decisiones de compra son un factor muy esencial en disponer de una base de clientes que aseguren una buena comercialización sobre las mercancías, dado

que el producto debe cumplir con las expectativas de los clientes y que sean sobre crear condiciones que aseguren una relación y comunicación efectiva para incrementar el aumento de las ventas.

Se estima que las proyecciones de ventas para el primer periodo de ejecución sobre el modelo de negocio cuenta con ser un factor que radique una serie de cambios sobre el escenario de trabajo en un volumen de un 1,230,000 pesos en combinación con empresas que serán uno de los principales blancos de públicos para la comercialización de los productos.

2.7. Análisis de la competencia del mercado

Por medio del análisis del mercado cuenta con proveer que la producción de cada uno de los aditivos sean degradables y biodegradables, lo cual establece un grado de maduración sobre la incorporación sobre cada uno de los agentes que intervienen sobre las empresas que se asocie en preservar el medio ambiente, debido que la competencia cuenta con establecer que los productos sustitutos indican una cierta evolución ante cada una de las barreras técnicas y económicas sobre el desenvolvimiento de manera acelerada sobre un mejor grado de efectividad ante los clientes ante la generación de los productos dentro del mercado.

Los clientes aseguran poder disponer de un precio sobre el producto a pagar dentro de la organización en cuestión de cada una de las características que son fundamentadas sobre el establecimiento ante el diseño, seguridad, calidad y

apoyo de las tecnologías que son dispuestas sobre la cantidad y aspectos requeridos sobre la percepción del consumidor, lo cual dispone de un competencia que sea efectiva ante cada una de las mejoras y procesos que son asociados en función de la calidad de los productos y servicios en referencia de las ofertas sobre los clientes.

El análisis de la competencia sobre el mercado permite determinar cada uno de los aspectos que son referentes sobre proveer un mejor rendimiento sobre la cumplir con cada una de las exigencias del mercado que sean vinculadas en proveer un escenario de trabajo que fortalezca cada una de las exigencias, las organizaciones buscan mejorar su expectativa dentro de la competencia y brindar una mayor factibilidad ante los niveles de credibilidad ante mejorar la ejecución de procedimientos y procesos sobre la prestación de los productos y servicios.

El mercado dominicano cuenta con una exigencia constante sobre los niveles de rentabilidad ante disponer de una adecuada ejecución de las actividades que sean basadas en fomentar un mejor clima organizacional sobre la prestación de los servicios orientados en asegurar que sea basado en la percepción y expectativa de los clientes. La competencia es uno de los factores esenciales sobre la promoción de actividades, procesos y alternativas que rigen un mejor rendimiento sobre disponer de una agilización sobre los procesos en cuestión de vincular una mejora continua sobre los productos y servicios.

2.7.1. Competencia directa e indirecta

A través de la participación de la competencia directa e indirecta permite una mayor interacción sobre el comportamiento ante la disposición de involucrar una mejor actuación sobre velar en el cumplimiento de las organizaciones que intervienen dentro del mercado, lo cual podemos encontrar:

Competencia directa

	GREEN WORLD	ECORED
Localización	Av. 27 de Febrero #419 casi esquina Núñez de Cáceres, Santo Domingo, R.D	Av. Sarasota # 20, Torre Empresarial AIRD, piso 2, suite 207
Productos	productos biodegradables y más.	Productos degradables y biodegradables.
Ventajas	Cuenta con una amplia cartelera de productos especializados que son comercializados a cada uno de los puntos del país. La organización es sólida en el mercado y ha contado con un buen rendimiento operacional.	Ejerce un buen apoyo sobre la movilización de los productos y relaciones con algunas entidades financieras Es una empresa que comercializa productos degradables y ha contado con una alta ejecución de procedimientos y procesos.
Desventajas	Cuenta con otras empresas competidoras cercanas.	No cuenta con un espacio amplio para comercialización del producto.

Competencia Indirecta

- Distribuidoras
- Colmados
- Almacenes
- Papelerías

2.8. Análisis sobre la operación y la logística

La operación sobre el fomento de un correcto funcionamiento en el cual debe de asumir el desarrollo de la organización debe de cumplir con ejercer un masivo control sobre la ejecución de procesos y lineamientos que son enfocados en contar con cada uno de los agentes necesarios para asumir un mejor rendimiento sobre el mercado, debido que cada uno de los mayoristas y distribuidores asumen un mejor escenario sobre la generación de materiales biodegradables, dado que la comercialización se efectúa en Santo Domingo, Distrito Nacional, ya que será el punto central para la ejecución de cada uno de los productos distribuidos en el mercado con relación sobre cada uno de los sectores aledaños dentro del mismo.

El mercado objetivo cuenta con establecer que el desarrollo de la organización debe asumir una captación de clientes que deben enfocar que el producto satisfaga las necesidades de los clientes y que cuente con un proceso logístico eficaz:

1. proveedores
2. productor manufacturador

3. transporte logística
4. mayorista
5. consumidor final

De acuerdo con la comercialización del producto pretende contener que cada uno de los aspectos referentes sobre la ejecución del modelo de negocio sobre la entrega de los productos y servicios debe consolidar que la cadena de producción sea eficaz y eficiente, dado que en el primer mes debe asumir un liderazgo directo sobre la proyección dentro del primer mes.

El mercado es considerado amplio y que cuenta con una ejecución de acciones que establece un alto volumen de indicadores que deben dirigir que cada uno de los esfuerzos sobre la penetración en el mercado sea vinculado con proveer una espera adecuada sobre el establecimiento de la demanda en fomento de una participación que sea acorde a las exigencias del mercado y sobre disponer de un control adecuado sobre las mercancías.

La comercialización de los productos se ejerce desde el proceso de captar, elaborar y distribuir cada una de las mercancías que son entregadas al consumidor final, de forma que cumpla con asegurar un buen desarrollo sobre el esquema de actividades que son atribuidas en fomento de un buen clima organización hacia cumplir con cada uno de los requerimientos sobre la producción de forma efectiva.

2.9. Análisis de Michael Porter

El análisis de las fuerzas competitivas de Porter sirve como una herramienta importante sobre el estudio de mercado dentro de las actividades que desarrolla la empresa basado en la entrega de los productos y servicios que distribuye, siendo un aspecto esencial para determinar los aspectos que influyen en la determinación de la competitividad de la organización.

2.9.1. Poder de negociación de los compradores o clientes.

El poder de negociación constituye una característica importante en el cliente, ya que existe mucha competencia en el mercado y los clientes buscan productos de calidad que transmita confianza a la hora de adquirir el producto. Asimismo, en el mercado existen muchas variedades y los clientes se desplazan en busca de la mejor opción.

Considerando las necesidades que tienen los clientes se pueden mencionar:

- Calidad percibida
- Variedad de opciones
- Eficiencia y excelencia en el servicio
- Información continua y oportuna
- Entrega rápida a tiempo
- Resolución de problemas

2.9.2. Poder de negociación de los proveedores o vendedores

Los proveedores son una parte esencial en el proceso de adquisición de cada producto, ya que suplen las necesidades en relación a las necesidades que tiene satisfacer la organización en los clientes. Adicionalmente, la cantidad de proveedores proveen la materia prima a las empresas y son diferencias por medio de la calidad e higiene en el momento de la entrega.

La participación de la organización consta de regir un buen funcionamiento de la disponibilidad que debe asumir los productos y servicios dentro del mercado, ya que la negociación con los proveedores conlleva un proceso que involucra diversos aspectos para poder llegar a entrelazar relaciones ante el proceso de compra, como son:

- Precio razonable
- Pago puntual
- Comunicación directa
- Solución ágil ante inconvenientes

2.9.3. Amenaza de nuevos competidores entrantes

A través del tiempo en el mercado se incorporan organismos que buscan competir y superar las expectativas de los clientes ante las empresas existentes, de tal forma las amenazas que provee las entrada de competidores causa un desequilibrio en el mercado por los precios y servicios que entregan en busca de aprovechar las oportunidades que provee el mercado.

Para la organización la entrada de nuevos competidores causa un impacto en la entrega de los productos al cliente, debido a los diversos cambios que produce en mantener una estabilidad en el mercado. Sin embargo, se debe conocer que proyecta la competencia por medio de preguntas que sirvan para evaluar la capacidad en la cual se desplazan en el mercado, como son:

El análisis de la competencia sobre la organización asume una participación de diversas empresas que buscan facilidades de pagos y de encontrar información en las diversas redes sociales. Sin embargo, las estrategias que utilizan se relacionan con una tecnología basada en sus productos que sea enfoca en la línea de negocios que establecen con el cliente.

2.9.4. Amenaza de productos sustitutos

La amenaza de productos sustitutos es una situación que enfrentan las empresas, pero que se diferencia por medio de los principios que establece la empresa con el cliente. Asimismo, las estrategias que establecen la organización es una de las acciones que mejora la relación que tiene el cliente con cada uno de los productos.

2.9.5. Rivalidad entre los competidores

Las empresas que se encuentran en el mercado se enfrentan ante diversas situaciones ante los competidores que causa barreras entre el posicionamiento en el mercado. A pesar de que la organización es una empresa en crecimiento se

mantiene ante las acciones que toma la competencia en la entrega de los productos en el mercado.

La empresa logra aumentar su posición ante la competencia, pero se ve afectada por los costos en la adquisición de los mercados antes las empresas que suplen los productos, siendo que la mayoría de los competidores buscan fidelizar a sus clientes y posicionar productos de calidad a través de sistemas tecnológicos.

La participación de la organización rige una adecuación sobre la diferenciación del producto ocurre en la implementación de un plan que mejore la entrega de los productos al cliente a través de personal capacitado con las tecnologías adecuadas para facilitar la comunicación con un cliente satisfecho y positivo.

Dentro de los principales competidores que cuente la organización en el mercado se estima:

- Comercializadora Hermanos Pérez
- Expreso Almanzar
- Distribuidora Solanos

2.10. Lanzamiento del producto al mercado

A través del posicionamiento sobre el lanzamiento del producto al mercado cuenta con disponer de cada uno de los requerimientos asociados sobre el funcionamiento de cumplir con una adecuada sostenibilidad ante el cuidado del medio ambiente, ya que contar con un material biodegradable produce una serie de vástagos del tronco de banano que es basado sobre la materia prima ante

cada uno de los beneficios y atribuciones que son concernientes sobre las facilidades del medio ambiente, ya que establece una repercusión negativa sobre el favorecimiento de proveer un mejor recurso sobre los beneficios de la organización.

El producto es enfocado sobre disponer de una serie de clientes sobre captar una serie de clientes potenciales ante la necesidad de proveer cada una de las informaciones concernientes sobre la composición de EcoHome ante cada uno de los aspectos esenciales que son muy útiles en generar un grado de evidenciar un aspecto positivo sobre el mercado.

El lanzamiento del producto se orienta en un segmento de clientes calificado, dado que permite contar con una nueva idea sobre cada uno de los aspectos que son relevantes en la generación de valor sobre el rendimiento del mercado y sobre disponer de información concreta sobre mejorar el espacio de trabajo ante cada una de las exigencias en cuestión de evidenciar un mejor contenido sobre la presentación del producto al mercado. Además, la organización cuenta con ejercer una mejor correspondencia en cuestión de cumplir con cada una de las exigencias del mercado.

Para una penetración adecuada pretende definir que cada uno de los aspectos sean considerados en base a las necesidades de los clientes, debido que cada uno de los productos son elaborados de forma eficiente y eficaz que genere un

indicador competitivo sobre mejorar la entrega de los productos dentro de un **cumplimiento de procesos** que sean eficientes y eficaces. Sin embargo, la integración de aspectos deben ser consolidados en favorecer la comunicación y relaciones con el cliente.

2.11. Plan de marketing mix

El plan de marketing sobre el modelo de negocio es un recurso esencial en favorecer la comunicación efectiva sobre mejorar el nivel de rentabilidad y escenario de trabajo hacia cumplir con cada una de las exigencias sobre la mejora continua, debido que sirve para ingresar en el mercado de forma que mejore la comunicación con los clientes en desglosar que cada uno de los elementos sirvan como medio directo para asegurar un buen desarrollo sobre la mentalidad de los clientes.

- **Producto:** la implementación de una empresa ecológica sobre el mercado dominicano basado en la elaboración y comercialización de productos desechables corresponde de un uso considerable sobre el medio ambiente, dado que el uso de los vástagos del tronco de banano cumple con ejercer un factor positivo sobre la mentalidad del consumidor ante introducir una marca que sea bajo un nombre denominado EcoHome, ya que consta de diversos beneficios sobre el uso adecuado de los artículos en diversos tamaños y colores.

- Precio: es un aspecto que causa mucho valor sobre la distribución del producto, ya que debe de estar acorde a cada una de las exigencias de los clientes y basado sobre contar con una encuesta que reúna cada una de las informaciones concernientes sobre el poder adquisitivo dentro del mercado meta que establece que cada precio sea inferior sobre la competencia.
- Plaza: la plaza genera la composición de un lugar que es ligado sobre el fomento disponer de un espacio que cumpla con cada una de las percepciones del consumidor en cuestión de mejorar el escenario de trabajo y que sea conforme a brindar una mayor sostenibilidad económica ante el flujo de personas que transitan sobre la composición de las actividades en referencia del desarrollo de la competencia.
- Promoción: es uno de los aspectos de suma importancia sobre el grado de efectividad sobre cada uno de los medios que reúne un escenario competitivo ante mejorar la imagen de la organización a través de medios impresos, periódicos, revistas, anuncios y redes sociales que establezcan un mejor vinculo de forma efectiva ante la captación de personas para evidenciar un contenido coherente y dinámico sobre la percepción del público.

Uno de los aspectos que ha evidenciado un factor esencial en la promoción es la publicidad, dado que permite mostrar el producto de forma efectiva sobre el segmento de personas que ejerce un vínculo sobre cada uno de los medios de comunicación que ejerce un beneficio y características alineadas conforme sobre los productos desechables. La generación de eventos son organizados sobre el desarrollo de la organización en cuestión de favorecer el contenido del desarrollo de las actividades, lo cual se realizara en el hotel Barceló de Santo Domingo en cuestión de efectuar un evento sostenible sobre el mercado ante las diversas marcas.

2.12. Planificación de las encuestas

“Las encuestas son una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población. Las encuestas pueden ser personales y no personales” **(Grande, 2008)**.

“Las encuestas personales consisten en un encuentro entre dos personas en el cual una de ellas obtiene información proporcionada por la otra sobre la base de un cuestionario. Generalmente se desarrolla sobre la base de un cuestionario predefinido o estructurado que no alterado por el entrevistador” **(Raza, 2009)**.

Las encuestas son un recursos ideal que permite reunir cada una de las informaciones concernientes al tema, donde cuenta con fomentar un clima organizacional que es basado en asegurar una conversación entre dos o más personas que son basadas en permitir un alcance sobre el logro de los objetivos y que produce una mejor dirección sobre el establecimiento de medidas para mejorar los procesos (Perez, 2021).

Las ventajas que pueden presentar las encuestas podemos mencionar:

- **Estandarización.** Cuando se obtiene información a través de entrevistas o dinámicas de grupo no se tiene la garantía de formular las preguntas en los mismos términos siempre. Una encuesta sobre la base de un cuestionario permite hacer siempre las mismas preguntas a todos los elementos de la muestra.
- **Facilidad de administración.** La encuesta permite obtener información a partir de un cuestionario que se lee o leen los elementos de la muestra.
- **Simplificación del tratamiento de datos:** las encuestas poseen números y códigos que identifica las respuestas, es decir, se puede codificar la encuesta o convertir a números aspectos cualitativos. Esta característica facilita grabar los datos en ordenadores para poder tratarlos posteriormente con programas informativos.

- **Obtención de información no directamente observable.** Al encuestar a las personas se puede conseguir información relativa a su aspecto o hábitat, habilidad demostrada para proporcionar las respuestas y su fiabilidad.
- **Posibilidad de hacer estudios parciales.** Debido a que las encuestas poseen indicadores de las características de las personas que responden, es posible hacer estudios imponiendo condiciones.

2.12.1. Tipo de investigación

Por medio del tipo de investigación cuenta con generar un valor esencial sobre el contenido del trabajo en cuestión de asegurar un mayor nivel de rentabilidad sobre el modelo de negocio en la elaboración de productos desechables que sean acorde a las necesidades del mercado y que promuevan un mejor nivel de rentabilidad sobre adicionar una serie de procesos que sean vinculados en corresponder de forma efectiva la gestión operacional sobre el mercado objeto de cumplir con las exigencias, donde los tipos de investigación serán:

El tipo de investigación descriptiva permite adicionar un numero de información considerable sobre cada uno de los elementos que radican sobre la obtención de banano, debido que este tipo constituye la base fundamental para analizar cada uno de los estudios referentes al tema, donde incluya caracterizar cada una de las informaciones orientadas en atribuir un mejor aspecto sobre la incidencia evaluar la composición de los elementos que influyen de forma directa sobre el tema, puesto que la implementación del tema radica en disponer de un

comercialización de productos que sean basados en satisfacer las necesidades del mercado.

El tipo de investigación explicativa permite dar diversas razones sobre el cual se manifiesta el tema, debido que involucra ofrecer informaciones que sean acorde a las respuestas del problema central, además, de evaluar que cada una de las partes cuenten con los datos adecuados para enriquecer el conocimiento y dar alternativas que promuevan un nivel de rentabilidad y productividad que sea enfocado en establecer que cada uno de los objetivos se cumplan de forma satisfactoria y sobre el cumplimiento de los procedimientos dentro de la manipulación del fenómeno

2.12.2. Métodos de la investigación

La aplicación de los métodos de la investigación se enfoca en promover un buen desarrollo en la determinación de registrar una manipulación sobre los datos de forma que correspondan al alcance de los objetivos y que sean enfocados en proveer una mejor captación de información, donde el apoyo de los métodos sirve para mejorar la ocurrencia de situaciones que afecten la manipulación del mismo, tales se usaran:

El método analítico permite contar con diversas fuentes en vista de evidenciar un manejo directo sobre el desarrollo del tema, donde cumpla en favorecer cada uno de los datos que ingresan sobre el desarrollo del tema, debido que genera una comprensión satisfactoria en medir el grado de eventualidad sobre la mirada en el cual cumpla con realizar un buen funcionamiento.

El método sintético permite descomponer cada uno de los datos de forma que corresponda en atribuir que cada uno de los datos sean enfocados en asegurar que el modelo de negocios cumpla con cada uno de los requerimientos que sean sostenibles a fin de mejorar el nivel de calidad sobre la comercialización de los productos, donde cada una de las informaciones se resumen de forma que sean apoyadas en puntualizar que sean acorde a las necesidades del mercado.

El método inductivo genera un aspecto elemental sobre generar diversas atribuciones sobre cada una de las conclusiones que aportan un grado de determinación sobre el grado de rentabilidad acorde a las necesidades en cuestión que el modelo de negocios asume hechos que son concernientes sobre los registros de forma que los procedimientos se adecuan en torno a llegar a una generalización sobre los hechos.

2.12.3. Técnicas de investigación

A través de las técnicas de investigación asume un buen desarrollo sobre el nivel de generar un masivo compromiso sobre atribuir que cada una de las informaciones sean obtenidas de forma coherente y dinámica en cuestión de adicionar que cumplan con el logro de los objetivos, generando que los datos sean de diversas fuentes bajo su mejoramiento, donde se apoyan aspectos como son:

La recopilación documental es un aspecto que contribuye llevar a cabo un funcionamiento que es orientado en precisar sobre el apoyo de diversos autores

que ejercen un apoyo sobre el contenido adecuado ante la generación de valor sobre indagar ante los diferentes criterios y razonamientos en torno al tema en velar un mejor cumplimiento de los objetivos.

La entrevista sirve como medio directo para asegurar un mejor grado de obtención de los datos, donde se establece una conversación conforme a una serie de preguntas estructuras que son contenidas en precisar sobre cada uno de los datos, puesto que la entrevista es un indicador esencial para precisar sobre la obtención de información para llegar hacia posibles razonamientos sobre el modelo de negocios en la comercialización de productos desechables.

La encuesta sirve como recurso evidenciar sobre mejorar la captación de información enfocada sobre el desarrollo del tema, ya que se establece dentro de un segmento de personas orientadas en promover que cumplan con el logro de los objetivos en disponer de alternativas que establezcan un buen vinculo sobre el modelo de negocio hacia la mejora del bien común.

2.12.4. Procedimientos

El apoyo de las fuentes de investigación radica en ser un aspecto elemental sobre la generación de información, donde se basa en aspectos como son:

Las fuentes primarias serán atribuidas a la directiva y al personal en relación al modelo de negocios

Las fuentes secundarias serán provenientes a través del sistema logístico, documentos estadísticos, libros, folletos, monográficas, tesis y enciclopedias para poder lograr el objetivo propuesto.

2.12.5. Población

La composición de la población que cuenta el desarrollo de la investigación asume unas 50 personas que se ejerce el universo para la obtención de los datos, debido que el margen de confianza es de 95% ante el número de encuestados sobre Santo Domingo, dado que es el blanco de público directo para cumplir con el establecimiento de las preguntas puntuales que servirán como apoyo adecuado para asegurar un mejor marco de actividad alineado con el alcance de los objetivos conforme al tema.

2.12.6. Muestra

Para la realización sobre el apoyo de la formula puntual para un correcto funcionamiento sobre cada uno de los aspectos vinculados con proveer un mejor contenido sobre cada una de las percepciones, cualidades y disposiciones sobre el alcance directo sobre el mercado que permite dispone de un manejo directo sobre el rango de personas encuestas a través de las técnicas de muestreo de forma aleatoria, donde su fórmula indica:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Fórmula aplicada

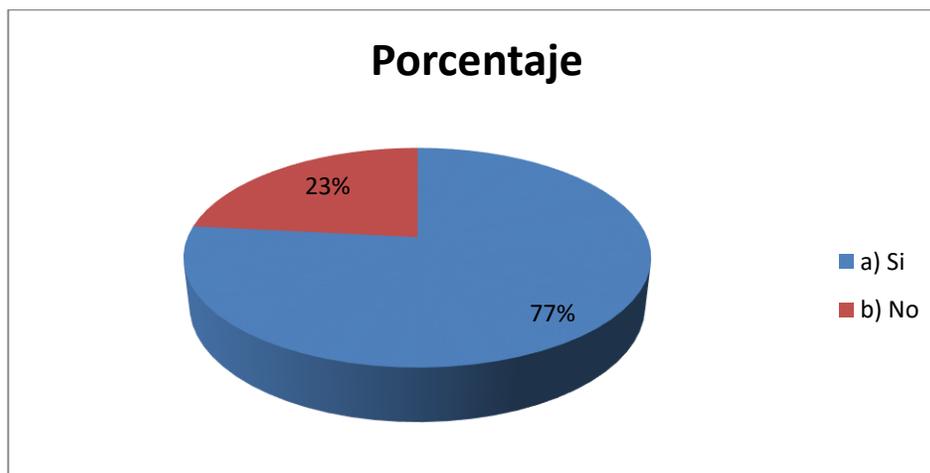
2.12.7. Proceso de recolección y análisis de datos

Tipo de encuesta: respuestas múltiples

Muestra: 30 personas

1. ¿Has escuchado sobre los productos ecológicos?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
a) Si	23	77%
b) No	7	23%
Totales	30	100%

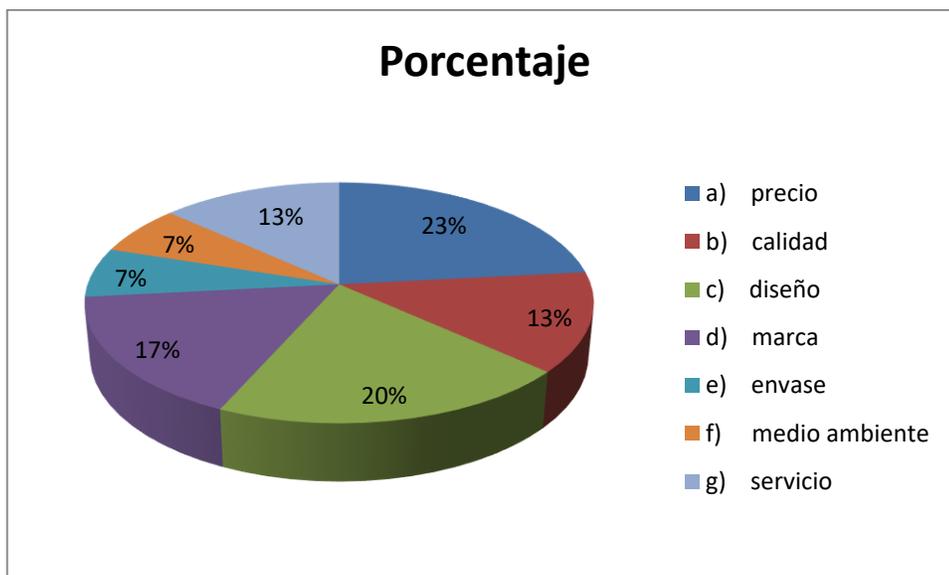


Análisis

De acuerdo con que si el cliente ha escuchado sobre los productos ecológicos consideran con un 77% que sí y con un 23% no.

2. ¿Qué factor o indicador es esencial en el momento de adquirir un producto?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
a) precio	7	23%
b) calidad	4	13%
c) diseño	6	20%
d) marca	5	17%
e) envase	2	7%
f) medio ambiente	2	7%
g) servicio	4	13%
Totales	30	100%

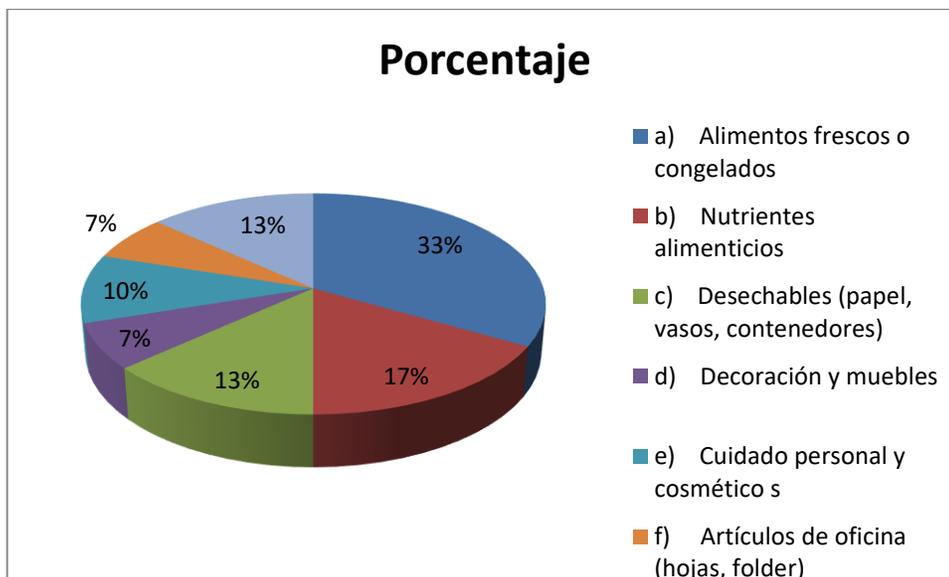


Análisis

De acuerdo con los encuestados sobre el factor o indicador es esencial en el momento de adquirir un producto ecológico indican con un 23% como precio, 20% como diseño, con un 17% como marca, con un 13% siendo servicio y calidad, con un 7% medio ambiente y envase.

3. ¿Qué tipo de producto ecológico ha consumido o tiene una inclinación sobre su uso?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
a) Alimentos frescos o congelados	10	33%
b) Nutrientes alimenticios	5	17%
c) Desechables (papel, vasos, contenedores)	4	13%
d) Decoración y muebles	2	7%
e) Cuidado personal y cosméticos	3	10%
f) Artículos de oficina (hojas, folder)	2	7%
g) Limpieza en general	4	13%
Totales	30	100%

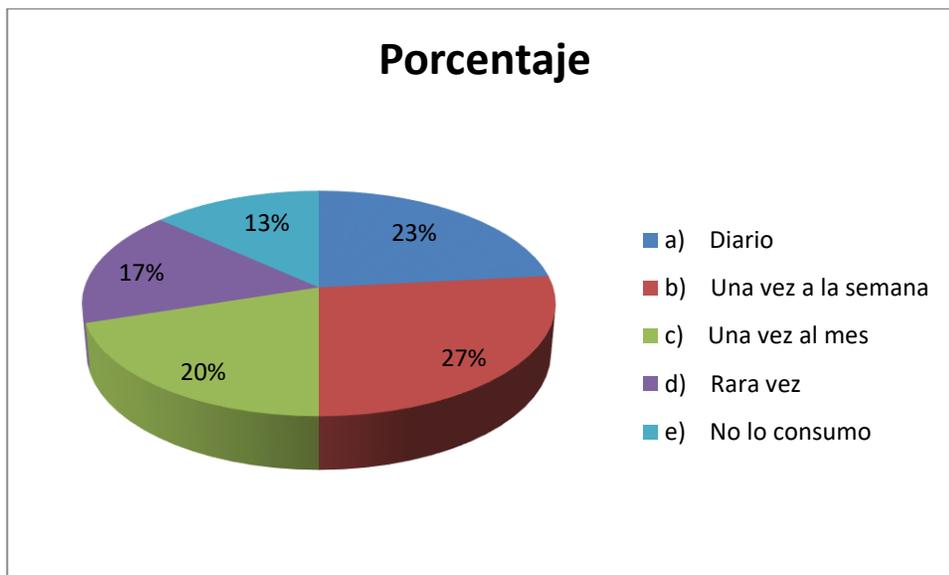


Análisis

De acuerdo con los encuestados sobre el tipo de producto ecológico ha consumido o tiene una inclinación sobre su uso indican con un 33% como alimentos frescos o congelados, 17% con un nutrientes alimenticios, con un 13% decoración y muebles y desechables, con un 10% cuidado personal y cosméticos y con un 7% decoración y muebles.

4. ¿Con que frecuencia usted ha consumido un producto biodegradable?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
a) Diario	7	23%
b) Una vez a la semana	8	27%
c) Una vez al mes	6	20%
d) Rara vez	5	17%
e) No lo consumo	4	13%
Totales	30	100%

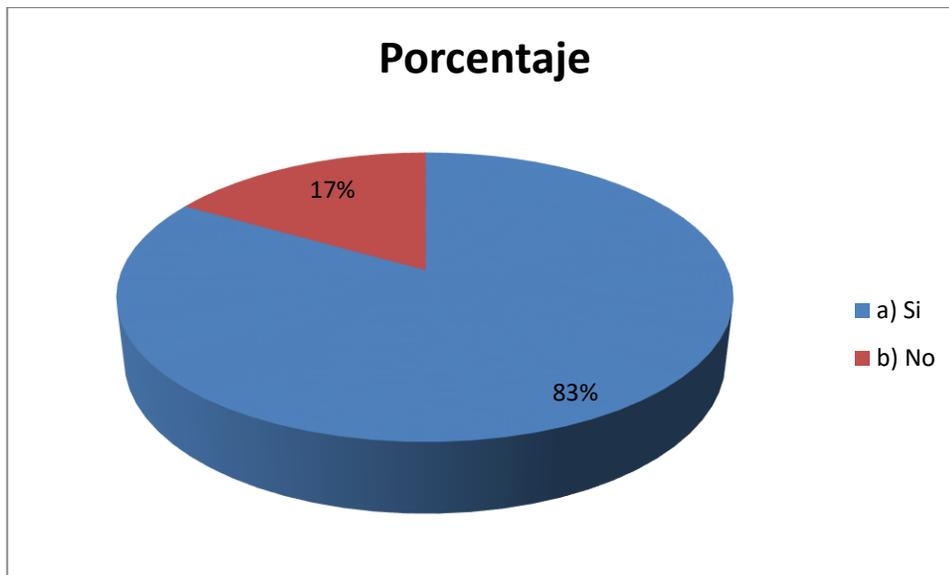


Análisis

De acuerdo con los encuestados indican sobre la frecuencia que ha consumido un producto biodegradable indican con un 27% como una vez a la semana, 23% como diario, con un 17% como rara vez, con un 13% como no lo consumo.

5. Te sientes satisfecho con los productos biodegradables

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
a) Si	25	83%
b) No	5	17%
Totales	30	100%

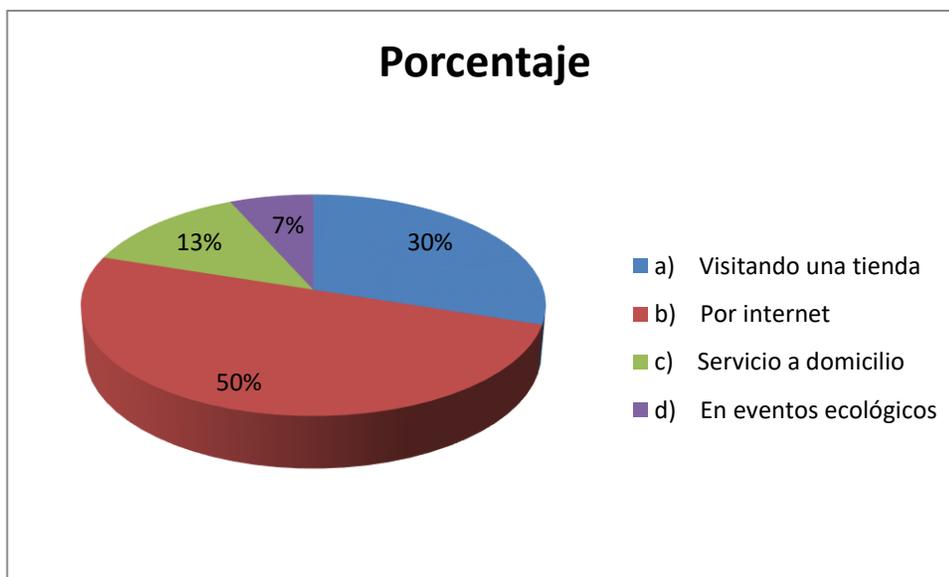


Análisis

De acuerdo con los encuestados indican sobre el nivel de estar satisfecho con los productos biodegradables asumen con un 83% como no y con un 17% como sí.

6. ¿De qué manera compra o compraría un producto biodegradable?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
a) Visitando una tienda	9	30%
b) Por internet	15	50%
c) Servicio a domicilio	4	13%
d) En eventos ecológicos	2	7%
Totales	30	100%

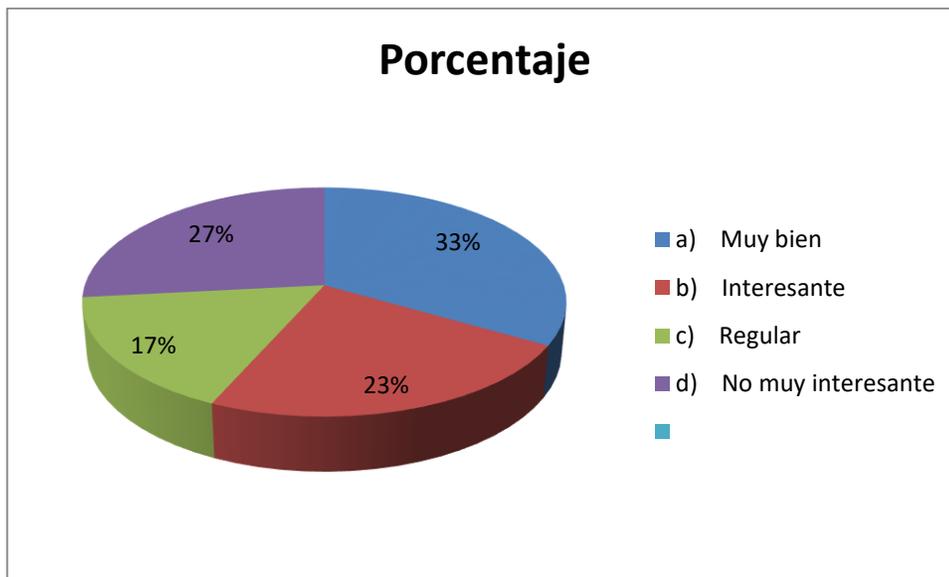


Análisis

De acuerdo con los encuestados indican sobre si compra o compraría un producto biodegradables indican con un 50% por internet, con un 30% visitando una tienda, con un 13% como servicio a domicilio y por ultimo con un 7% por eventos ecológicos.

7. ¿Cómo considera usted la comercialización la implementación de productos biodegradables a través del tronco de banano?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
a) Muy bien	10	33%
b) Interesante	7	23%
c) Regular	5	17%
d) No muy interesante	8	27%
Totales	30	100%

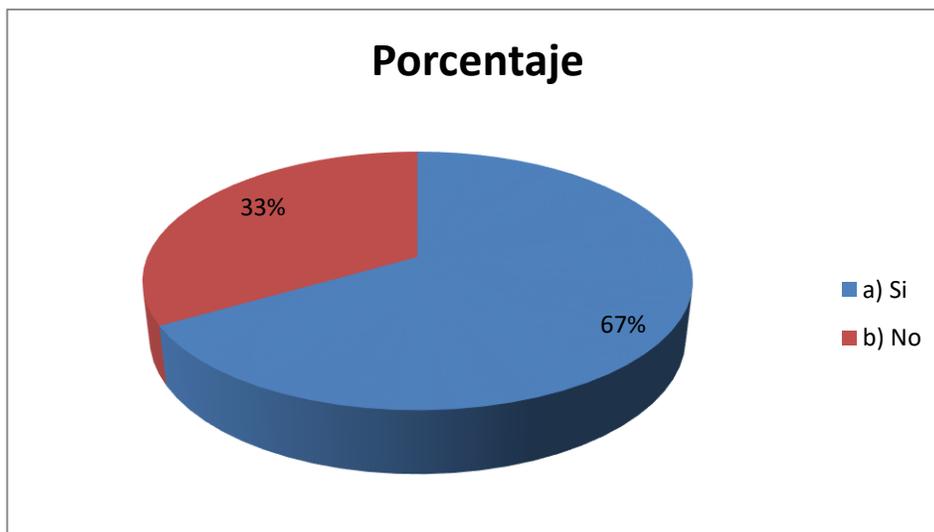


Análisis

De acuerdo con el número de encuestados sobre si la comercialización en la implementación de productos biodegradables a través del tronco de banano sería efectiva indican con un 33% como muy bien, con un 27% como no muy interesante, con un 23% como interesante y con un 17% como regular.

8. ¿Está de acuerdo que las empresas promuevan actividades que fomenten una colaboración y prevención con el medio ambiente?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
a) Si	20	67%
b) No	10	33%
Totales	30	100%

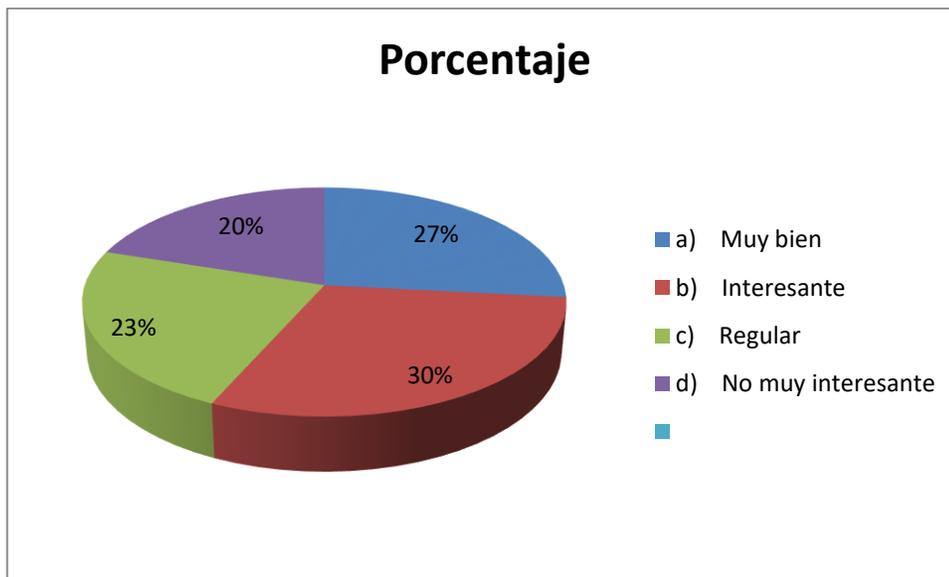


Análisis

De acuerdo con el número de encuestados indican sobre si las empresas promuevan actividades que fomenten una colaboración y prevención con el medio ambiente asumen con un 67% como si y con un 33% como no.

9. ¿Qué impacto considera usted que tendría la elaboración de productos desechables sobre el mercado?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
a) Muy bien	8	27%
b) Interesante	9	30%
c) Regular	7	23%
d) No muy interesante	6	20%
Totales	30	100%

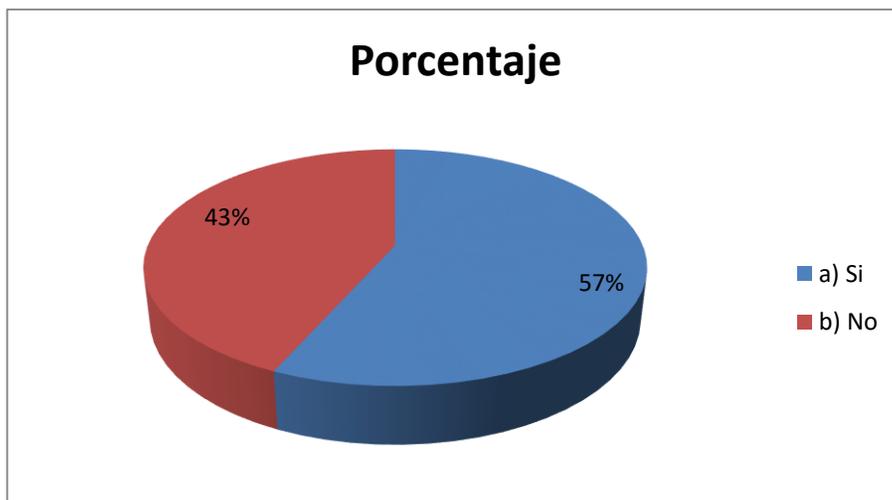


Análisis

De acuerdo con el número de encuestados sobre el impacto considera usted que tendría la elaboración de productos desechables sobre el mercado indican con un 30% como interesante, con un 27% como muy bien, con un 23% como regular y por ultimo con un 20% como no muy interesante.

10. ¿Recomendaría usted el producto que brinda la organización al mercado a otros clientes?

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
a) Si	17	57%
b) No	13	43%
Totales	30	100%



Análisis

De acuerdo con los encuestados indican sobre si Recomendaría usted el producto que brinda la organización al mercado a otros clientes establecen con un 57% como si y con un 43% como no.

2.13. Análisis de la aplicación de las encuestas

Por medio de la aplicación de la encuesta que fue llevada a cada a un segmento de 30 personas establecen de forma clara y precisa cada una de las atribuciones y expectativas sobre el desarrollo del cuestionario en función de cumplir con cada

uno de los requerimientos sobre la entrada de la organización en el mercado, donde la aplicación de la encuesta se realizó en horas de la mañana dentro del mes de julio del 2021, donde su aplicación fue muy exitosa.

Los datos recolectados dentro del levantamiento de información sobre la introducción de una organización ecológica basada en la obtención del tronco de banano para la obtención de productos desechables ha sido muy excelente, ya que cada una de las personas encuestadas han obtenido una idea clara sobre una empresa ecológica y definen como una buena opción en cuestión de fomentar un funcionamiento que corresponda con un uso considerable sobre sus efectos en el medio ambiente.

Los encuestados afirman que si recomendarían los servicios de la organización hacia otros clientes, ya que promueve una mejor idea sobre la obtención de los productos al mercado, donde indican que sería interesante el impacto de la organización sobre los productos desechables en el mercado, debido que cada uno de los clientes si cuentan con una idea clara sobre productos ecológicos, provocando que sean buscados por los clientes ante el precio, diseño y la marca conforme a un mejor bienestar.

2.14. Plan de Marketing

El plan de marketing enfocado sobre el segmento del mercado a través de los productos biodegradables cuenta con efectuar un alcance sobre el crecimiento en

cuestión de poder posicionarse de forma efectiva, donde EcoHome cumple en contener un modelo de negocio sobre la valoración de asegurar que sea a través del uso del tronco de banano en cuestión de asegurar que sea sujeto a cada una de las necesidades del mercado y dentro del plan de marketing sobre el apoyo de estrategias en el incremento de una viabilidad sobre el posicionamiento del producto.

La idea sobre el modelo de negocio establece captar nuevos clientes sobre el aumento de los clientes actuales, ya que genera el incremento sobre el posicionamiento de la marca en satisfacer al cliente ante la prestación del servicio y entrega de productos biodegradables conforme sobre la implementación de estrategias de marketing relacionadas sobre el grado de experiencia y calidad del servicio.

El contenido del plan de marketing indica un apoyo de estrategias de marketing que son ligadas sobre cumplir con cada una de las exigencias dentro del marketing objetivo, donde establece un fomento de atribuciones que son consolidadas sobre una actitud positiva dentro de la empresa ecológica, siendo así lograr un incremento de la conducta sobre las decisiones de compra.

El objeto central sobre la composición de las atribuciones en cuestión de brindar un mejor grado de confiabilidad sobre el posicionamiento y reconocimiento de asegurar un mejor contenido en función de una estrategia que sea basada en una

comunicación efectiva sobre el rendimiento de medir el grado de evidenciar que las personas sean logradas ante un dirección efectiva sobre la organización. Las estrategias vinculadas se sitúan sobre disponer de cada una de los elementos sobre las indicaciones de promoción que son:

2.13.1. Estrategia de publicidad y promoción

2.13.1.1. Promoción

Objetivo: diseñar una estrategia que sea sostenible sobre cada uno de los lineamientos asociados sobre el modelo de negocios que cuente con incluir que cada uno de los materiales biodegradables dispongan con los recursos adecuados dentro del espacio requerido sobre la expectativa del clientes en cuestión de crear una campaña que sea basada sobre ventajas que permitan un mejor liderazgo sobre los productos y ante el valor agregado que genera en cada consumidor.

2.13.1.2. Estrategia

Contar con el desarrollo de una campaña motivacional que tenga una duración de 1 semanas, donde se realizan un apoyo sostenible de diversos medios que cumplen con favorecer la percepción del cliente,

2.13.1.3. Táctica

Táctica 1: adicionar una publicidad sobre los medios de impresión por medio del volanteo.

Táctica 2: generar una publicidad sobre las tiendas por departamentos a través de una colocación sobre el producto, ya que se enfoca a un segmento de públicos sobre cada una de las características sobre el producto y ante adquisición del mismo.

Táctica 3: diseñar anuncios por medio de los medios tradicionales sobre cada uno de los aspectos esenciales sobre periodos reconocidos como son el Listín diario, diario libre y el día.

Táctica 4: diseñar anuncios conforme a los medios digitales que sean conforme sobre el Facebook, Instagram y Twitter que son espacios que reúne una gran cantidad de personas que se mantienen de forma constante dentro de los espacios digitales.

2.13.2. Promoción de ventas

2.13.2.1. Estrategia

Incrementar la participación del mercado sobre una mejor fidelización sobre los clientes ante mejoras de marketing.

2.13.2.2. Táctica

Táctica 1: promocionar diversos descuentos sobre los primeros tres meses durante la apertura de la organización, dado que cumple con ejercer un medio directo sobre disponer de una captación de clientes de forma efectiva.

Táctica 2: ofrecer diversas ofertas de compra que sean basadas sobre atribuir un mejor compromiso sobre el valor de los productos conforme a los puntos de venta y sobre brindar una mejor imagen del producto.

2.13.3. Ventas personales

Las ventas personales son un aspecto que genera un aspecto esencial sobre cada una de las atribuciones que son referenciadas en constar con un alcance que provee las informaciones concernientes en proveer hacia un desempeño sobre los requerimientos que crean una comunicación efectiva con el cliente.

2.13.3.1. Estrategia

Adicionar al cliente cada una de las informaciones esenciales sobre proveer un mejor contenido sobre el funcionamiento del producto en referencia de asumir un mayor nivel de confiabilidad sobre la comunicación con el cliente.

2.13.3.2. Táctica

Táctica 1: Asegurar que cada uno de los vendedores o promotores en referencia de cumplir con atribuciones que sean concernientes sobre una cuota fija comisión que sea relacionada sobre una promoción y ventas del producto referentes sobre contar con alternativas que asegure una buena relación con cada consumidor.

2.13.4. Relaciones públicas

Las relaciones públicas es un factor muy esencial en la generación de valor sobre cada uno de los aspectos que son vinculados con el cliente, debido que contribuye una ventaja competitiva sobre disponer de una comunicación efectiva sobre el nivel de liderazgo ante el logro de los objetivos.

2.13.5. Estrategia

Crear un mejor vínculo sobre el segmento de público ante una dirección de campañas y publicaciones que sean en favor de disponer un mejor espacio sobre la imagen corporativa positiva sobre la percepción del consumidor acorde a las exigencias del mercado.

2.13.6. Táctica

Táctica 1: permite contar con diferentes conferencias y anuncios que aseguren un mejor espacio sobre las relaciones con el cliente de forma que establezca un canal de dirección que agilice brindar informaciones sobre el segmento de clientes en cuestión fortalecer productos y servicios sobre un mayor actividad y comunicación sobre el desarrollo del producto.

Táctica 2:

Capacitar a cada uno de los integrantes de la organización en cuestión de contar con cada una de las técnicas y herramientas sobre favorecer el rendimiento sobre cada una de las atribuciones relacionadas con el segmento del cliente.

2.13.7. Medios tradicionales dentro del plan de marketing a utilizar:

- Listín Diario. Tamaño del Anuncio: 1/2 Pagina.
- Diario Libre: Tamaño del anuncio: Página Completa.
- El Periódico Plaza libre: Tamaño del anuncio: 1/2 Pagina
- Internet: Listín Diario, Facebook, Diario Libre y Plaza libre.

Imprevistos

La organización debe de contar con un margen de utilidades para los diversos imprevistos que sobre el funcionamiento del modelo de negocio en favor de asegurar un mejor contenido de los productos y servicios.

2.13.8. Estrategias del marketing digital

Los medios digitales son un espacio que reúne una gran cantidad de personas que se mantienen de forma efectiva en cuestión de evidenciar un grado de beneficio en buscar diversas opciones de compras, donde cada una de las aplicaciones han fomentado un mejor nivel de credibilidad sobre el incremento de favorecer el masivo aumento de las publicidades y promociones que se pueden dar sobre el papel que ejercen las organizaciones ante un masivo crecimiento sobre la imagen de la organización.

Las redes sociales cuenta con un apoyo de aplicaciones como son Facebook, Twitter, e Instagram que han generado un masivo crecimiento en adicionar beneficios consecutivos sobre la confiabilidad en la comunicación con el consumidor, tales aspectos son:

2.13.8.1. Estrategia

Aumento sobre el target en los medios digitales

2.13.8.2. Objetivos:

Aumentar la base sobre el segmento de clientes sobre una presencia de cumplir con una alta expectativa sobre el aumento de las redes sociales en cuestión de la organización sobre contar con una buena cantidad de personas de cada una de las edades.

2.13.8.3. Tácticas

Táctica 1:

Establecer diferentes campañas ecológicas que incentiven el desempeño de las empresas en cuanto a las redes sociales sobre generar una masiva interacción sobre la prevención del medio ambiente y ante cada uno de los medios digitales sobre el contenido de la empresa al público.

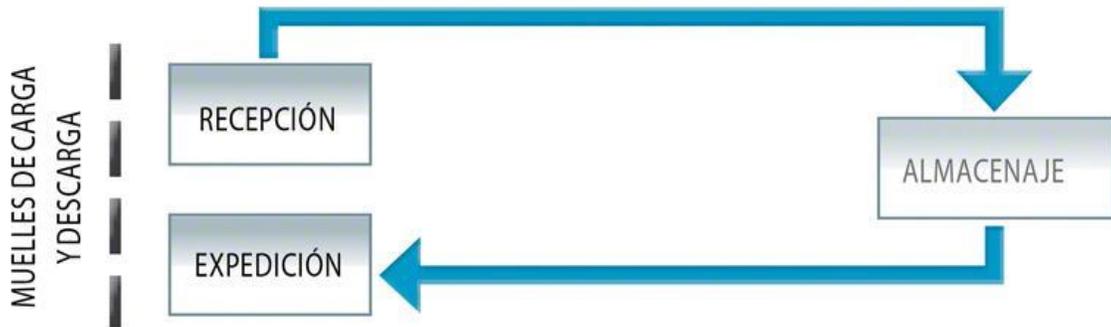
Táctica 2

Adicionar un contenido visual que corresponda a cada una de las necesidades del público que sea orientado de forma dinámica y agradable sobre mantener actualización sobre los medios digitales en cuestión de atribuir un mayor control sobre el desglose de informaciones.

Táctica 3:

Usar el hashtag en cuestión de contener palabras claves o frases que sean conforme al modelo de negocio.

Gráfico 8. Operaciones



Fuente: (Perez, 2021)

2.14. Análisis de la herramienta FODA

El análisis FODA contiene cada una de las consideraciones esenciales que hacen un funcionamiento directo sobre cada uno de los aspectos que son conformes a ejercer un desarrollo sobre las oportunidades, debilidades y las amenazas y las fortalezas.

Fortalezas

- Cuenta con una iniciativa única en el mercado
- Fomenta una capacitación sobre el personal
- Cuenta con una flexibilidad sobre cada uno de los productos
- Ha fomentado una diversidad de productos

Oportunidades

- Cuenta con un mercado creciente
- Es una empresa nueva en el mercado
- Establece diversas tandas para la entrega de los productos y servicios en el mercado
- Crecimiento del producto interno bruto
- Obtención de la materia prima del medio ambiente

Debilidades

- No cuenta con un segmento de clientes definidos
- Cuenta con poca experiencia en el mercado
- Cuenta con una competencia activa sobre el mercado
- Aumento de productos sustitutos

Amenazas

- El mercado cuenta con una economía variante
- Cuenta con competidores indirectos
- Fluctuación del mercado

El análisis FODA es un indicador que permite un correcto funcionamiento en proveer un alcance sobre cada uno de los aspectos que son considerados hacia fomentar un mejor clima organizacional sobre crear cada elemento que contribuya una sostenibilidad en vincular un desarrollo sobre cada uno de los requerimientos que proveen una información sostenible sobre el modelo de negocios (Perez, 2021).

2.15. Composición del análisis técnico

Por medio del análisis técnico en cuestión de las características y cualidades que tienen un cierto grado sobre la descripción ante la manera detallada en relación sobre cada uno de los aspectos que inciden sobre el rendimiento sobre favorecer el grado de rentabilidad sobre mejorar el nivel de satisfacción ante cada una de las exigencias que disponen de un mayor grado de asumir un compromiso sobre cada una de las implicaciones que son relativas sobre la forma operativa ante la organización y preparación de la empresa ante su conformación dentro del mercado.

El desarrollo del proyecto cuenta con generar un grado de rentabilidad sobre el impacto positivo que debe cumplir con cada uno de los beneficios que son ligados sobre mejorar el desarrollo sobre disminuir los efectos negativos ante la presencia de diversas empresas sobre el mercado ante la operación de productos en cuestión de arrojar desechos al medio ambiente, debido que la elaboración de vasos, envases y plásticos desechables es una alternativa que cuenta con asegurar reducir efectos negativos sobre el medio ambiente.

La finalidad del análisis técnico cuenta con evidenciar un grado de factibilidad sobre cada uno de los requerimientos y aspectos sobre cada una de las variables ante la construcción ante las infraestructuras físicas de la organización dentro de la localización, diseño, características físicas, constitución legal y sobre los entornos ambientales que juegan un papel esencial sobre la composición de la organización.

El análisis técnico permite cumplir con cada uno de los requerimientos que son asociados sobre la composición y lineamientos que sean esenciales sobre promover un mejor grado de rentabilidad, ya que su introducción en el mercado permite contar con los parámetros que sean eficaces y que contribuyan un mejor grado sobre las operaciones hacia satisfacer las necesidades de los clientes.

2.15.1. Estructura sobre los requerimientos de los recursos sobre el modelo de negocio

A través sobre cada uno de los aspectos que son evidenciados hacia la producción ante la organización en cuestión de favorecer el grado de cumplir con una adecuada descripción sobre los recursos y materiales hacia la determinación de los costos sobre el detalle sostenible en virtud de asociar un mejor funcionamiento, lo cual dispone sobre una elaboración ante cada uno de los artículos desechables que incluyen:

- ❖ Tronco de banano
- ❖ Agua

La elaboración sobre la elaboración sobre los artículos desechables sobre la operación de las máquinas y herramientas han regido un alcance sostenible sobre la producción ante cada uno de los procesos productivos ante la extracción del banano que dispone:

- ❖ Cinta transportadora
- ❖ Molino
- ❖ Maquina lavadora
- ❖ Secadora
- ❖ Molino
- ❖ Maquina recuperadora
- ❖ Balanza industrial

2.15.2. Localización del proyecto

Por medio del análisis de la localización del proyectos dispone de asumir un mejor control sobre cada una de las ubicaciones sobre la organización ante un alcance adecuado sobre el éxito o el fracaso ante mejores grados de rentabilidad de negocios, dado que las características del proyecto dispone cumplir con los criterios económicos que fortalece sobre la determinación en disponer de una adecuada opción en favor ante la elaboración de artículos desechables en satisfacer las necesidades del mercado.

El objetivo central sobre una mejor elección indica una afirmación sobre maximizar el desempeño del modelo del proyecto ante cada una de las

alternativas que sean consolidadas en un alcance de los objetivos que dispone ubicar un local en Santo Domingo que reúna cada una de las condiciones adecuadas para favorecer el logro de los objetivos.

La localización del proyecto dispone de asumir una serie de zonas que son evidenciadas ante un nivel potencial sobre la intervención comercial en fomento de un sector que asegure una fortaleza sobre el Distrito Nacional, dado que es ubicada en la Avenida. San Vicente de Paúl #124, Santo Domingo Este, República Dominicana, ya que es un sector que reúne una gran cantidad de personas que transitan en los alrededores de la empresa en cuestión de permitir un grado de evidenciar una intervención directa sobre la prestación de los productos.

Dentro de las localizaciones sobre el modelo de proyecto sobre cada uno de los elementos que intervienen de forma considerada sobre el modelo de negocio dispone:

- Clientes potenciales: permite un flujo de persona que se trasladan de un lugar a otro y que promueve un flujo peatonal activo.
- Experiencia sobre el mercado: permite disponer de diversas empresas que aumentan la actividad comercial en cuestión de fomentar un clima competitivo.

- Ubicación de las cadenas de líderes: permite que cada uno de los organismos cuenten con incentivar sobre el medio ambiente en referencia de una prevención activa.

2.15.3. Capacidad operativa

La demanda sobre el desarrollo de los artículos desechables que se pretende presentar sobre el mercados dispone de generar un vínculo directo sobre cada uno de los clientes en cuestión de favorecer la comunicación y el apoyo financiero sobre la obtención del tronco de banano, donde cumple con apreciar que cuente con una reducción sobre aspectos negativos que reduzcan el medio ambiente. Sin embargo, los diversos envases y vasos sirven para fomentar un indicador que cumpla con evidenciar un grado de referencia sobre los beneficios que pueden favorecer la sostenibilidad sobre el medio ambiente.

La disponibilidad sobre el apoyo de la tecnología cumple con fomentar un mejor alcance sobre cada una de las maquinas que permite determinar el grado de evidenciar un mejor liderazgo sobre la elaboración del producto ante la capacidad de producir entre 55 y 60 piezas por minutos, generando un tamaño deseado sobre el uso de la maquina en cuestión de contener un sello que sea basado sobre los paquetes y que produzcan un mayor nivel de rentabilidad entre 12, 24 y 32 vasos que dependerá de las exigencias del cliente.

La superficie que cuenta el modelo de negocio cumple con adecuar una instalación de unos 250 metros sobre las cualidades del lugar en cuestión de contener una distribución y división adecuada sobre la planta física del modelo de negocio ante cada una de las áreas administrativas que produzcan un buen rendimiento sobre las responsabilidades del lugar.

Composición técnica del producto establece:

Indicador	Concepto
Producto	Artículos desechables
Diseño	Estampado
Usos	Elaborado para contener bebidas frías o calientes
Especificaciones	El vaso es fabricado basado en condiciones sanitarias que sean seguras y que no cuenten con un efecto negativo para la salud de las personas como es el caso del papel biodegradable.
Empaque	Se enfoca en bolsas plásticas de papel biodegradable basado bajo una serie de condiciones normales para su almacenamiento
Presentación	Cuenta con un tamaño de 7 onzas en bolsas de 25 y 50 unidades.

2.15.4. Descripción sobre los puestos del modelo de negocio

Según las características físicas de la organización cumple con favorecer un buen rendimiento sobre cada una de las atribuciones que son consolidadas en asegurar un buen escenario laboral sobre la gestión del talento, dado que cumpla con mejorar el escenario competitivo ante las exigencias operativas y administrativas en cumplir con cada una de las actividades que debe contener el funcionamiento del modelo de negocio:

Descripción de puestos

Departamento Administrativo

Planifica, coordina, dirige y supervisa el desarrollo y ejecución de los procesos que en el orden operacional sirven de soporte a todos los departamentos la Organización.

- Velar por el cumplimiento de cada uno de los procesos y procedimientos que se ejercen en las operaciones de la empresa.
- Participar en la selección de personal nuevo en la empresa garantizando un proceso del reclutamiento bajo el perfil que busca la empresa.
- Comunicar el trabajo y las novedades que ocurren en el desarrollo del mismo.
- Desarrollar el desempeño adecuado del personal a fin de promover un clima organizacional que alcance los objetivos propuestos.
- Coordinar las actividades del personal garantizando que cumplan las funciones de cada puesto.

- Establecer reuniones con el personal para reforzar los comportamientos que muestren en el lugar de trabajo.
- Diseñar y promover políticas y procedimientos que sirvan para mejorar las áreas de trabajo conforme con el cumplimiento de metas.
- Mantener una constante supervisión de cada área para garantizar un desempeño adecuado en todas las funciones.

Departamento de Contabilidad

Dirige coordina y controla las operaciones contables que se efectúan en la organización, garantizando que las mismas cumplan con los principios básicos de contabilidad generalmente aceptados y con la legislación vigente; proveer información financiera confiable y a tiempo.

- Asegurar que los desembolsos se realicen bajo las normas establecidas por la organización.
- Promover que las políticas contables se cumplan bajo las normas contables establecidas.
- Verificar que las transacciones contables se realicen en los requerimientos de cheques emitidos, solicitudes de cheques y notas de crédito y débito.
- Analizar y diseñar el informe de los estados financieros de la organización.
- Planificar y entregar la preparación de presupuesto anual a los gerentes de cada área.
- Asegurar que las correcciones de saldos y descuadres se realicen bajo las normas establecidas en la organización.

- Preparar el análisis del reporte del efectivo diario
- Revisar que la documentación de los registros del formulario 606 se reporte a la DGII
- Preparar la conciliación con los departamentos de la organización.
- Efectuar el reporte del efectivo caja y banca
- Realizar los pagos a los suplidores internacionales
- Preparar las conciliaciones de los balances de cuenta con los diferentes bancos.

Departamento de Almacén

Coordina, supervisa y controla los procesos relacionados con la recepción, almacenaje y despacho de las mercancías, garantizando el buen funcionamiento del personal a su cargo, la seguridad física de las mercancías y el servicio eficaz a los clientes.

- Aprobar las facturas que entregan los conductores.
- Verificar que las mercancías devueltas se entreguen al almacén
- Aprobar que los camiones cuenten con la documentación correspondiente para la entrega de los productos.
- Verificar que la solicitud de notas de créditos en las devoluciones se entregan al departamento de créditos y cobros.
- Registrar la mercancía recibida al almacén.
- Ofrecer una seguridad física ante la mercancía que se encuentra en el almacén.

Departamento de Créditos y Cobros

Dirige, coordina y supervisa el proceso de cobros de la empresa, con la finalidad de garantizar, el cobro oportuno a todos los clientes, de modo que se garantice el flujo de efectivo a tiempo y la recuperación del efectivo por las ventas de la empresa.

- Realizar diariamente la gestión de cobros con clientes, por las diferentes vías establecidas, con el objetivo de lograr la recuperación de la cartera, efectuando la negociación para el pago oportuno y tratar de lograr la cobranza de cartera vencida para quienes apliquen.
- Contactar y asistir a clientes en la tramitación de cobros de la cartera y orientación sobre pagos, garantizando satisfacer sus necesidades de información.
- Recibir las reclamaciones de los clientes por diferencias con sus balances, con inconformidad con los Cobros aplicados o reclamación de facturas por cobrar.
- Remitir facturas, estado de cuentas y cartas de cobros a clientes con atraso, por las diferentes vías, que permitan agilizar la gestión de recaudo.
- Recibir y aplicar en las cuentas por cobrar que corresponda, los recibos por concepto de pago y transferencias producto del cobro efectuado a través de mensajeros cobradores.

Departamento de Compras

Gestiona, coordina y dirige los procesos de abastecimiento, a fin de contar con el inventario necesario para poder llevar a cabo las operaciones del negocio.

- Ordenar de forma que puedan ser localizados en los almacenes.
- Establecer un proceso de negociación con los proveedores
- Reducir los costos en los productos seleccionados tanto nacional como internacional.
- Establecer la comprobación de los precios en el mercado.
- Establecer la evaluación de fletes en la reducción de los costos que se aplican a los productos de importación.
- Analizar y diagnosticar que las líneas de productos o marcas dentro del mercado estén conforme a lo que busca la organización.

2.15.5. Producción sobre los artículos desechables

El proceso que debe de contar la producción sobre los artículos desechables debe de cumplir con cada uno de los requerimientos y necesidades sobre la operación que debe exigir sobre el establecimiento de un marco de actividad que sea coherente y sobre generar un buen vínculo sobre la gestión de actividades que sean acorde a las exigencias del mercado, donde el proceso debe de ser coordinado y sujeto sobre la obtención de los vástagos que se adquieren sobre el tronco de banano como son:

1. Corte el vástago en trozos, del mayor largo posible.

2. Quitar las vainas del vástago, una por una, dependiendo del grosor de la planta.
3. Poner las vainas al sol, bien separadas una de otra, para que se sequen.
4. Dejar las vainas al sol durante un día o hasta que vea que están secas, pero no quebradizas.
5. Dividir cada vaina en secciones angostas (unos 3 centímetros de ancho). Entre más delgado el trozo de vaina, menos fuerte la cuerda.
6. Se procede en enrollar la vaina y ya tiene su cuerda

Para un correcto funcionamiento sobre el proceso sistemático que debe de contar la planta sobre el procesamiento de los artículos desechables biodegradables deben de cumplir con una de las exigencias del mercado ante la materia prima y bajo las condiciones que otorguen una buena sostenibilidad sobre la producción, entrega y pedido ante el cumplimiento de procesos que sean vinculados con ejercer un mejor control sobre el proceso de los artículos como son:

1. Selección de la materia prima
2. Alistamiento de la maquina con la materia prima
3. Proceso de conformación de vasos en la maquina
4. Agrupación de vasos en 25 unidades
5. Empaque y sellado de vasos en bolsas plásticas
6. Almacenamiento de la producción en la bodega
7. Limpieza de maquinaria y área de trabajo
8. Fin del proceso

Dentro de las Etapas de la producción sobre los artículos desechables ante una elaboración adecuada se deben tener en cuenta:

- **Separación final y limpieza:** Se realiza en forma manual. Su objetivo es, por una parte, clasificar el material en forma definitiva y, por otra, eliminar las impurezas gruesas del material, tal como etiquetas o corchetes,
- **Molienda:** La molienda es un trabajo que lleva a cabo fuerza de tensión, compresión y corte, ya que los plásticos son separados son molidos y es necesario que sean sometidos a este proceso para que no sean contaminados.
- **Lavado:** El proceso de lavado se ejerce con una máquina lavadora y tiene por objeto desprender los restos orgánicos, y otros contaminantes del material plástico molido. Su actividad final se ejerce se en la máquina secadora.
- **Secado:** Se eliminan a través de esta etapa los restos de humedad.
- **Extrusión:** La extrusión se obtiene con derretir el material en la masa unidad, donde el material debe ser limpiado en un filtrado en la salida y se colocan los aditivos adecuados para la propiedad del material.
- **Pelletización:** Este proceso se obtiene en el sólido obtenido en el proceso anterior pasa por un molinillo o pelletizadora en donde es cortado en pequeños pedazos para poner fin al proceso.
- **Almacenado:** El material es retornado para su reutilización, ya que el plástico granulado reciclado es embalado en sacos de 25kg y posteriormente pesados para ser vendidos.

A través del control de calidad cumple con regir que cada una de las actividades sean vinculadas en promover una producción sobre la materia prima en cuestión de contener cada uno de los ingredientes sobre una inspección que sea acorde a las exigencias del mercado y que sean en favor de asociar un proceso que cuente con una producción final, dado que la fabricación de vasos y platos sean en favor de una selección de materia prima sobre el tronco de banano y que sea un recurso esencial sobre la proporción que se obtiene del medio ambiente.

La aplicación de los procesos son concernientes sobre atribuir un buen rendimiento sobre contener una serie de aspectos que son asociados sobre promover una operación que cumpla con las maquinas requeridas para mejorar el desarrollo del mercado y que produzca un buen liderazgo sobre asegurar que el proceso sea eficaz desde la materia prima hasta el empaque sobre el sellado del producto, puesto que el mantenimiento cuenta con disponer de unas operaciones que sean acorde a las máquinas y que promuevan condiciones óptimas para su entrega final.

2.15.6. Constitución legal de una organización en el mercado dominicano

Requisitos RNC/SRL/SA/SAS

- a. Formulario de Declaración Jurada para el registro y actualización de datos de sociedades (RC-02), debidamente completado y con los anexos correspondientes.
- b. Copia del certificado del nombre comercial emitido por ONAPI.
- c. Copia de recibo de pago del 1% del capital social autorizado.

- d. Copia del certificado de Registro Mercantil.
- e. Copia de la cédula de identidad y electoral de los accionistas de ambos lados y en caso que figuren cédulas que inicien con numeraciones “402” y “136” y en el caso de extranjeros sin cédula, copia de su pasaporte.
- f. Copia del Acta de Nacimiento (aplica en casos que figuren como accionistas personas menores de edad).

Requisitos RNC/EIRL

- a. Formulario de Declaración Jurada para el Registro y Actualización de Datos de Sociedades (RC-02), debidamente completado y con los anexos correspondientes.
- b. Copia del Acto Constitutivo registrado en la Cámara de Comercio (aplica si tiene aporte en naturaleza).
- c. Copia de la Certificación de Depósito Bancario (aplica si el aporte es en numerario).
- d. Copia del certificado de Registro Mercantil. e. Copia del certificado de Nombre Comercial emitido por ONAPI.

2.15.7. Entorno ambiental

Ley General sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales (Ley No. 64)

La ley establece las normas para la conservación, protección, mejoramiento y restauración del medio ambiente y los recursos naturales, asegurando su uso sostenible. Asimismo, establece un marco general sobre información y

participación en asuntos ambientales, y la responsabilidad por daño ambiental en la República Dominicana.

Corresponden a la Secretaria de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales las siguientes funciones Establecer el Sistema Nacional de Información Ambiental y de Recursos Naturales; realizar, organizar y actualizar el inventario de la biodiversidad y de los recursos genéticos nacionales, así como diseñar y ejecutar la estrategia nacional de conservación de la biodiversidad.

La Secretaria de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales hará de público conocimiento los permisos y las licencias ambientales que otorgue, así como las personas naturales o jurídicas que sean sancionadas por vía administrativa o judicial.

Corresponden a la Secretaria de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales las siguientes funciones Establecer el Sistema Nacional de Información Ambiental y de Recursos Naturales; realizar, organizar y actualizar el inventario de la biodiversidad y de los recursos genéticos nacionales, así como diseñar y ejecutar la estrategia nacional de conservación de la biodiversidad.

La Secretaria de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales hará de público conocimiento los permisos y las licencias ambientales que otorgue, así como las personas naturales o jurídicas que sean sancionadas por vía administrativa o judicial.

La planificación del desarrollo nacional, regional y provincial del país deberá incorporar la dimensión ambiental por medio de un proceso dinámico, permanente, participativo y concertado entre las diferentes entidades involucradas en la gestión ambiental.

Las áreas protegidas son propiedad del Estado dominicano, y que deben de ser dirigidas según sus categorías, zonificación y reglamentación, basándose en planes de manejo aprobados por la Secretaria de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales, con la participación de la comunidad y sus organizaciones, en la gestión y manejo de las mismas.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DEL ESTUDIO FINANCIERO

Capítulo 3: Análisis del Estudio Financiero

En el análisis económico financiero veremos los procesos financieros que se estarán llevando a cabo para alcanzar los objetivos propuestos a lo largo del proyecto. De esta manera, el análisis financiero que se expondrá a continuación permitirá conocer la factibilidad del proyecto. Se hará uso de algunos indicadores que permitirán evaluar la implementación del proyecto.

3.1. Resumen de la inversión

Para el inicio de las operaciones de la empresa se realizara una inversión de RD\$7, 500,000.00 en total de los cuales RD\$4, 000,000.00 corresponden al aporte de los socios y RD\$3, 500,000.00 como un crédito bancario al banco popular. La inversión necesaria para la creación de esta empresa, se encuentra resumida de la siguiente manera:

Fuente del Capital	Valor de la Inversión	Porcentaje
Capital de Inversionista	RD\$4,000,000.00	53%
Crédito bancario del banco ademi	RD\$3,500,000.00	47%
Total	RD\$7,500,000.00	100%

Para la inversión, la empresa cuenta con recursos propios, correspondientes al 53% del total de la inversión, el 47% se financiará mediante un crédito con una tasa de interés del 12.20% a 15 años, plazo con cuotas de RD\$35,430.00.

3.2. Análisis del presupuesto

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

Los activos fijos son los activos tangibles, son aquellas inversiones como: terreno, maquinaria, equipos, que son sujetos a depreciaciones. A continuación se detallan los siguientes activos para la poner en marcha la empresa productora y comercializadora de muebles ecológicos para el hogar.

En esta parte contiene la determinación del proyecto sobre la viabilidad de los presupuestos financieros para la realización del plan de negocio orientado a los desechables biodegradables.

3.2.1. Presupuesto maquinarias y equipos

A continuación vamos a detallar los costos de las maquinarias y equipos adquiridos por el ente económico. Dichos costos están a 10,000 juegos al mes, ya sea, sillas, mesas, juegos de habitaciones etc. De acuerdo a las maquinarias y equipos a utilizar, se estiman los siguientes:

Materia prima	Unidad de medida	Valor RD\$
Madera de cedro	Pieza	RD\$20,000.00
Madera guayacán	Pieza	RD\$50,000.00
Madera moho	Pieza	RD\$80,000.00

Puntilla	Libras	RD\$10,000.00
Tambor aplanador	Unidad	RD\$ 5,000.00
Chapas	Unidad	RD\$ 5,000.00
Secadora	Unidas	RD\$ 8,000.00
Pegante	Galón	RD\$ 500.00
Lija	Metro	RD\$ 400.00
Sellador	Caneca	RD\$20,000.00
Laca	Galón	RD\$ 600.00
Trituradora	Unidad	RD\$ 800.00
Grapas	Unidad	RD\$ 500.00
Manijas	Unidad	RD\$ 600.00
Maquina cortadora	Unidad	RD\$ 800.00
Cordobán	Metros	RD\$ 900.00
Tolda de mezcla	Libra	RD\$ 5,000.00
Total		208,100.00

3.2.2. Presupuesto de inversiones en activos fijos

Para llevar a cabo este proyecto vamos a necesitar de diversos activos fijos, los cuales serán necesarios para el funcionamiento y no se destinan a la venta.

MAQUINARIA Y EQUIPO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
4	Madera de cedro	RD\$5,720.00	RD\$22,880.00
2	Madera guayacán	RD\$4,000.00	RD\$8,000.00
1	Madera moho	RD\$11,610.00	RD\$11,610.00
1	Puntilla	RD\$44,000.00	RD\$44,000.00
1	Tambor aplanador	RD\$11,700.00	RD\$11,700.00
1	Chapas	RD\$14,168.00	RD\$14,168.00
2	Secadora	RD\$3,520.00	RD7,040.00
2	Pegante	RD\$7,656.00	RD\$15,312.00
2	Lija	RD\$9,548.00	RD\$19,096.00
TOTAL DE MAQUINARIA Y			RD\$153,806.00

EQUIPO			
EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Sofá 3 asientos recepción (KLIPPAN IKEA)	RD\$14,295.00	RD\$14,295.00
3	Escritorio	RD\$5,000.00	RD\$15,000.00
3	Silas giratorias	RD\$3,695.00	RD\$11,085.00
3	Archiveros	RD\$2,500.00	RD\$7,500.00
TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA			RD\$47,880.00
EQUIPOS ELECTRONICOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Computadoras Compaq DC-CQ11004LA	RD\$30,000.00	RD\$90,000.00
1	Impresora HP Officejet 6600	RD\$7,600.00	RD\$7,600.00
TOTAL DE EQUIPOS ELECTRONICOS			RD\$97,600.00
TOTAL DE INVERSION			RD\$299,286.00

Presupuesto de inversión de comunicación

Publicidad generalmente se refiere a mensajes controlados, pagados en los medios, mientras que promoción incluye actividades de mercadotecnia pagadas y gratuitas, tales como ventas o patrocinios. Para el inicio de las operaciones para la empresa, cuenta con una serie de promociones y publicidades que están resumida de la siguiente manera:

CUADRO CONSOLIDACIÓN DE INVERSIÓN EN COMUNICACIÓN	
Descripción	RD\$
Publicidad	RD\$ 139,855.92
Promoción	RD\$ 140,704.37
Relaciones Públicas	RD\$ 80,000.00
Imprevistos	RD\$ 30,000.00
TOTAL	RD\$ 410,560.29

3.2.3. Presupuesto de inversiones intangibles

La inversión intangible para la creación de la empresa de fabricación de desechables biodegradables en santo domingo oriental, está constituida de la siguiente manera:

Inversión Intangible	Valor RD\$
Gastos contrato de alquiler.	RD\$ 1,500.00
Gastos ONAPI.	RD\$ 4,755.00
Gastos ministerio de industria y comercio.	RD\$ 2,500.00
Gastos de servicios de abogado.	RD\$ 17,000.00
Total	RD\$ 25,755.00

3.2.4. Presupuesto de gastos administrativos

Los gastos para la instalación, puerto en marcha, constitución y organización de la empresa de fabricación de muebles, se recurrirá alquilar el local que más se asemeje a los atributos del negocio a crear, se incurrirá además en el pago de fianza para la solicitud del contrato a la energía eléctrica, así como los gastos legales para constituir la empresa además de las compras de maquinarias para

ejecutar el proyecto mismo. De acuerdo a los gastos de la creación de la empresa de fabricación de muebles se muestran los siguientes:

Gastos fijos			
No.	DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	ALQUILER DE LOCAL	RD\$35,000.00	RD\$420,000.00
2	TELEFONO,INTERNET Y CABLE	RD\$3,000.00	RD\$36,000.00
3	LUZ	RD\$8,000.00	RD\$96,000.00
4	INSUMO DE OFICINA	RD\$3,000.00	RD\$36,000.00
5	AGUA	RD\$2,000.00	RD\$24,000.00
6	GASTOS ADMINISTRATIVOS	RD\$150,000.00	RD\$1,800,000.00
TOTAL		RD\$201,000.00	RD\$2,412,000.00
COSTOS VARIABLES	MATERIA PRIMA	RD\$35,200.00	RD\$422,400.00
TOTAL		RD\$236,200.00	2,834,400.00

Costo operativo		
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Madera	50	RD\$30,000.00
Diluyente(1litro)	3	RD\$ 1,500.00
Sellador(1litro)	3	RD\$ 2,000.00
Tolda de mezcla(unidad)	2	RD\$ 1,200.00
Cinta trasportadora (unidad)	3	RD\$ 500.00
TOTAL		RD\$35,200.00

3.2.5. Presupuesto de Producción

El presupuesto de producción se refiere al proceso de crear o fabricar artículos por parte de una empresa en el período presupuestado y en unas condiciones concretas. La empresa para la creación del producto muestra lo siguiente:

3.3. Nómina y Estructura Salarial

En una empresa la nómina es la suma de todos los registros financieros de los sueldos de todos los empleados, incluyendo los salarios, las bonificaciones y las deducciones.

En la estructura salarial se presentaran el salario que obtendrán los empleados por desempeñar un puesto de trabajo dentro de la empresa.

Puesto	Sueldo Bruto	AFP, (2.87%)	SFS, (3.04%)	ISR	Sueldo Neto
Presidente	38,400.00	1102.08	1167.36	216.83	35,913.73
Vice-Presidente	37,950.00	1089.165	1153.68	153.32	35,553.84
Administrador	32,800.00	941.36	997.12	-	30,861.52
Encargado Logística	31,500.00	904.05	957.6	-	29,638.35
Contador	28,900.00	829.43	878.56	-	27,192.01
Recursos Humanos	28,600.00	820.82	869.44	-	26,909.74
Supervisor	25,000.00	717.5	760	-	23,522.50
Vendedor 1	22,000.00	631.4	668.8	-	20,699.80
Vendedor 2	22,000.00	631.4	668.8	-	20,699.80
Vendedor 3	22,000.00	631.4	668.8	-	20,699.80
Distribuidor	20,000.00	574	608	-	18,818.00
Servicio al Cliente	18,500.00	530.95	562.4	-	17,406.65
Cajero	14,500.00	416.15	440.8	-	13,643.05
Totales	342,150.00	9,819.71	10,401.36	370.15	321,558.79

Proyección de ventas a tres años

El siguiente cuadro muestra la proyección de ventas a tres años de los ingresos por ventas a los diversos tipos de desechables biodegradables que pretenden elaborar la empresa dentro del plan de negocio.

Presupuesto de ingresos			
Productos	Año 1	Año 2	Año 3
Producto Principal	8,500,000.00	9,000,000.00	11,000,000.00

3.4. Punto de equilibrio

La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costes totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables.

Se tomó el 10% de los costos Fijos (RD\$201,000.00 10% = **RD\$20,100.00**).

Con un 10% de los costos variables (RD\$35,200 10%=**RD\$3,520.00**).

Costo total de producción = 10 mesas			
Costo total de producción =	CF (Costos fijos) + CV (costos variables)	RD\$20,100.00 +	
		RD\$3,520.00 =	TOTAL
			RD\$23,620.00

Costo Unitario = 10 mesas		
CTP(Costo total de producción)		RD\$23,620.00
	=	
CUP (Capacidad unitaria de producción)		10 mesas

Costo Variable unitario = 10 mesas			
CV(Costo variable) =	RD\$3,520.00	TOTAL	
		RD\$352.00	
CUP(Capacidad unitaria de producción)	10 mesas		

Costo Fijo unitario = 10 mesas	
--------------------------------	--

CF(Costo fijo) =	RD\$20,100.00	TOTAL	
		RD\$2,010.00	
CUP(Capacidad unitaria de producción)	10 mesas		

Precio de venta = 10 mesas				
PV= PL(PRECIO DE LISTA+%MB (Margen de beneficio	Precio de lista	+	Margen de beneficio 40%	TOTAL
	RD\$3,543.00		RD\$1,417.00	RD\$4,960.00

Precio de Lista= 10 mesas			
PL= Cu+%MB	Costo unitario+ % Margen de beneficio	RD\$2,362.00+	TOTAL
		RD\$1181.00(50%)	RD\$3,543.00

Punto de equilibrio = 10 mesas				
PQ=	CFU	RD\$2,010.00	RD\$2,010.00	TOTAL
	PL-CVU	RD\$3,543.00 - RD\$ 352	RD\$3191.00	0.62989658

PUNTO DE EQUILIBRIO DEN UNIDADES

PE en unidades = unidades producidas * PE

PE en unidades = 10 * 0.6298965841429

PE en unidades = **6.298965841429**

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DINERO

PE en dinero = PL*PE en unidades

PE en dinero = RD\$**3,543.00*** **6.298965841429**

PE en dinero = RD\$ **22,317.235976182947**

PUNTO DE EQUILIBRIO EN BENEFICIO

PEB = unidades a vender - Punto de equilibrio en unidades* Precio de lista

PEB = 10 - **6.298965841429*** RD\$**3,543.00**

PEB = **13,112.764023817053**

TASA INTERNA DE RETORNO

TIR = inversión inicial/ PEB

TIR = RD\$ **13,112.764023817053** / RD\$**299,286.00** TIR = **4.3**

3.5. Estados Financieros

También denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económico financiera y los cambios que experimentan la misma, a una fecha o periodo determinando.

3.6.1 Balance General

Es el estado financiero de una empresa en un tiempo determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos, (lo que la organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (patrimonio neto).

EMPRESA X, SRL	
BALANCE GENERAL	
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021	
ACTIVOS	
CAJA	200,000.00
Maquinarias y equipo	153,806.00
Equipos de oficina	47,880.00
Equipos electrónicos	97,600.00
	<hr/>
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES Y NO CORRIENTES	499,286.00
Depreciación acumulada	44,892.00
TOTAL DE ACTIVOS	454,394.00
	<hr/> <hr/>
PASIVOS Y CAPITAL	
Aporte de los socios	300,000.00
Préstamo banco popular	154,394.00
TOTAL DE PASIVO Y CAPITAL	454,394.00
	<hr/> <hr/>

3.6.2. Estado de Resultados

Un estado de resultados es un registro de información financiera pertinente a cada empresa, presentada de manera fácil y estructurada. En el presente estado se muestra una serie de partidas reconocidas de forma estandarizada y que asocia uno o varios aspectos financieros del negocio, siempre y cuando estos sean: fiables, imparciales y accesibles.

EMPRESA X, SRL		
ESTADO DE RESULTADO		
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018		
INGRESOS		
VENTAS	6,000.000.00	
INGRESOS FINANCIEROS	1,200.000.00	
TOTAL DE INGRESOS		<u>7,200.000.00</u>
COSTOS		
COSTOS FINANCIEROS	800,000.00	
TOTAL DE COSTOS		<u>8,000,000.00</u>
UTILIDAD BRUTA		<u>6,400,000.00</u>
GASTOS DE VENTA	150,000.00	
GASTOS ADMINISTRATIVO	1,800,000.00	
OTROS GASTOS	100,000.00	
TOTAL DE GASTO		<u>2,050,000.00</u>
UTILIDAD NETA		<u>4,350,000.00</u>

CONCLUSIÓN

El presente proyecto cuenta con registrar la integración de un modelo de negocios sobre la creación de una empresa enfocada en la elaboración y comercialización de artículos desechables en función de generar un apoyo de la materia prima que cuente con determinar cada elemento que cuente en favorecer cada una de las disposiciones que son orientadas sobre las necesidades de la empresa hacia el logro del bien común y sobre un buen desempeño sobre la organización.

El proyecto cuenta con un enfoque que establece un análisis profundo sobre incluir productos que sean determinantes en diferentes colores, tamaños y formas en favorecer el grado de satisfacción ante la percepción de los clientes que cuenten con mejorar las necesidades del consumidor, además, los recursos obtenidos por la materia prima ante adicionar aspectos relacionados con favorecer la innovación de atribuciones que sean basadas en cumplir con las medidas que promuevan un mejor nivel de efectividad sobre las exigencias que sean enfocadas sobre la empresa.

EcoHome es una nueva organización que se inserta en el mercado con el enfoque de promover una nueva alternativa sobre proveer productivos que sean calificados y que obtengan una comercialización ante cada uno de los requerimientos sostenidos dentro del desarrollo sostenible en el mercado, de tal manera el análisis del mercado permite disponer de una serie de factores que son

relacionados con atribuir un valor agregado sobre las direcciones que son basadas sobre proveer cada uno de los requisitos que son sostenidos ante los requerimientos que se enfoca en el segmento de mercado y sobre fomentar una cultura organizacional que sea basada en el impacto sobre la oferta y la demanda.

El mercado dominicano ha establecido una participación que ha favorecido el incremento de la productividad nacional, debido que la incorporación de la empresa establece un vínculo sobre cada una de las atribuciones que son generadas sobre las necesidades del consumidor ante disponer de un funcionamiento que cumpla con reflejar un nivel de rentabilidad sobre las disposiciones que se establecen en la identificación de cada una de las variables que intervienen en la desarrollo de la empresa.

El análisis técnico contribuye en llevar a cabo un requerimiento y lineamiento que cuente con evaluar la cantidad de las personas y recursos en función de los lineamiento que ejercen un mejor nivel de rentabilidad sobre el establecimiento de fomentar un clima organizacional que sea orientado en una gestión de control sobre disponer de un soporte sobre las leyes en cuestión de cumplir con los procesos y operaciones que respondan de manera directa con el mercado.

El análisis financiero responde sobre los costos que dispone la materia prima en referencia de favorecer la operaciones dentro de los materiales que son necesarios para mejorar la proyección de ventas y presupuestos en cuestión de

regir que cada elemento incluya un mejor de credibilidad sobre su desempeño en el mercado.

EcoHome permite adentrarse en el mercado como una nueva opción que reúna cada una de las consideraciones que son basadas sobre cumplir con las percepciones y expectativas del cliente en vincular cada una de las necesidades hacia la mejora continua en fomentar una mejor cultura organizacional en cuestión de reducir el impacto negativo en el medio ambiente y aprovechar cada uno de los recursos que provee el mismo.

RECOMENDACIONES

De acuerdo con las recomendaciones que se establecen sobre el modelo de negocio en referencia de cumplir con cada una de las disposiciones que son orientadas en la introducción de EcoHome en referencia de la elaboración y comercialización de un uso adecuado de los recursos sobre su operación en el mercado, tales son:

- Generar una promoción activa en el mercado en cuestión de cumplir con una mejora que cumpla con atribuir ofertas que generen una nueva iniciativa sobre el desarrollo de la organización hacia una mejora continua sobre la dirección de favorecer las comunicaciones con el consumidor.
- Disponer de un programa de capacitación que cumpla con generar la adaptación de cursos y talleres sobre crear un aprendizaje y conocimiento sobre el desarrollo del personal vigente en referencia de favorecer las relaciones como un medio directo ante el alcance de los objetivos establecidos.
- Generar un control y seguimiento continuo sobre el comportamiento del personal en velar que cada una de las acciones que llevan a cabo sean realizadas de forma directa y que sea ante disponer de un mejor grado de efectividad sobre los requerimientos y lineamientos enfocados sobre el rendimiento de la organización.

- Incluir un ambiente laboral competitivo que rij a cada uno de los compromisos que tiene la empresa en referencia de comunicar y fomentar que cada uno de los esfuerzos del personal sean basados en el alcance de los objetivos y que aumente la expectativa de cada integrante.
- Ofrecer un soporte directo sobre el alcance que tienen las leyes dominicanas en referencia de ofrecer una operación que cumpla con disponer de un impacto sostenible sobre reducir cada uno de los efectos negativos en cuanto a generar un impacto adecuado dentro del mercado.
- Comunicar a cada uno de los integrantes las informaciones concernientes sobre lo que se desea lograr la organización en el mercado, donde cumpla en generar un grado de responsabilidad que sea favorecido sobre atribuir en referencia de las necesidades.

BIBLIOGRAFÍA

Beltre, L. (2021). *Opinion Personal* .

Borello, A. (2007). *El plan de negocios*. Ediciones Díaz de Santos.

Carbajal, L. (3 de 6 de 2011). *blogspot*. Obtenido de <http://tecnologiasirene.blogspot.com/2011/06/la-importancia-de-los-plasticos-en-la.html>

Castells, X. E. (2012). *Los plásticos residuales y sus posibilidades de valoración*.

Comisión Europea. (2011). Banana stems transformed in Martinique. *Comisión Europea*.

Cyr, L. (2009). *Crear un plan de negocios*. Harvard Business Publishing.

Decena, M. (2021). *Opinion Personal* .

DeGarmo, E. P. (2010). *Materiales y procesos de fabricación*.

Federico. (30 de 5 de 2018). *zonaeconomica*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Fernandez, F. J. (2006). *Estudio de Mercado: Guía para elaborar un estudio de mercado*.

García, D. p. (26 de 2 de 2010). *blogspot*. Obtenido de <http://plandenegociositos2010.blogspot.com/2010/02/caracteristicas-de-un-buen-plan-de.html>

Grande, E. I. (2008). *analisis de encuestas* .

- HIDALGO, D. F. (4 de 8 de 2012). *lapatria*. Obtenido de <http://www.lapatria.com/campo/saquele-provecho-al-tronco-del-banano-11762>
- Horngren, C. T. (2009). *Introducción a la contabilidad financiera*.
- Padilla, M. C. (2007). *Formulación y evaluación de proyectos*.
- Perez, V. (2021). *Opinion Personal* .
- Portilla, A. (2007). *Divulgación de conocimientos científicos sobre la plantas mas útiles y conocidas en Colombia, su valor alimenticio, medicinal e industrial*.
- Porto, J. P. (2015). *definicion*. Obtenido de <https://definicion.de/plastico/>
- Raza, V. D. (2009). *analisis de datos de encuestas* .
- Ribera, A. (2006). *Análisis y conceptualización de temas y términos relacionados a la gestión integral de los recursos naturales renovables*.
- Shujel. (16 de 11 de 2008). *blog-emprendedor*. Obtenido de <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- Snarskis, M. J. (2008). *Compendio de agronomía tropical, Volumen 2*.
- Velasco, F. (2007). *Aprender a elaborar un plan de negocio*. Editorial Paidós.

A N E X O S

ANEXO 1. CUESTIONARIO DE ECOHOME

Tipo de encuesta: respuestas múltiples

Muestra: 30 personas

1. ¿Has escuchado sobre los productos ecológicos?

- a) Si
- b) No

2. ¿Qué factor o indicador es esencial en el momento de adquirir un producto?

- a) precio
- b) calidad
- c) diseño
- d) marca
- e) envase
- f) medio ambiente
- g) servicio

3. ¿Qué tipo de producto ecológico ha consumido o tiene una inclinación sobre su uso?

- a) Alimentos frescos o congelados
- b) Nutrientes alimenticios
- c) Desechables (papel, vasos, contenedores)
- d) Decoración y muebles
- e) Cuidado personal y cosméticos
- f) Artículos de oficina (hojas, folder)
- g) Limpieza en general

4. Con que frecuencia usted ha consumido un producto biodegradable?
- a) Diario
 - b) Una vez a la semana
 - c) Una vez al mes
 - d) Rara vez
 - e) No lo consumo
5. Te sientes satisfecho con los productos biodegradables
- a) Si
 - b) No
6. ¿De qué manera compra o compraría un producto biodegradables?
- a) Visitando una tienda
 - b) Por internet
 - c) Servicio a domicilio
 - d) En eventos ecológicos
7. ¿Cómo considera usted la comercialización la implementación de productos biodegradables a través del tronco de banano?
- a) Muy bien
 - b) Interesante
 - c) Regular
 - d) No muy interesante
8. ¿Está de acuerdo que las empresas promuevan actividades que fomenten una colaboración y prevención con el medio ambiente?
- a) Si
 - b) No

9. ¿Qué impacto considera usted que tendría la elaboración de productos desechables sobre el mercado?

- a) Muy bien
- b) Interesante
- c) Regular
- d) No muy interesante

10. ¿Recomendaría usted el producto que brinda la organización al mercado a otros clientes?

- a) Si
- b) No

PÁGINA DE ANTIPLAGIO

Dustball Plagiarism Report

Score: 100%

i descriptiva permite adicionar un numero de información considerable sobre OK
rega de los productos que son entregados sobre organizaciones distribuidoras OK
Disposición de compra Necesidades de comprar productos biodegradables OK
Verificar que las transacciones contables se realicen en los requerimientos OK
análisis FODA contiene cada una de las consideraciones esenciales que OK
ites secundarias serán provenientes a través del sistema logístico, documentos OK
era usted la comercialización la implementación de productos biodegradables OK
probar que los camiones cuenten con la documentación correspondiente para OK
través del posicionamiento sobre el lanzamiento del producto al mercado OK
Establecer reuniones con el personal para reforzar los comportamientos que OK
inversión, la empresa cuenta con recursos propios, correspondientes al 53% OK
era usted la comercialización la implementación de productos biodegradables OK
indicador directo sobre la sostenibilidad del medio ambiente establece un OK
oordinar las actividades del personal garantizando que cumplan las funciones OK
ercado dominicano cuenta con diversas ventajas competitivas que son ligadas OK
Ventajas Cuenta con una amplia cartelera de productos especializados OK
profesores por brindarme los conocimientos necesarios para llegar hasta este OK
do inductivo genera un aspecto elemental sobre generar diversas atribuciones OK
Generar un control y seguimiento continuo sobre el comportamiento del OK
Especificaciones El vaso es fabricado basado en condiciones sanitarias OK



© 2002-2021 The Plagiarism Checker
<http://www.dustball.com/cs/plagiarism.checker>