

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



B-PAF

Trabajo de Grado

Juliana Peña Rodríguez

Bogotá D.C

2020

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



B-PAF

Trabajo de Grado

Juliana Peña Rodríguez

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2020

<i>Resumen</i>	<i>4</i>
<i>Abstract</i>	<i>1</i>
<i>1. Descripción general del proyecto</i>	<i>1</i>
1.1 Antecedentes	1
1.2 Descripción general	2
1.3 Misión empresarial	3
1.4 Metas y objetivos	3
1.5 Mercado objetivo	4
1.6 Industria o sector	5
1.7 Fortalezas y competencias básicas	6
1.8 Licencias o permiso	7
1.9 Forma jurídica	8
<i>2. Validación de la oportunidad</i>	<i>9</i>
<i>3. Construcción y validación del mínimo producto viable</i>	<i>13</i>
<i>4. Producto y/o servicio</i>	<i>18</i>
4.1 Descripción	18
4.2 Servicio postventa	20
<i>5. Plan de marketing</i>	<i>21</i>

5.1 Entorno económico	21
5.2 Clientes	22
5.3 Competencia	23
5.4 Estrategia de mercado	27
5.4.1 Promoción	27
5.4.2 Publicidad	27
5.4.3 Presupuesto promocional	27
5.4.4 Estrategia de precio	28
5.4.5 Distribución	29
5.4.6 Canales de distribución	29
5.5 Pronostico de ventas	30
6. Plan operacional	31
6.1 Producción	31
6.2 Localización	32
6.3 Costos	33
6.4 Entorno legal	33
6.5 Personal	35
6.6 Inventarios	35
6.7 Proveedores	36
7. Gestión y organización	37

7.1 Apoyo profesional	38
8. Gastos de inicio y capitalización	38
9. Plan financiero	40
10. Riesgos y supuestos críticos	51
10.1 Riesgos y supuestos	51
10.2 Estrategia de salida	51
11. Beneficios a la comunidad	52
11.1 Desarrollo económico	52
11.2 Desarrollo de la comunidad	53
11.3 Desarrollo humano	53
Anexos	56

Índice de tablas

Tabla 1 Descripción recipientes	19
Tabla 2 Competencia.....	24
Tabla 3 Precio productos en dolares	29

Índice de gráficos

Gráfico 1 Inversiones	39
Gráfico 2 Punto de equilibrio	47
Gráfico 3 Flujo de caja mensual.....	48
Gráfico 4 Flujo anual.....	49
Gráfico 5 Estado de perdidas y ganancias.....	49
Gráfico 6 Balance general	50

Indice de anexos

Anexo A Fotografía.....	56
Anexo B Fotografía.....	56
Anexo C Fotografía.....	57
Anexo D Fotografía.....	57
Anexo E Fotografía.....	58
Anexo F Fotografía.....	58
Anexo G Encuesta.....	59
Anexo H Encuesta.....	59
Anexo I Encuesta.....	60
Anexo J Encuesta.....	60
Anexo K Encuesta.....	61
Anexo L Encuesta.....	61
Anexo M Encuesta.....	62
Anexo N Encuesta.....	62
Anexo O Encuesta.....	63
Anexo P Encuesta.....	63
Anexo Q Proceso del recipiente.....	64

Resumen

El objetivo de este proyecto es realizar un intraemprendimiento de la empresa B-PAF que permita diseñar la estrategia de expansión en el mercado de los Estados Unidos, mejorar los productos, e identificar de una mejor manera nuevas oportunidades de negocio que aporten valor a la empresa internacionalmente. La empresa familiar surge con la prioridad de que sus hijos vivan en un mundo más saludable y sostenible. Siendo así, se crea B-PAF (acobijada por la marca BioKitchen), la cual consiste en producir una línea alternativa de productos bioplásticos para el hogar hechos de recursos renovables.

Son tres las ventajas competitivas de este modelo de negocio. En primer lugar, es pionera en utilizar el *plastarch* como material principal para elaborar sus productos. Por otro lado, el bioplástico es amigable con el medio ambiente y reduce el impacto negativo sobre este. Por último, no emite gases tóxicos, por lo que es saludable para los consumidores. Los objetivos de la empresa son poder expandirse internacionalmente mediante la página web, incorporar los productos en tiendas de cadena en Estados Unidos y difundir las características y beneficios de los productos para tener una mayor visibilidad y captación de clientes.

Palabras clave: Estados Unidos, Bioplastico, Plastarch, Recipientes, Expansión.

Abstract

The objective of this project is to conduct an intra-entrepreneurship of the B-PAF company that allows designing the expansion strategy in the United States market, improving products, and identifying in a better way new business opportunities that add value to the company internationally. The family business emerges with the priority that their children live in a healthier and more sustainable world. Thus, B-PAF (sheltered by the BioKitchen brand) is created, which consists in producing an alternative line of bioplastic products for the house made from renewable resources.

There are three competitive advantages of this business model. First, it is a pioneer in using plastarch as the main material to produce its products. On the other hand, bioplastic is friendly to the environment and reduces the negative impact on it. Finally, it does not emit toxic gases, so it is healthy for consumers. The objectives of the company are to expand internationally through the website, incorporate products in chain stores in the United States and disseminate the characteristics and benefits of the products to have greater visibility and customer acquisition.

Keywords: United States, Bioplastic, Plastarch, Containers, Expansion

1. Descripción general del proyecto

1.1 Antecedentes

La idea de negocio comenzó hace 11 años cuando Diana Rodríguez, mi tía, quedó embarazada. Ella se propuso criar a su hijo con una buena calidad de vida, cuidando la alimentación y el entorno en donde crecería. Para esto, ella realizó una investigación bastante extensa y se dio cuenta que la mayoría de los productos plásticos que se utilizan contienen componentes completamente tóxicos para la salud. Al identificar este factor, se propuso encontrar una solución viable no solo para su hijo, sino para poder ayudar al resto de las familias principalmente en Estados Unidos, y así aportar a un crecimiento más saludable a los niños.

Siendo así, la empresa se creó hace 6 años en Estados Unidos debido a que es el país donde reside la fundadora. Sin embargo, después de año y medio, por motivo de su nuevo embarazo y por defectos de los productos, la empresa dejó de estar en funcionamiento. Debido a que crear una nueva línea de productos demandaba bastante tiempo y esfuerzos, Diana, decidió cerrar la empresa y dedicarse a la crianza de sus hijos.

La realización de este proyecto surge precisamente de mis cuestionamientos frente a mi futuro. Siempre he pensado que los negocios deben de tener un fundamento más a fondo que el de ganar dinero. El crear empresa, debe de estar pensado en ayudar y aportar al mercado al que se va a impactar. Si bien se debe diseñar un modelo de negocio que genere ingresos y beneficios, también se debe contemplar los valores y la situación actual de la sociedad para poder aportar a una mejor calidad de vida.

En este caso puntual, la principal motivación es el hecho de ayudar a las personas que quieren una vida saludable y que además quieren contribuir a reducir el impacto ambiental que generamos a diario. Para que así en un futuro, los niños que están creciendo hoy en día puedan tener un mejor planeta y tengan de buena salud para poder disfrutarlo. Y de esta forma,

incentivar a las nuevas generaciones en la investigación de nuevos materiales que reemplacen el plástico.

1.2 Descripción general

La empresa nace ante la necesidad de crear productos que aporten a una vida más saludable, para así poder crear un planeta mejor. B-PAF, nombre con el que se registra y la cual está acobijada por la marca BioKitchen, consiste en producir una línea alternativa de productos bio-plásticos para el hogar hechos de recursos renovables.

Los plásticos verdes, los bio-plásticos o el plástico hecho de materias primas de base biológica que se desarrollan para biodegradarse rápidamente en condiciones específicas y fabricarse a partir de cultivos renovables, actualmente son esenciales para el planeta en este momento tan crítico al que nos enfrentamos. La línea de productos de la empresa, también pueden reciclarse en la naturaleza a través del compostaje, a diferencia de cientos de años que se necesitan para productos de plástico a base de petróleo.

La materia prima está hecha de *plastarch* que es un derivado del maíz sin OGM, el proceso de conversión requiere del 29% al 30% menos de energía y emite menos emisiones de carbono cuando se fabrica, en comparación con el plástico a base de petróleo. Además, estos productos no filtran productos químicos nocivos como el bisfenol A, o los ftalatos. Pueden incinerarse dejando humo, el cual no es nocivo para la salud y el residuo puede usarse como fertilizante.

Hoy en día estamos afrontando una problemática que nos involucra a todos alrededor del mundo, el cambio climático. Este proyecto lo que busca y quiere, es aportar a disminuir el impacto ambiental que todos los días generamos para heredarle un planeta mejor a nuestros hijos.

El proyecto sale de un intraemprendimiento que se va a realizar en la empresa B-PAF, con el fin de expandirse dentro del mercado de los Estados Unidos, concretamente en los estados de la Florida, Carolina del Norte y New Jersey. Además, pretende identificar los problemas que

actualmente están afectando la industria y a la empresa directamente, crear un nuevo estudio de mercadeo donde se pueda identificar a los clientes, mejorar la calidad de los productos, y buscar alternativas viables para poder llegar a las personas, y poder instruirlos en este nuevo tema a tratar.

Esto, debido a que, ante el estudio del mercado, fue notable que un gran número de personas aún carecen de información sobre las alternativas para suplantar los plásticos normales y las nuevas opciones que están surgiendo. Por tal motivo, el objetivo es continuar expandiendo la línea de productos para satisfacer las crecientes demandas de las familias y las empresas que desean contribuir con la causa ecológica.

1.3 Misión empresarial

Queremos ofrecer productos para el hogar más saludables y al mismo tiempo crear un impacto positivo para el medio ambiente sin sacrificar la calidad, el diseño, el precio y nuestro activo más valioso, nuestra salud.

1.4 Metas y objetivos

Es importante aclarar la diferencia entre metas y objetivos para poder desarrollar este apartado. Se entiende como metas a aquellos puntos amplios y este apartado lo quiero dividir en metas y objetivos. Ya que las metas son más amplias y nos guían. Mientras que los objetivos son los pequeños pasos para poder cumplir las metas.

Para empezar, en la empresa hay dos grandes metas, la primera es que queremos ayudar a que las familias donde hay hijos pequeños aprendan a utilizar los productos biodegradables a base de *plastarch*, para que en un futuro puedan inculcarles a sus hijos la importancia de usar este tipo de productos para una vida más saludable.

Y la segunda meta, es tener una empresa que además de ayudar al medio ambiente con los productos que se venden, tenga una rentabilidad alcanzable al tercer año de funcionamiento.

Para poder llegar a estas metas, se necesitan cumplir ciertos objetivos.

Los cuales se mostrarán a continuación:

- Producir una línea alternativa de productos hechos a base de recursos renovables como el *plastarch*.
- Realizar un acercamiento a una muestra de 50 posibles clientes, donde se tenga la oportunidad de enseñarles los beneficios de nuestros productos.
- Expandir la empresa en tres estados (Florida, Carolina del Norte y New Jersey) de los Estados Unidos, mediante la página web y vendiendo los productos por medio de almacenes de cadena. Para el 2021 queremos estar presentes en 3 estados.
- Crear un impacto positivo en las familias y ayudar a que no generen residuos plásticos.
- Recuperar la inversión inicial a comienzos del 2022.
- Ofrecer productos de calidad que tengan relación con el precio.

1.5 Mercado objetivo

El mercado objetivo son el grupo de personas a los cuales me dirijo para que bien sean mis clientes o el usuario final. Así entonces, es necesario entender el entorno en el que estos se encuentran, sus características sociodemográficas y socioeconómicas y de tal manera, establecer con exactitud las necesidades que debo satisfacer para que consuman mi producto.

En este proyecto, el mercado objetivo es un nicho que principalmente tiene como característica un estilo de vida *eco-friendly*, es decir, que está en pro y aplica las tendencias amigables con el medio ambiente. Estas personas están en un rango medio-alto por lo que los precios de los productos deben ser asequibles para los diferentes ingresos económicos. Los principales clientes son personas entre los 22 y 50 años, con perfil universitario y trabajadores. Estos se encuentran presentes en las plataformas digitales, tienen una vida social activa y están interesados en productos de calidad y de diseño.

1.6 Industria o sector

La sociedad está acostumbrada a utilizar productos para almacenar los alimentos hechos de plástico, por su buen precio y característica de higiene y salubridad. Sin embargo, no se es consciente del efecto dañino que tienen en nuestras vidas. Hoy en día, se eleva el interés por utilizar productos “bio”, aquellos cuya materia prima sea amigable con el medio ambiente, específicamente de recursos renovables. Lo que hace que actualmente nos encontremos frente a un sector en crecimiento.

Este sector al pasar los días está creciendo con más rapidez, puesto que los cambios climáticos, desastres naturales, anomalías naturales, entre otros factores, han impactado en las personas y hace que se cree un mercado el cual está en busca de alternativas efectivas para contribuir a que esta temática tan importante. De hecho, en diciembre se presentaron los datos actualizados del mercado anual, donde se confirmó un crecimiento estable de la industria mundial de bioplásticos y sus derivados. Además, se estima que el sector crezca un 25% en los próximos cinco años.

Esta tendencia es posible gracias a la creciente demanda de productos sostenibles tanto por parte de los consumidores como de las marcas, a un mayor apoyo político, a la bioeconomía y a los continuos esfuerzos de la industria de los bioplásticos para desarrollar materiales innovadores con mejores propiedades y nuevas funcionalidades afirma Hasso Von Progrell director general de European Biplastics. (sectoriales, 2019)

Es importante recalcar el crecimiento de este sector se ve reflejado en la producción mundial de bioplásticos en el 2018 fue de 2,1 millones de toneladas y se prevé que en el 2023 sea de 2,6 millones de toneladas. (Redacción Interempresas, 2019)

Esto demuestra que las empresas están interesadas en crear productos con materiales alternativos al plástico. Sin embargo, el *plastarch*, no está tan reconocido y poco empleado, por lo que se detecta una gran oportunidad para implementarlo en nuestros productos al tener

características diferenciadoras que hace que destaque dentro del sector y sea más útil para los usuarios.

1.7 Fortalezas y competencias básicas

Para que el proyecto tenga éxito, debo tener presente que las empresas necesitan contar con ciertas fortalezas y competencias tanto personales como empresariales. La fortaleza principal es el material del que están elaborados los productos, seguido de la transparencia de la empresa y el diseño de primera.

Por otro lado, un aspecto positivo es que el modelo de negocio está dirigido a un nicho en específico, por lo que la forma de llegar a los clientes es clara y se puede tener una proximidad con estos. Lo que permite entender y satisfacer las necesidades de los usuarios.

Por otro lado, dentro del equipo de trabajo se cuenta con bastante experiencia. Pues Diana tiene un grado de Jurisprudencia de la Universidad Javeriana de Bogotá, y un MBA de PENN State University. Y yo, estoy finalizando mi grado en Administración de Negocios Internacionales y comencare un posgrado en Dirección de Marketing y Ventas. Respecto a las fortalezas, Diana y yo tenemos una buena formación, como lo hemos mencionado. Sabemos comunicarnos, aportar nuestros conocimientos y estamos dispuestas a recibir ideas de más personas en un futuro cuando el equipo empresarial crezca.

Respecto a las habilidades con las que contamos, se puede destacar que sabemos adaptar fácilmente a los cambios a los que nos enfrentamos, somos capaces de resolver problemas así sean difíciles, trabajamos en equipo porque sabemos que la mayoría de las veces *dos cabezas piensan mejor que una*, intentamos siempre tener una actitud positiva frente a las diferentes situaciones y por ultimo trabajamos con honestidad e integridad.

1.8 Licencias o permiso

En Estados Unidos, país donde estará presente la empresa, se necesitan ciertos permisos o licencias para la creación de empresas, dependiendo de las leyes de cada estado y de la sociedad o forma jurídica en la que está constituida la empresa.

Como la empresa es una Sociedad de Responsabilidad Limitada, a continuación, explicaré los pasos y los permisos que se necesitan para tenerla. Es importante aclarar, que este proceso ya se ha realizado, por lo que es posible continuar con el desarrollo de la empresa y es permitido operar.

Los pasos son los siguientes:

1. **Elegir un nombre para la LLC:** El nombre de la empresa debe ser diferente a los nombres de organizaciones ya registradas en la División de Corporaciones de Florida. Y no se puede reservar un nombre antes de conformar la sociedad.
2. **Consignar los artículos de la empresa:** Se deben presentar los artículos ante la División de Corporaciones de la Florida. Y pagar una tarifa de 125 dólares. Estos artículos deben incluir; Nombre y dirección de la LLC, Nombre, dirección, y firma del agente registrado de la LLC, Nombres y direcciones de los agentes de la LLC, y la fecha de vigencia de la LLC. Y pueden ser consignados en línea o por correo postal.
3. **Nombrar un agente registrado:** Hace referencia a una persona o entidad comercial que acepta recibir documentos legales en nombre de la LLC. El agente debe tener una dirección física en Florida.
4. **Preparar un acuerdo de operación:** Este paso es opcional, pero recomendable ya que presentar un acuerdo de operación de la LLC puede traer beneficios en el futuro.
5. **Revisar otros requisitos fiscales o reglamentarios:** Aquí se encuentran las licencias o permisos. Estos son **EIN** que se debe sacar cuando la LLC tiene más de un miembro y

debe obtener su propio número de identificación de empleador. Y no tiene cuota de presentación. También están las **licencias comerciales**, y por ultimo nos debemos registrar en **el Departamento de Ingresos** que es cuando se venden bienes y cobrar impuestos sobre las ventas o se tienen empleados. (Florida?, 2019)

Por otro lado, también es primordial registrar la empresa con *trade mark* para poder distinguir la marca de las demás y tener una imagen distintiva. El costo de registrar B-PAF en *trade mark* es de 425 dólares, este costo es por cada elemento que se va a registrar separadamente. Se debe hacer a través de la pagina del gobierno especifica para este trámite y esta durará 10 años. (United States Patent and Trademark Office, n.d.)

1.9 Forma jurídica

Este proyecto es del tipo de Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), que en Estados Unidos se denomina como *Limited Liability Company* (LLC).

Se escogió esta sociedad, dado que cumple con las características necesarias para el emprendimiento. Las cuales son:

- Los socios solo deberán responder hasta por el monto del capital aportado.
- Se requieren mínimo dos solicitantes bien sean personas naturales o jurídica de cualquier nacionalidad.
- Permite un máximo de 50 socios.
- Los dueños son los socios y los que aportan las cuotas de participación Mínimo 2 socios
- El capital está compuesto por las cuotas de participación de los socios y puede estar dividido entre dinero, trabajo o bienes.
- Puede ser una empresa que se dedica a cualquier actividad que no vaya en contra de la ley.
- Puede ser administrada por una o más personas y se podrán nombrar dignatarios para los cargos de presidente, secretario y tesorero.

- Cada socio tiene derecho a voto en las deliberaciones de la sociedad, en proporción al valor de su participación en el capital social.
- Pueden ser constituidas por tiempo indefinido.
- (Características, 2019)

Otro de los motivos para escoger este tipo de sociedad, fue que es un proceso bastante fácil comparado con otros tipos de sociedades o formas jurídicas. Y además en términos económicos, la licencia de la sociedad jurídica tiene un precio que oscila entre los 100 y 800 dólares, dependiendo de la normatividad del estado donde va a estar la empresa sin importar si es online.

2. Validación de la oportunidad

A raíz de que este proyecto es un intra-emprendimiento de una empresa que ya está en el mercado, la hipótesis de la idea de negocio fue testeada hace un tiempo y se obtuvo un resultado exitoso. Sin embargo, como la empresa lleva frenada un tiempo por motivos personales, volví a realizar un estudio para comprobar que el mercado se sigue comportando de una forma similar.

La comunidad que se beneficia principalmente son las personas *eco-friendly* que quieren contribuir al impacto positivo de medio ambiente. Este segmento está comenzando a conocer los efectos secundarios tanto en la salud como en el medio ambiente los productos elaborados con plástico. Sin embargo, se ve todavía un alto porcentaje de población en Estados Unidos que carecen de esta información y por tanto, deben ser instruidos para contemplar cambiar sus productos de uso doméstico a aquellos que están elaborados con materiales a base de bio-plástico.

Se considera relevante trabajar para este grupo de personas, porque como bien lo he mencionado, mis productos son para ayudar al medio ambiente y a las familias que estén dispuestas hacerlo también. Lo que se identifica es un problema/necesidad de los usuarios. Esto

lo he identificado a través de encuestas, entrevistas y acercamiento a unos posibles clientes. Ya que, si miramos alrededor, se pueden encontrar muchos productos de plástico a base de petróleo que usamos todos los días. Los productos de plástico plantean un problema ambiental significativo porque no son biodegradables, están compuestos de productos químicos tóxicos y están contaminando nuestra tierra, aire y agua.

Algunos aditivos como el bisfenol A y los ftatos se utilizan para fabricar productos plásticos que pueden causar alteraciones en nuestra salud y están relacionando con la pubertad temprana, trastornos reproductivos y diabetes en animales de laboratorio. Incluso los envases o botellas marcados como plástico #5 para propósitos reciclable (polipropileno) no son seguros.

Además, los científicos han dicho que calentar plásticos con BPA puede filtrar el químico a través de recipientes de alimentos y bebidas y de esa manera puede causar cánceres testiculares y de seno, hiperactividad, autismo, defectos de nacimiento y problemas de desarrollo. Pero ese no es el único problema del plástico, las sustancias químicas tóxicas (benceno y dioxina) se lixivian durante el proceso de fabricación y las personas que viven cerca de las fábricas pueden tener repercusiones por esas sustancias químicas.

Las botellas y los recipientes de plástico se depositan en los vertederos, lo que constituye más del 25% del espacio de los vertederos en Estados Unidos. Estos elementos pueden tardar cientos de años (1000 a 100,000 años) en descomponerse. El proceso de reciclaje puede ser una solución, pero no es la ideal. Puesto que el plástico que se recicla se convierte en más plástico del mismo tipo, pero de menor calidad y puede filtrar más productos químicos. Además, los plásticos presentan el problema adicional de ser difíciles de quemar ya que, expulsan humos nocivos (la quema de cloruro de polivinilo emite gas de cloruro de hidrógeno, un gas tóxico).

Al reducir la cantidad de plástico a base de petróleo y elegir mis productos con materia prima 100% de base ecológica, podemos proteger nuestra salud, la de nuestros hijos y familiares y hacer que nuestro planeta sea más seguro al mismo tiempo.

Está claro que existe un problema al que las personas diariamente se están enfrentando. Por esta razón, nuestros usuarios quieren cambiar su estilo de vida y aunque los productos de plástico estén a su disposición, optarán por aquellos que prevengan estos problemas en las familias y contribuir así al medio ambiente.

La necesidad cada día aumenta más, y esto se debe a que cada vez hay más personas que se enteran de los beneficios que los productos hechos con los materiales derivados del bioplástico, que yo uso les pueden dar en términos de salud. Esto se debe a que como hoy en día cada vez hay más noticias sobre el impacto de los humanos en el cambio climático muchas personas se están volviendo más conscientes sobre este tema, también cada vez hay más enfermedades mortales relacionadas al uso de los productos de plástico normal y es una problemática que no solo afecta el planeta de una manera global, sino que por el contrario afecta de manera directa a nuestras familias.

Como empresa se necesita entender a los clientes y por qué quieren satisfacer esta necesidad. Entendiendo a los clientes actuales, puedo buscar alternativas viables para así poder llegar a más clientes de una manera directa. La forma de obtener esta información como fue mencionado anteriormente fue a través de observación directa en los puntos clave donde se venden los productos de plástico normal, entrevistas y encuestas a través de internet a 50 de los clientes que tenemos en la base de datos y a personas del común para analizar el conocimiento de las personas frente a esta problemática y saber si la solución que estoy proponiendo es la mejor.

Después de la realización de las encuestas, y entrevistas, encontré algunos principales hallazgos y aprendizajes. Las preguntas que se hicieron me ayudaron a darme cuenta cuál es el principal problema/necesidad entre mis clientes actuales y potenciales.

La muestra estudiada fueron 59,6% de los entrevistados fueron mujeres y el 40,4% fueron hombres. Hubo respuestas de personas entre los 15 y los 45 años, con salarios entre los 500 y más de 2.500 dólares al mes. El resultado hallado es que la necesidad de ayudar a reducir el impacto ambiental a través de distintas acciones en el diario vivir, principalmente debido al

cambio climático, aspecto que se sustenta a través de las encuestas online, donde los 52 encuestados expusieron su preocupación acerca de este tema.

Además, el 63,5% de los encuestados tienen hijos y se muestran preocupados por el bienestar de estos. En el estudio, encontré que la mayoría (73,2%) de las personas entrevistadas y encuestadas saben que es el bioplástico porque alguna vez lo han escuchado, pero solo 21,2% conocen sus beneficios y como este funciona.

Hoy en día, este problema/necesidad se está resolviendo con los productos de la línea alternativa de productos domésticos hechos de bioplástico, pero para poder llegar a más clientes he encontrado que aquellos que fueron entrevistados y encuestados quisieran recibir información sobre esta temática y así instruirse cada vez más adquiriendo el conocimiento para poder cambiar sus hábitos y ayudar a que sus familiares o personas cercanas lo hagan también.

Un aspecto determinante para el modelo de negocio y específicamente para establecer los precios es que la mayoría de las personas (67,3%) estarían dispuestos a pagar entre 0-12 dólares, mientras que el (32,7%) estarían dispuestos a pagar entre 10-20 dólares, y nadie pagaría más de 20 dólares por este tipo de productos. Las encuestas se encuentran a continuación en anexos.

A continuación, está el modelo CANVAS de la empresa. Donde se resumen los principales aspectos de la empresa.

Ilustración 1
Modelo Canvas

RED DE PARTNERS	ACTIVIDADES CLAVES	OFERTA	RELACIONES CON LOS CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES		
<ul style="list-style-type: none"> - Proveedores de maicena. - Proveedores de cajas de carton. - Carrera verde y grupo Argos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Producción de productos. - Distribución eficaz de productos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad ambiental. - Productos biodegradables hechos a base de bioplástico específicamente a base 100% de maicena. 	<ul style="list-style-type: none"> - Venta directa. - Costo bajo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres pertenecientes a la onda eco-friendly - Estrato alto y medio alto. - Personas que quieren ayudar a reducir el impacto del medio ambiente. - Madres y padres que quieren el bienestar para sus familias. 		
<th>RECURSOS CLAVES</th> <td></td> <th>CANALES DE DISTRIBUCION Y COMUNICACION</th> <td></td>		RECURSOS CLAVES		CANALES DE DISTRIBUCION Y COMUNICACION		
<ul style="list-style-type: none"> - Maicena libre de GMO - Valor humano 			<ul style="list-style-type: none"> - Pagina web - Tienda Online - Redes sociales (futuro) - Voz a voz 			
<th>ESTRUCTURA DE COSTOS</th> <td colspan="2"> <th>FLUJOS DE INGRESO</th> </td>			ESTRUCTURA DE COSTOS	<th>FLUJOS DE INGRESO</th>		FLUJOS DE INGRESO
<ul style="list-style-type: none"> - Producción - Marketing y Publicidad - Red de Distribución de productos - Manejo de la pagina web 			<ul style="list-style-type: none"> - Por cada producto que se vende, el 100% de las ganancias son para la empresa. 			

Datos de la empresa (Elaboración propia)

3. Construcción y validación del mínimo producto viable

Después de haber identificado que el mayor problema/necesidad que tienen mis clientes actuales y los futuros clientes, es el de contribuir con el medio ambiente, establecemos la propuesta de valor del cliente. Esta permitirá la oportunidad de resolver la necesidad a través del modelo de negocio.

Es entonces en la fabricación de los productos donde se halla la propuesta de valor, creando elementos elaborados de *plastarch*, un bioplástico derivado del maíz y combinado con almidón. Estos materiales fueron elegidos, ya que con un buen proceso de producción este tiene una

cantidad de beneficios que favorecen a mis clientes. No tienen petróleo, no son tóxicos, no son dañinos para la salud humana, y son libres de BPA.

Para la construcción y validación del producto viable, los productos serán completamente adecuados para temperaturas entre 5F hasta 220F. También se puedan usar en el microondas para así poder calentar las comidas. Además, son impermeables y a prueba de aceite. Estos beneficios son de suma importancia para el mercado al que nos dirigimos, dado que en este se encuentran estudiantes y trabajadores quienes por su diario vivir necesitan de estas características en los productos que eligen.

Actualmente, es un producto medianamente novedoso respecto a lo que hoy existe. Sin embargo, ya hay empresas que han empezado a hacer productos hechos de materiales de bioplástico para unirse a la causa de reducir el impacto ambiental. La diferencia radica en que aunque ya hay variaciones en las bolsas de plástico y pitillos, aún no hay información de empresas que hagan envases reutilizables específicamente elaborados de *plastarch* y almidón.

Por esta razón, es primordial que la materia prima de mis productos sea a base de estas composiciones, sin GMO, libres de BPA, PVC y ftatos, para que de este modo cumplan con las normativas ISO, EPA y EN.

Los productos que se elaboraron hasta el momento están hechos únicamente de *plastarch*, pero haciendo la validación de los nuevos productos es necesario combinarlo con almidón porque es la forma para que estos no se quemem a la hora de calentarlos. Para poder hacerlos necesito que una persona experta con el conocimiento en la producción de estos materiales me ayude a identificar las características que estos deben tener.

La idea es que, en poco tiempo, B-PAF venda los recipientes para el almacenamiento de alimentos y además incluya en su línea de productos vajillas, elementos de cocina y accesorios de hogar. Con el paso del tiempo, mi objetivo es que estos productos se puedan usar no solo en las casas sino en instituciones tales como oficinas, hospitales y hoteles, teniendo en cuenta los diferentes aspectos de cada entorno para cumplir con los estándares establecidos.

A continuación, definiré cómo se van a presentar los productos y como voy a llegar a los clientes. Además, mostraré a través de imágenes como serán los diseños de los nuevos productos con sus respectivas cajas.

La forma en que validé la solución que propuse al principio, fue enviándole los nuevos productos a 12 clientes a través de UPS (empresa colaboradora de envíos), para que estos los testearan y posteriormente conocer su respuesta y percepción a las nuevas características que estos presentan.

También se los mostré a algunos familiares y amigos para que nos dieran su punto de vista y poder tener más *feedback* sobre los productos. Por otro lado, realicé visitas junto con mi tía, para lograr una observación cercana en los almacenes de cadenas grandes, en la Florida exactamente, para poder mostrarle a las personas como son los nuevos prototipos de los envases para uso doméstico y así pude obtener la información deseada.

Para lograr esta fase, lo hice a través de dos canales de distribución y comunicación. Para empezar, nosotras fuimos a un canal directo cuando nos acercamos a los supermercados ya que fuimos nosotras mismas quienes hicimos este proceso. Y también usamos un canal secundario que fue UPS para que los productos llegaran a nuestros clientes.

Los principales resultados y hallazgos que obtuve en esta fase fue que pude ratificar que existe un segmento del mercado que son personas que quieren el bienestar para ellos mismos y sus familias, mercado entre los 25 y 55, y personas en pro del medio ambiente, por lo que son clientes interesados en nuestra propuesta de valor.

Respecto al segmento al que quiero llegar se hizo una pequeña prueba con 12 personas, que a pesar de ser concreta la muestra, pude identificar la disposición y el precio al que se deben vender los productos. Esto ratifica la disposición y buena acogida que tendrían los productos de la empresa, los cuales están dentro del rango de los 8 a 12 dólares.

La incorporación de nuevos componentes para mejorar la calidad de los productos será un buen avance para satisfacer las necesidades y deseos del mercado. Las evidencias de esta fase son las fotos que se mostraran a continuación, y las respuestas a las encuestas y entrevistas que ya se habían realizado.

Como en todo producto o servicio existen fortalezas y debilidades, en este caso las fortalezas son que los productos son de uso doméstico diario, reduce el impacto medio ambiental, y que son de diseño.

Sin embargo, también hay debilidades, por un lado nos encontramos que es una empresa en fase inicial, es decir, una start-up, lo que conlleva a la segunda debilidad y es la falta de presupuesto. Además, la empresa no tiene un gran posicionamiento en el sector ni notoriedad en el mercado. Por último, al ser un producto ecológico tiene unos procedimientos y características particulares que hace de la producción una más costosa y pausada.

No obstante, se establecen dos ventajas competitivas. Ya se cuenta con una base de datos donde están los antiguos clientes, es decir, aquellos a quienes podremos contactar para el nuevo lanzamiento y a quienes nos dirigiremos para hacer ruido y captar a nuevos usuarios. La segunda ventaja competitiva, es que se incorporará un nuevo componente en la fabricación que hará que los productos sean más útiles en el diario vivir de las personas.

A través de la investigación, es evidente que la oportunidad del mercado es potente, ya que como bien lo he mencionado anteriormente, no hay muchos productos actualmente a la venta hechos de este tipo de material. Este aspecto es óptimo para conseguir un buen posicionamiento de la empresa en el mercado y como razón para convencer a los distribuidores para incorporar nuestros productos en su cartera. Esto además de las nuevas tendencias sostenibles, genera un indicativo de que el proyecto puede ir escalando progresivamente.

Ilustración 2
Fotografía recipiente



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 3
Fotografía caja



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 4
Fotografía caja



Fuente: Elaboración propia

4. Producto y/o servicio

4.1 Descripción

El bioplástico son resinas plásticas desarrolladas a partir de recursos renovables, como la maicena que se convierte en polímeros de alto rendimiento. Este tipo de material le trae muchos beneficios al planeta y a las personas día a día.

Actualmente en la empresa hay dos tipos de productos que se ofrecen en el mercado a través de nuestra página web. Estos son envases que se presentan en dos tamaños diferentes, pero con las mismas características. En el futuro, a partir del 2022 se pretende aumentar la línea de producto, incorporando en primer lugar los cubiertos y platos.

Tabla 1
Descripción recipientes

Envase 1	Envase 2
Capacidad de 32oz	Capacidad de 48oz
Hecho a base de Plastarch y Almidón	Hecho a base de Plastarch y Almidón

Datos obtenidos por la empresa (Elaboración propia)

Estos productos están hechos de *plastarch* que es un bioplástico hecho de maicena 100% y de almidón con base biológica sin GMO que como materia prima tiene un comportamiento totalmente biodegradable a través del proceso de compost. Estos materiales se modifican para obtener propiedades resistentes al calor capaces de soportar altas temperaturas, característica que permite sean productos eco-friendly, porque cumplen con los requisitos medioambientales, como las normas ISO, EPA y EN. Por otra parte, son libres de BPA, ftalatos, plomo y PVC, y no contienen petróleo. Esto hace que no sean tóxicos ni ofensivos para la salud humana.

Sin embargo, ahora mismo, la biodegradabilidad depende del grosor del producto final por el proceso de compost. Los contenedores tienen un grosor especial para ser duraderos y reutilizables y están bajo análisis para ser certificados como compostables. Los recipientes se pueden incinerar sin liberar gases tóxicos y dejar cenizas que se pueden usar como fertilizante. De hecho, esta característica puede llegar a ser mejor que el mismo compostaje.

Por otro lado, están los empaques de los recipientes. Estas cajas están hechas de papel 100% reciclable, usamos cartón reciclado recubierto (CRB) que está hecho de papel 100% recuperado y generalmente contiene un mínimo de 35% de materiales de post consumo. Estos productos se comercializan a través de la pagina web de la empresa que es donde los clientes encuentran el catalogo y pueden hacer sus pedidos.

Ilustración 5
Portada pagina web



Obtenida pagina web de la empresa (BioKitechen, n.d.)

La idea es que como se mencionó anteriormente, en poco tiempo, B-PAF venda los recipientes para el almacenamiento de alimentos y además incluya en su línea de productos, vajillas desechables y no desechables con una variedad de productos para la cocina. Con el paso del tiempo, quiero que estos productos se puedan usar no solo en las casas sino en instituciones tales como oficinas, hospitales y hoteles.

4.2 Servicio postventa

Dado que el proyecto se basa en la venta de producto, también es necesario contemplar los planes de postventa, para poder seguir ofreciendo atención a los clientes después de la compra. De esta manera, podré tener información valiosa donde puedo saber cómo ha sido la experiencia y acompañar de principio a fin a los clientes.

Además, este seguimiento permitirá crear un vínculo con los clientes asegurando la fidelidad y la oportunidad de conseguir nuevos a través de la voz a voz. Esto crea lealtad a la marca, y además un cliente satisfecho es la mejor publicidad que se puede tener.

En la empresa quiero hacer una mejora en el servicio postventa, voy a empezar por la comunicación personalizada para poder crear motivación en los clientes y tener información real sobre la experiencia del producto. También quiero brindarles seguridad en la compra de los productos, mediante cambios, devoluciones y garantía en caso de que ocurra algo inesperado. Si los productos llegan a salir defectuosos, o se llegan a dañar con el envío, como empresa me haría responsable de enviar unos nuevos y reponerlos.

En caso de que lo mencionado sucediera, el tiempo estimado de volver a enviar el producto sería en menos de 24 horas una vez recibida la devolución. Además, el cliente recibirá un 10% de descuento del 10% por los inconvenientes que esto le pudo causar.

5. Plan de marketing

5.1 Entorno económico

Para entender el entorno económico donde la empresa está compitiendo, realicé un estudio respecto al uso de productos biodegradables elaborados de bioplásticos específicamente a base de materiales renovables tales como el *Plastarch* que es un derivado del maíz, las grasas y aceites vegetales, paja, astillas de madera, aserrín, o desperdicio de comida (orgánico), entre otros.

Lo que encontré es que hace varios años las personas querían y estaban dispuestas a usarlos, pues la tendencia alrededor del 2004 era alta, pero esta empezó a disminuir al ver que estos productos tenían un coste muy elevado. Por tanto, el motivo principal de esto fue el dinero. Sin embargo, existe una gran cantidad de personas alrededor del mundo que están empezando a cambiar sus hábitos o tienen la intención de hacerlo, esto incluye el uso de productos domésticos que se usan en el día a día.

En Estados Unidos la tendencia del uso de este tipo de productos ha estado oscilando en los últimos años, se ve que antes del 2004 la tendencia era demasiado alta, casi llegaba al 100%. A

través de los años empezó a disminuir, teniendo picos de subidas y bajadas. Respecto a los últimos 5 años, durante el 2014, 2015 y 2016, hubo picos muy bajos indicando que muy pocas personas alrededor de Estados Unidos estaban interesadas o compraban algún producto de este tipo. Ya para el 2018 empezó a subir, pero de igual forma no ha dejado de tener picos decrecientes. Actualmente en el 2019 esta no baja de un 35% y la tendencia es que seguirá subiendo a través de los meses hasta llegar 85% para finales de diciembre.

Esto me indica que la tendencia es alta, que es una situación dentro de un mercado que nos favorece. Invertir en este momento favorecerá y dará resultados altamente rentables. Pude encontrar que los estados donde hay más presencia de personas utilizando este tipo de productos son: Nueva York, California, Nueva Jersey, Florida y Texas.

Sin embargo, como actualmente el mercado está creciendo y la tendencia es que siga haciéndolo, muchas empresas que hacen estos productos en plástico empezaran a cambiar sus orígenes para poder competir y no perder a sus clientes. Por lo que es fundamental retener a nuestros clientes actuales para que permanezcan fieles a la marca y difundan los nuevos lanzamientos de esta.

Así mismo, otro aspecto que evalué es como se está comportando el e-commerce en Estados Unidos. Ya que la empresa actualmente será a través de una página web porque los productos se venden únicamente por ahí. En el 2018 el e-commerce creció un 15%. Los consumidores en línea gastaron \$517.36 mil millones de dólares. Sin embargo, es una desaceleración con respecto al 2017, porque en dicho año se registró un crecimiento del 15,6%. (Ventas). Pero se espera que el 2019, cierre mas alto y siga creciendo a través de los años.

5.2 Clientes

Según las encuestas realizadas, me di cuenta de que actualmente en la empresa existe solo un tipo de cliente, y estos son personas naturales. Los clientes principalmente son personas entre los 22 y 50 años que por diferentes motivos quieren comprar envases hechos a base de

productos renovables de bioplástico para poder ayudar al medio ambiente a reducir el impacto ambiental. Son personas que saben y les gusta comprar online.

Este grupo de clientes, lo divido en dos para poder explicar detalladamente las características de cada grupo. El primer grupo, son padres y madres entre los 22 y 50 años que quieren una mejor calidad de vida tanto en su entorno como en la salud de sus hijos. Además, cuentan con medio y alto poder adquisitivo, lo que les permite invertir en productos de mayor coste a cambio de calidad. Son personas que conocen los beneficios de los productos hechos a base de bioplástico y que no quieren seguir usando productos de plástico que de alguna forma está afectando los dos aspectos que quieren cambiar.

El segundo grupo, son aquellas entre los 22 y 50 años, están interesados e involucrados en la tendencia *eco-friendly* y que saben que como humanos debemos empezar a tomar acciones frente al cambio climático y frente al impacto ambiental que nosotros realizamos. Son personas que se están cambiando al uso de productos que se pueden desintegrar en menos tiempo y que el impacto que generan es mínimo comparado al del plástico.

5.3 Competencia

Actualmente en el mercado que la empresa compite está sucediendo una situación que me favorece mucho porque las empresas que son mi competencia no ofrecen el mismo producto que yo estoy ofreciendo. Las empresas están en el mercado con productos biodegradables, pero no están elaborados a base de *plastarch* ni son envases. Lo que estas empresas ofrecen son cubiertos, platos, bolsas, pitillos vasos, y servilletas.

En este momento mi principal competencia son tres empresas que funcionan mediante pagina web, las cuales son:

- World Centric for a Better World.

Está ubicada en California. Competimos porque tenemos el mismo mercado objetivo, sus productos son biodegradables y además en su línea están los productos que queremos sacar en un futuro. (World Centric for a better world, 2019)

- Be Green Packaging.

Está ubicada en Carolina del sur. Competimos porque tienen productos para envasar comida, de diferentes formas y tamaños, pero no sirven para calentar la comida dentro de ellos. También porque son una empresa mucho más grande y tienen una línea más extensa de productos. (Be green packaging, 2016)

- Bonnie Bio Biodegradable.

Esta ubicada en Florida. Competimos porque sus productos también son a base de maicena que es de donde sale la materia prima de mis productos. Además tienen ciertos productos que me gustaría tener en la nueva línea para sacar en el 2022. (BonnieBio, 2017)

Tabla 2
Competencia

<i>Factor</i>	B-PAF	Fortalez a	Debilidade s	WORLD CENTRIC	BONNI E BIO	Importanc ia para el cliente
<i>Productos</i>	Contenedores de dos tamaños. De 32oz y 48oz	Son productos a base de Plastarch que es un material derivado del maíz. Combinado con almidón para	Solo tengo un tipo de producto en dos tamaños diferentes actualmente.	Contenedores, vasos, cubiertos, platos, pitillos, bolsas, servilletas, toallitas.	Papel, bolsa de basura, pitillos, cucharas.	Productos duraderos. Que no se dañen con facilidad.

		hacerlo mas resistente .				
<i>Precio</i>	32oz → 10USD 48oz → 12USD	Es un precio que valide a través del estudio de mercado y los posibles clientes tienen acceso económi co para comprarl os.	Respect o a los otros productos es un precio alto.	Entre 1 dólar y 4 dólares por unidad. Depende el producto.	Entre 2 y 6 dólares por unidad. Depende del producto	El precio depende del producto, pero no debe superar los 15 euros por unidad.
<i>Calidad</i>	Con la nueva línea de producción , la calidad es muy buena.	Los producto s son duradero s y no hay necesida d de	Los productos por factores externos como el envió, pueden	La calidad es buena. Todos los productos que tienen son de un solo uso.	La calidad es buena.	La calidad debe ser buena, comparada con un producto de plástico.

		estarlos cambian do tan seguido.	sufrir daños a la hora de la entrega.			
<i>Servicio</i>	Siempre se han enviado los productos dentro del tiempo estimado.	Como empresa cumplimos con enviar los productos dentro del tiempo estimado.	Al depender de un tercero, no esta en mis manos el tiempo que puedan tardar.	Servicio es bueno. Envían en el tiempo estimado.	Servicio es bueno y rápido. Muchas veces llegan los productos antes de lo estimado.	El servicio es esencial, a los clientes les gusta que todo llegue en el tiempo estimado o inclusive antes.
<i>Reputación de la empresa</i>	Es buena, pero podría mejorar.	Por la calidad de los productos y puntualidad en los envíos, la reputación es buena.	Al no tener otras referencias de productos, no podemos llegar a mas clientes.	La reputación es muy buena, la marca es muy conocida entre los restaurantes y supermercados.	La reputación es buena, gracias a eso ya tienen varias tiendas.	La empresa debe tener buenos reviews.

Datos obtenidos de la búsqueda (Elaboración propia)

5.4 Estrategia de mercado

5.4.1 Promoción

Para realizar la promoción de la empresa, voy a aprovechar el alcance de internet para realizar anuncios a través de la web, 2 anuncios diarios en Google y en redes sociales.

Por otro lado, en un futuro después de haber creado fidelización con los clientes y cuando la empresa ya haya cogido mas fuerza se harán promociones a través de concursos mediante redes sociales y también se regalarán bonos a las personas dependiendo de la frecuencia con la que compran los productos.

5.4.2 Publicidad

La publicidad será directamente en redes sociales por la cuenta de la empresa, haré activación constante de la marca para que nuevos clientes nos conozcan. También se hará publicidad a través de páginas web donde salgan anuncios de mi empresa con hyperlinks para que las personas puedan hacer click y los conecte con mi página web. A largo plazo, se quiere tener presencia en anuncios en youtube. Se crearán colaboraciones con personas influyentes en el tema, quienes recomendarán el producto y harán *reviews* acerca de estos por medio de sus cuentas en redes sociales.

También se harán eventos para hacerle publicidad a la empresa e iremos a ferias enfocadas en lo *eco-friendly* para darnos a conocer y llegar cada vez más a más clientes y posicionarse dentro del sector.

5.4.3 Presupuesto promocional

Para el presupuesto promocional, como lo mencioné anteriormente se harán principalmente anuncios sin coste a través de la web y en Google Ads se invertirá un monto de 120 dólares para tener posicionamiento en la búsqueda y anuncios.

También se debe tener en cuenta el precio de la página web de mi empresa, porque a través de ella se harán anuncios constantes cada vez que las personas entran y esto tiene un costo total de 1000 dólares. Por otro lado, en la página web también habrá una sección donde las personas pueden ingresar y aprender cada vez sobre esta temática.

Por lo que el presupuesto promocional total anual otorgado para el marketing de la empresa está en 1.200 dólares para el primer año.

5.4.4 Estrategia de precio

La estrategia de precio de B-PAF depende principalmente de mis competidores, del costo de producción para fabricar los productos y el costo del envío tanto de los productos de los fabricantes al almacén como del servicio de envío a cliente final.

El precio inicial es asequible y se puede comparar con los competidores, porque realmente todas las empresas que manejan este tipo de productos tienen actualmente unos precios muy similares. Para el segundo año, se subirán dos dólares por producto, para poder tener un margen más alto de ganancia. La razón principal es que para el tercer año quiero sacar los nuevos productos y esto requiere una inversión alta. El incremento de los productos se fundamentará en la incorporación de nuevos materiales y el desarrollo de diseño, atribuyendo nuevas características como colores, formas, materiales y tamaños que cautiven al usuario.

Tabla 3

Precio productos en dolares

PRECIO	Envase 32oz	Envase 48oz	Cucharas	Tenedores	Cuchillos	Platos
Primer Año	10	12	-	-	-	-
Segundo Año	12	14	-	-	-	-
Tercer año	12	14	8	8	8	10

Datos obtenidos de la empresa (Elaboración propia)

5.4.5 Distribución

La distribución continuará con el mismo método que en la actualidad. El proceso radica en el envío de muestras y posteriormente de la mercancía total proveniente de china al almacén. Una vez se haya recibido el producto y se compruebe su buen estado, se enviará mediante la empresa UPS, encargados de hacer llegar el producto al destinatario.

5.4.6 Canales de distribución

Respecto a los canales de distribución, actualmente y a corto plazo, los productos se distribuirán a través de la página web de la empresa. Actualmente, únicamente opera en el estado de la Florida en los Estados Unidos. Lo clientes realizan su compra mediante la página web y Diana quien esta encargada de la entrega de los productos prepara los envíos para hacerlos llegar por medio de la empresa de envíos UPS, a quien contratamos como tercero para gestionar esta tarea.

5.5 Pronostico de ventas

El pronóstico de ventas que mostraré a continuación es para un año.

Lo que se prevé vender durante el primer año son 400 productos. Se harán dos órdenes de 200 productos cada semestre, 100 serán de 32oz y los otros 100 de 48oz. Cada producto se venderá entre 10 y 12 dólares respectivamente.

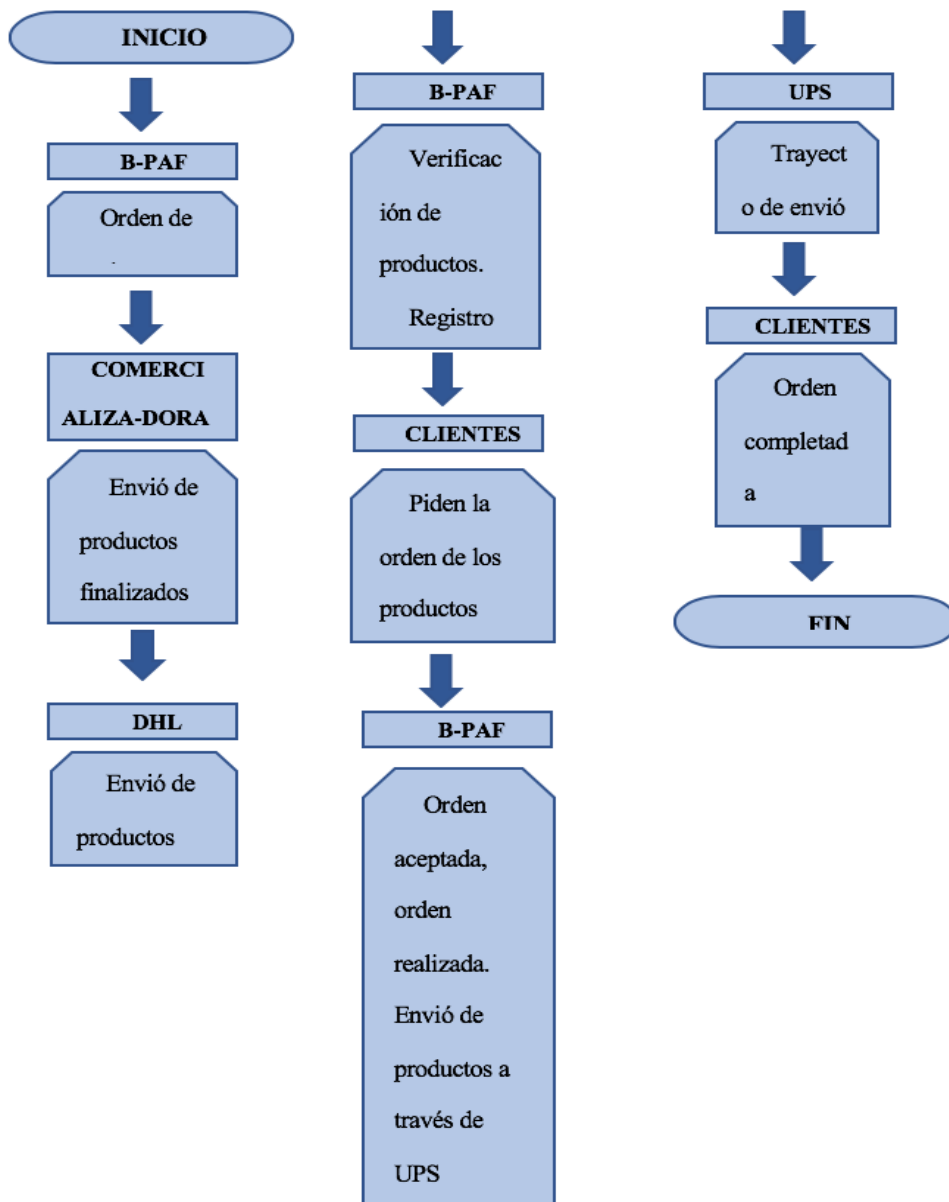
Se estima ganar 2.000 USD por los productos de tamaño de 32oz y 2.400 USD por los productos de tamaño de 48oz. El coste de los productos finalizados es de 440 dólares y el coste total del envío desde China es de 400 dólares.

El coste del envío desde la casa de mi tía que es donde se gestiona el negocio a los clientes dentro de la Florida, para los productos de 32oz cuesta 240USD y para los de 48oz cuesta 300USD.

6. Plan operacional

6.1 Producción

Ilustración 6
Cadena de producción



Fuente: Elaboración propia

Para la producción de los productos, se tiene contratada una empresa en china llamada Xiamen Teambo Industry & Trade Co, ltda. Ellos se encargan de hacer los productos con las características que yo exijo para poder cumplir con los estándares de calidad y los estándares de productos verdes en Estados Unidos. Los productos son enviados a través de DHL y llegan a la casa de Diana que es desde donde opera la empresa. Y desde ahí salen los pedidos para los clientes.

Los tiempos de entrega de la empresa comercializadora al ser enviados desde China toman entre un mes y medio y dos meses. Por tal motivo, debemos contar con stock porque a los clientes desde el momento de la compra toma dos días en que la orden llegue a su casa.

6.2 Localización

Después de haber hecho un estudio sobre dónde era mejor comprar los productos para que no los enviaran de manera directa, y que se pudieran hacer de la forma específica que necesito en la empresa. Decidimos junto con mi tía, que la mejor opción es pedirlos a china.

Respecto a localización de donde se distribuyen los productos y a donde debe de llegar la mercancía es a casa de mi tía, ubicada en Sarasota, Florida. Esto debido a que no se cuenta con una tienda física ni bodega y a corto ni mediano plazo se contempla esta apertura. En unos años cuando la página web esté bien posicionada y tengamos más de 250 clientes lo que se plantea es que los productos se puedan vender en tiendas de cadena grandes para que brinden la opción de categoría ecológica. Esto se tiene pensado para empezar en la Florida, Carolina del Norte y New Jersey.

6.3 Costos

Debido a que el modelo de negocio está diseñado para operar digitalmente, los costos no son elevados, en cuanto a la promoción y venta de los productos. En cuanto a la fabricación, se debe estimar la materia prima, mano de obra y los empaque del producto.

- Precio por unidad con la empresa encargada de hacer los productos (320z): + de 100 productos, cuesta 1 dólar.
- Precio por unidad con la empresa encargada de hacer los productos (480z): + de 100 productos, cuesta 1.20 dólar.
- Importación desde China: Container donde caben + de 150 productos, cuesta 200 dólares.
- Los empaques que los compro en Estados Unidos, cuesta 80 centavos por unidad.
- Y el personal, que somos mi tía y yo. Cada una tiene un salario. Diana gana 800 dólares al mes por ser tiempo completo, y yo gano 250 dólares al mes porque trabajo a distancia y solamente le dedico medio tiempo.
- Mantenimiento de la plataforma, 20 dólares anuales.

6.4 Entorno legal

Para poder gestionar mi página web, recibir los datos de los clientes y poder comercializar mis productos, como empresa se debe cumplir con las leyes y requisitos que Estados Unidos tiene para este tipo de servicios. Así mismo me debo asegurar que los productos cumplen con los estándares de calidad para ser productos *eco-friendly*.

Al ser Estados Unidos un país con un gobierno federal se debe tener en cuenta que todos tienen leyes diferentes que se deben cumplir de acuerdo con el tipo de negocio que se quiere gestionar en cada ciudad. Ya que en la actualidad solamente estamos operando desde La Florida, indicaré cuales son los pasos y requisitos que dicho estado exige.

Además, al ser un negocio pequeño, y gestionarse a través de la casa, las leyes son diferentes a lo que sería una empresa grande y teniendo sede física. Para mi negocio, lo que se debe hacer es:

- Se requiere sacar un tipo de licencia, en este caso se ha escogido LLC (que ya fue mencionada anteriormente)
- Se requiere sacar un número de identificación del empleador. Que es un número de identificación fiscal emitido por el IRS que identifica el negocio como una entidad fiscal distinta.
- Se puede sacar una licencia Doing Business As (DBA) que brinda la oportunidad de operar un negocio en línea con un nombre diferente al del dueño. (Es opcional)
- Se requiere un permiso de vendedor (o licencia de vendedor) para las empresas que venden productos o servicios la línea.
- Se requiere sacar una licencia de impuesto de ventas, ya que las empresas basadas en el hogar que venden productos o servicios deben pagar impuestos sobre las ventas de los artículos vendidos.

(Sweeney, 2019)

Por otro lado, las normas que debo cumplir para el tipo de productos que vendo son:

- ISO 14001 es una norma genérica, para la gestión ambiental. Certifica a las compañías y verifica la conformidad del sistema de gestión ambiental de una organización a los requisitos especificados. (ISO 14001, 2018)
- 40 CFR Protección del medio ambiente es la selección del CFR que aborda la misión de la EPA de proteger la salud humana y el medio ambiente. (Leyes y Normas - Reglamentos Ambientales, 2016)
- ISO 9001 – 2000 especifica los sistemas de gestión de la calidad aplicables para a toda la organización que necesite demostrar su capacidad para proporcionar productos que cumplan los requisitos de los clientes.
- (Gomez, 2013)

6.5 Personal

Como bien he explicado a través del documento, en la empresa solo estamos Diana y yo actualmente. Para que la empresa funcione necesita que diferentes áreas estén abarcadas principalmente el área de logística y mercadeo. Estas estarán distribuidas así:

Diana se encarga principalmente de toda la parte logística y de importación, es quien cuadra todas las órdenes de los productos para enviar a China y que se envíen los productos completos. Por otro lado, también es quien está pendiente de que los productos lleguen bien, que cumplan los estándares de calidad de la empresa y de recibirlos en la casa. También crea las facturas y cada vez que hay un pedido, ella los empaca y los envía en el menor tiempo posible a través de UPS.

Yo, soy la encargada de la parte administrativa y de marketing. Soy quien me encargo de hacer la publicidad, las promociones y de estar pendiente de que las estrategias de marketing que estamos usando si sean las correctas. Además de la relación con la empresa de fabricación en China y realizar los pagos.

La persona que menciona durante el documento como el experto en las características de los productos no es personal contratado fijo. A él se le pagó por el estudio que nos hizo y en el momento que queramos cambiar nuestros productos lo volveré a contratar.

Sin embargo, en el futuro, espero contar con más personal en la empresa, para que cada área importante este a cargo de una persona especializada en el tema. Espero que para el 2023 tengamos una persona encargada del área de marketing, otra del área de ventas y que mi tía y yo sigamos con la parte logística y administrativa respectivamente.

6.6 Inventarios

El tema de inventarios es un aspecto que se debe tener muy controlado en la empresa y aún más cuando los productos son hechos en un país diferente al de comercialización. Se deben

prever las posibles demoras, o los inconvenientes que existan para poder enviarlos en el tiempo esperado.

El tipo de inventario que manejamos en la empresa es el de productos terminados, los cuales se encuentran dentro de la casa. Para esto tenemos establecidos unos ciclos de rotación bien definidos de cada seis meses, ya que al ser el mismo producto en tamaños diferentes es mucho más fácil sacar una producción grande porque así se reducirá el coste tanto de fabricación como de envíos.

Al tener una empresa comercializadora de los productos, debo tener un inventario de seguridad del 30% para evitar cualquier inconveniente en el tiempo de entrega y no afectar los pedidos de mis clientes. Pretendo tener un inventario mínimo de al menos 50 envases en total.

6.7 Proveedores

En la empresa solo contamos con un proveedor y es la empresa de China que nos comercializa los productos. Esta empresa debe cumplir con las características en los productos que yo les exijo para poder cumplir con los estándares globales y de Estados Unidos respecto al medio ambiente y productos *eco-friendly*.

La empresa se llama Xiamen Teambo Industry & Trade Co, ltda. Está ubicada en Fujian, China. Cada seis meses pido la orden y me envían entre 150 y 200 productos dependiendo de la venta del semestre anterior, a través de DHL, empresa global de envíos.

Respecto a las políticas de crédito y entrega que tenemos con la empresa, es que se paga la mitad antes de recibir el pedido y al verificar que los productos si cumplen con las características se paga el deducible. Así mismo, el proveedor debe cumplir con las fechas.

Actualmente, no vemos necesario la opción de tener más de un proveedor ya que hemos tenido una buena experiencia con esta empresa, y no hemos tenido fallos en los tiempos deseados ni en los productos terminados. Los precios se han mantenido medianamente estables

durante el tiempo y se estima que seguirá siendo así, ya que en China la producción agrícola que lanza al mercado los materiales que nosotros exigimos en nuestros productos cada vez está creciendo más.

7. Gestión y organización

La gestión y organización dentro de las empresas es prácticamente la parte más importante porque realmente las empresas no nacen sin antes tener una estructura clara sobre cómo se organizarán los directivos, las tareas propias de la actividad comercial y el cumplimiento de los objetivos.

La empresa como se indicó anteriormente está dividida en dos. Mi tía quien es la encargada de la parte logística de envíos y de verificación de los productos. Analizar si cumplen con los estándares que como empresa exigimos. Y estoy yo quien soy la encargada de la parte administrativa y de marketing. Debo estar realizando una constante promoción y publicidad de la marca y además estar pendiente de realizar los pagos al proveedor.

Los roles están distribuidos de dicha manera, dado que mi tía es quien vive en Estados Unidos y yo me encuentro en otro país donde puedo manejar la parte administrativa a través de internet.

Valorando la opción de que mi tía quisiera salirse del negocio por motivos personales o si tuviera que incapacitarse, yo podría continuar con la empresa en un primer instante y validaríamos la opción de contratar a una persona de confianza para que lo manejara desde Estados Unidos.

Debido a la estructura que he mencionado anteriormente y al ser una StartUp, la empresa no cuenta con un organigrama habitual. Es entonces a través de la experiencia y de las habilidades

de ambas integrantes, se cumplen los diferentes deberes para poder ejecutar las tareas y alcanzar las metas.

7.1 Apoyo profesional

Respecto al apoyo profesional, tengo un abogado que nos ayuda con las gestiones individuales, estudió jurisprudencia en FAU en la florida y ha trabajado en dos firmas de abogadas especializados en pequeñas y medianas empresas. Él nos ayuda con la parte legal de la empresa para que cumpla con las normas de Estados Unidos para crear una Startup que se maneja a través de una página web. Y está al tanto de las leyes que están siendo aprobadas para poder vender productos *eco-friendly* en los diferentes estados.

En el futuro queremos contar con un contador para que nos realice toda la gestión financiera, y con una junta directiva para contemplar las acciones convenientes para el crecimiento empresarial.

8. Gastos de inicio y capitalización

Es de suma importancia tener claro los gastos de inicio y capitalización para crear una idea de negocio y que empiece por un camino óptimo.

Los de gastos de inicio que tiene este proyecto son:

- La creación de la página web.
- Promoción a través en Google Ads.
- Publicidad a través de social media.
- Primera inversión de los productos, total 440 dólares (empresa productora).
- Inversión en investigación para sacar la nueva línea con las características especiales, 5,400 dólares (Tercer año)
- Salarios del primer mes

- Costos de la plantas y equipos que requiero en la empresa.

Gráfico 1
Inversiones



Fuente: Elbaoración propia

Para la empresa, actualmente es importante tener una inversión de 20,000 dólares para cubrir todos los costes y gastos y así no hay tener que acudir a préstamos para la estrategia de marketing ni para hacer la siguiente compra de productos. Este dinero será invertido en el crecimiento de la empresa para la expansión y posicionamiento en el sector.

En cuanto a los impuestos, ya que el negocio es a través de una plataforma online, únicamente debemos pagar el impuesto que se aplica a productos vendidos. En el estado de la Florida es del 6% y esto al final del año se lo debemos pagar al gobierno declarando cuántos productos vendimos y demostrando de que estados fueron nuestros clientes, puesto que, si los clientes no son de La Florida, no se les debe cobrar este impuesto. (TaxJar, 2019)

9. Plan financiero

Primer año.

2 productos → Envase circular 32oz y 48oz

32oz → 10 USD

48oz → 12USD

Comunicación → Google Ads, Social media.

Goggle Ads → 120 Dolares x año. (10 dolares al mes, x 2 anuncios diarios. Por 12 meses).

Social media → 100 Dolares x año (2 dolares x promocion en instagram, con duracion de 72 horas).

1. Proyección de ventas.

400 envases.

200 de 32oz → 10 dolares

200 de 48oz → 12 dolares

16 productos al mes x 10 meses

20 productos al mes x 2 meses

*Este precio es sin impuesto. Toca sumarle el 6% del tax para productos vendidos.

Solamente si son productos vendidos en la Florida. Ya que el impuesto es solamente del estado de La Florida, no se le puede a cobrar a clientes que viven en otro estado.

Precio con tax.

32oz → 10,60 dolares

48oz → 12,72 dolares

2. Costo variable unitario.

Producto terminado (en china).

32 oz → 1 USD

48oz → 1,20 UDS

Envio desde china.

1 USD por unidad

Total: 400 dolares

Envio a los clientes.

32oz → 1,20 USD

48oz → 1,50USD

Total x Unidad.

32oz → 3,20 USD

48oz → 3,70 USD

Total x productos.

320z → 640 USD

48oz → 740 USD

3. Costos fijos.

Salarios.

Diana Rodriguez (tia) → 500 USD x mes

Yo → 150 USD x mes

Total : 7,800 USD

4. Gastos.

Promocion → 120 USD

Publicidad → 120 USD

Total → 220 USD

5. Inversion inicial.

Se hara una inversion inicial de 15,000 dolares.

Para poder gestionar los costos fijos y los gastos del primer año.

Segundo año.

2 productos → Envase circular 32oz y 48oz

32oz → 12 USD

48oz → 14USD

Goggle Ads → 60 Dolares x año. (5 dolares al mes, x 2 anuncios diarios. Por 12 meses).

Social media → 50 Dolares x año (2 dolares x promocion en instagram, con duracion de 72 horas).

1. Proyección de ventas.

760 envaces.

375 de 32oz → 12 dolares

375 de 48oz → 14 dolares

31 productos al mes x 10 meses

35 productos al mes x 2 meses

*Este precio es sin impuesto. Toca sumarle el 6% del tax para productos vendidos.

Solamente si son productos vendidos en la Florida. Ya que el impuesto es solamente del estado de La Florida, no se le puede a cobrar a clientes que viven en otro estado.

Precio con tax.

32oz → 12,72 dolares

48oz → 14,84 dolares

2. Costo variable unitario.

Producto terminado (en china).

32 oz → 0,90 USD

48oz → 1,10 UDS

*+ de 300 productos, se reduce el precio de prodcuto final.

Envio desde china.

0,90 USD por unidad

Total: 750 dolares

*+ de 300 productos, se reduce el precio de envio x unidad.

Envio a los clientes.

32oz → 1 USD

48oz → 1,25USD

*+ de 300 productos, se reduce el precio de envio x unidad

Total x producto.

32oz → 2,80 USD

48oz → 3,25 USD

Total

32oz → 1,050 USD

48oz → 1,218.75 USD

3. Costos fijos.

Salarios.

Diana Rodriguez (tia) → 650USD x mes

Yo → 220 USD x mes

Total : 10,440 USD

4. Gastos.

Promocion → 60 USD

Publicidad → 50 USD

Total → 220 USD

Tercer año.

2 productos → Envase circular 32oz y 48oz

32oz → 12 USD

48oz → 14USD

4 productos nuevos (Linea nueva)

Cucharas → 8 USD

Tenedores → 8 USD

Cuchillos → 8 USD

Platos → 10 USD

1. Proyección de ventas.

1500 envases.

750 de 32oz → 12 dolares

750 de 48oz → 14 dolares

100 empaques de Cucharas x 8 → 8 dolares

100 empaques de Tenedores x 8 → 8 dolares

100 empaques de Cuchillos x 8 → 8 dolares

100 empaques de Platos x 8 → 10 dolares

62 productos al mes x 10 meses

65 productos al mes x 2 meses

8 empaques al mes x 10 meses

10 empaques al mes x 2 meses

*Este precio es sin impuesto. Toca sumarle el 6% del tax para productos vendidos.

Solamente si son productos vendidos en la Florida. Ya que el impuesto es solamente del estado de La Florida, no se le puede cobrar a clientes que viven en otro estado.

Precio con tax.

32oz → 12,72 dolares

48oz → 14,84 dolares

Cucharas → 8,48 dolares

Tenedores → 8,48 dolares

Cuchillos → 8,48 dolares

Platos → 10,60 dolares

2. Costo variable unitario.

Producto terminado (en china).

32 oz → 0,90 USD

480z → 0,90 UDS

Cucharas → 1 USD

Tenedores → 1USD

Cuchillos → 1USD

Platos → 1USD

*+ de 300 productos, se reduce el precio de producto final.

Envio desde china.

0,90 USD por unidad (envase)

0,70 USD por unidad (cucharas, tenedores, cuchillos, platos)

Total: 1630

*+ de 300 productos, se reduce el precio de envio x unidad.

Envio a los clientes.

32oz → 1 USD

48oz → 1,10USD

Cucharas → 0,90 USD

Tenedores → 0,90USD

Cuchillos → 0,90 USD

Platos → 0,90 USD

*+ de 300 productos, se reduce el precio de envio x unidad

Total x producto.

32oz → 2,80 USD

48oz → 2,90 USD

Cucharas → 2,60 USD

Tenedores → 2,60USD

Cuchillos → 2,60 USD

Platos → 2,60

Total

320z → 2,100 USD

48oz → 2,175 USD

3. Costos fijos.

Salarios.

Diana Rodriguez (tia) → 900 USD x mes

Yo → 300 USD x mes

Total : 14,400 USD

4. Gastos.

Promocion → 60 USD

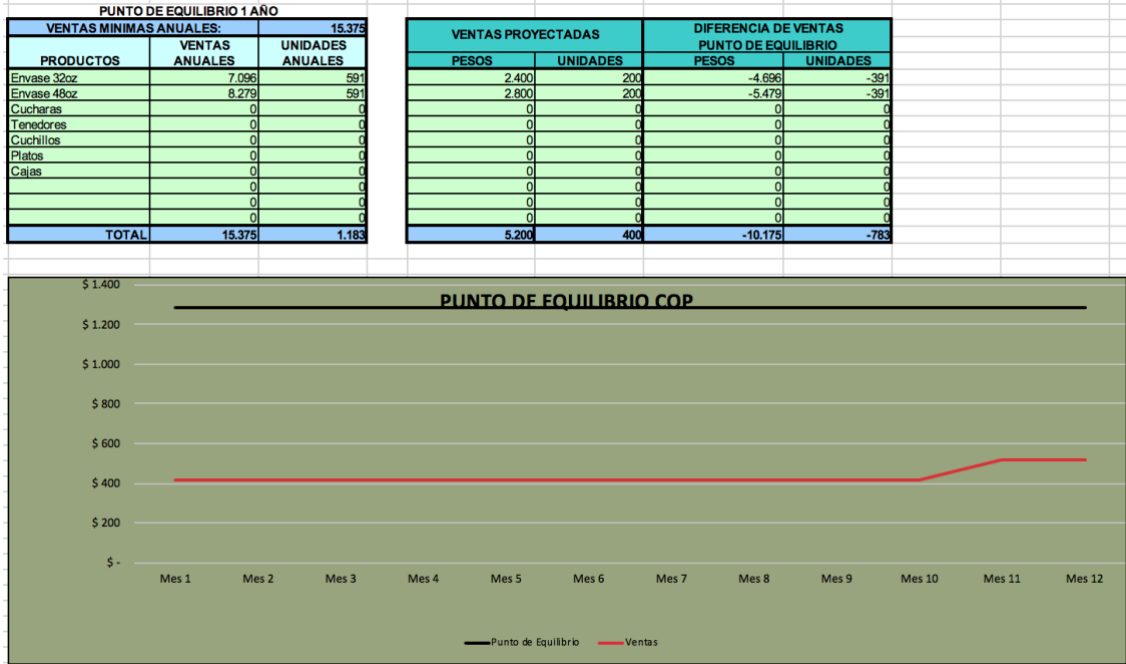
Publicidad → 50 USD

Inversion Invetsigacion (Nueva Linea) → 5400

Total → 5510 USD

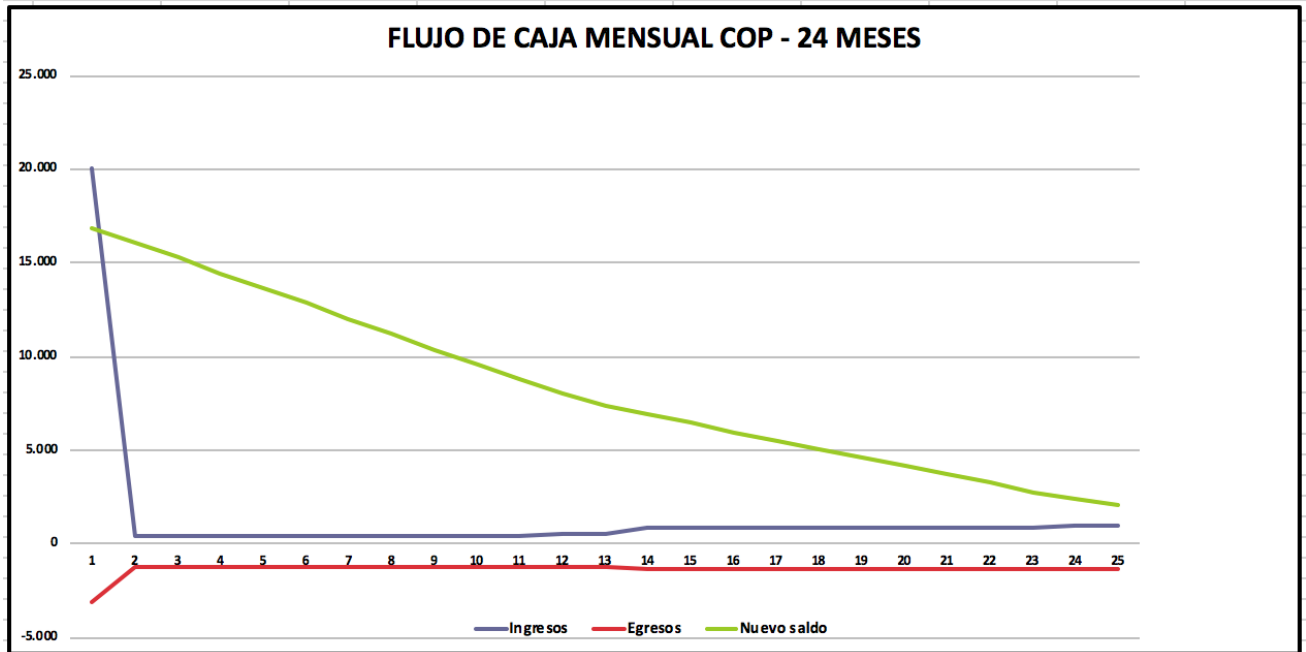
Gráfico 2

Punto de equilibrio



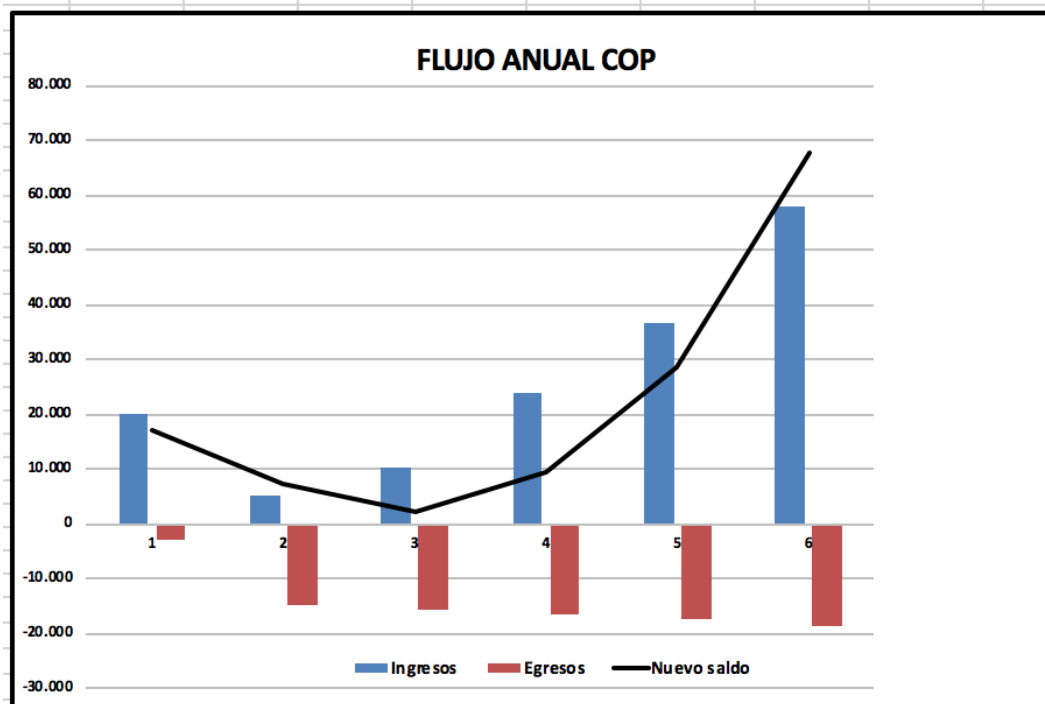
Funete: Elaboración propia

Gráfico 3
Flujo de caja mensual



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4
Flujo anual



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5
Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	5.200	10.335	23.966	36.633	57.961
Inventario Inicial	0	0	0	0	0
+ Compras	3	3	20	39	71
- Inventario Final	0	0	0	0	0
Costo de Ventas	3	3	20	39	71
Costo de producción	199	211	223	237	251
Utilidad Bruta	4.998	10.122	23.722	36.357	57.640
Gasto de Administración	14.520	15.391	16.315	17.294	18.331
Depreciaciones	647	647	647	64	64
Total Gasto Operacional	15.167	16.039	16.962	17.358	18.395
Utilidad Operacional	-10.169	-5.917	6.760	19.000	39.244
Otros Egresos					
Amortización diferidos	349	349	349	0	0
Gastos Fondo Garantías	0	0	0	0	0
Gastos financieros	0	0	0	0	0
Imprevistos	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	-10.518	-6.265	6.411	19.000	39.244
Impuestos	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA D TAX	-10.518	-6.265	6.411	19.000	39.244
Margen Utilidad Bruta	96,12%	97,93%	98,98%	99,25%	99,45%
Margen Utilidad Operacional	-195,56%	-57,25%	28,21%	51,87%	67,71%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6
Balance general

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja	7.362	2.093	9.500	28.564	67.873
Cuentas por cobrar	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0
Total activo corriente	7.362	2.093	9.500	28.564	67.873
Activos fijos sin depreciación	2.070	1.423	775	128	64
Depreciación	647	647	647	64	64
Total activo fijo neto	1.423	775	128	64	0
Gastos preoperativos	697	349	0	0	0
TOTAL ACTIVOS	9.482	3.217	9.628	28.628	67.873
PASIVO					
Cuentas por pagar	0	0	0	0	0
Proveedores	0	0	0	0	0
Prestamos bancario	0	0	0	0	0
Impuestos por pagar	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	0	0	0	0	0
PATRIMONIO					
Capital	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Utilidades retenidas	0	-10.518	-16.783	-10.372	8.628
Utilidades del ejercicio	-10.518	-6.265	6.411	19.000	39.244
TOTAL PATRIMONIO	9.482	3.217	9.628	28.628	67.873
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	9.482	3.217	9.628	28.628	67.873

Fuente: Elaboración propia

10. Riesgos y supuestos críticos

10.1 Riesgos y supuestos

En todo negocio se deben tener previstos los riesgos a los que en un futuro nos podemos enfrentar. Ya que, si se tiene un plan de acción ante posibles situaciones de riesgo, será mucho más fácil actuar en dicho momento y encontrar las soluciones óptimas siendo eficiente y eficaces.

En caso de que el mercado al que me enfrente se desarrolle en una velocidad diferente a la que tengo prevista, debo tener preparadas estrategias que se adapten a un mercado más lento, o más rápido del esperado. Por lo tanto, en cuanto a fabricación, es primordial saber el ritmo del mercado, la demanda de este, para así determinar los ciclos de fabricación y la cantidad de productos para validar los tiempos y coordinar la producción.

Respecto a los desafíos a los que me puedo enfrentar con la competencia, se encuentran los precios bajos y la innovación de nuevos productos que pueden llegar a dejar mis productos obsoletos. Para prevenir esta situación, lo que se ha discutido dentro de la empresa, es que se debe hacer un estudio constante de la competencia cada 2 meses, para poder atender estos cambios antes de que sucedan y poder reaccionar de una forma que nos siga dejando bien posicionados como empresa y estar al tanto de las nuevas tendencias para poder implementarlas internamente.

En caso de que tuviéramos escases de mano obra, debo validar la opción de cambiar de empresa que realiza los productos a Estados Unidos o a otro país donde la mano de obra sea igual de económica que en China y tengamos las mismas facilidades de conseguir la materia prima. Debe contar con la misma facilidad de producción y de envío que la actual, para así conservar estos beneficios que optimizan la fabricación y el envío de la mercancía.

10.2 Estrategia de salida

La estrategia de salida no aplica para mi empresa ni para mi situación actual, ya que no quiero salir del negocio, cerrarlo ni venderlo. Por el contrario, pretendo seguir creciendo a través de los años y fortaleciendo la empresa para que a través de la inversión inicial, se puedan conseguir las metas en ingresos, obtener un punto de equilibrio y posteriormente tener beneficios, sin la necesidad de contar con inversionistas.

11. Beneficios a la comunidad

Este proyecto genera varios beneficios a la comunidad como se ha mencionado en diferentes ocasiones en este proyecto. Los principales son, reducción del impacto del medio ambiente, y mejorar la calidad de vida de las personas. Sin embargo, explicaré a continuación cómo genera desarrollo económico, de la comunidad y humano.

11.1 Desarrollo económico

Este proyecto como se ha visto anteriormente, está implementado en Estados Unidos y seguirá siendo así hasta que esté bien posicionado en el país. Por lo tanto, respecto a empresas locales o proveedoras de Colombia, no hay desarrollo. Sin embargo, en Estados Unidos tendré apoyo de una empresa local de distribución que es la que me ayudara a enviar nuestros productos a los clientes.

El trabajo que se genera en esta empresa es relativamente pequeño porque al ser un emprendimiento que está creciendo, no están los recursos suficientes ni las tareas para contratar más personal. Como empleados estamos mi tía y yo, encargadas de las gestiones de la empresa y como tercero, la empresa de fabricación de los productos en China.

11.2 Desarrollo de la comunidad

Este tipo de desarrollo hace referencia a aquellos procesos de transformación social que buscan mejorar las condiciones de vida de las personas que habitan en un determinado territorio a través del empoderamiento de estas. (comunitario)

En relación a esto, este proyecto está cumpliendo con crear desarrollo para la comunidad ya que se está mejorando a través de mis productos la calidad de vida de mis clientes. A pesar de los esfuerzos que se hagan para informar y convencer a los espectadores a optar por este tipo de productos, son ellos quienes tiene la decisión de compra y quienes determinarán los productos que utilicen en sus casas.

11.3 Desarrollo humano

Para finalizar este tipo de desarrollo, es donde se crean condiciones buenas para que las personas disfruten de una vida de buena calidad. Donde logran tener participación en las decisiones que afectan el entorno, haciendo énfasis en proteger el recurso más importante que tenemos, el capital humano que quiere decir, nosotros mismos.

Para ello, como ha sido mencionado como empresa se está logrando que con los productos las personas empiecen a cambiar su calidad de vida a una mejor. Ya que con los beneficios que estos les dan, pueden empezar a cuidar un poco más de su salud adoptando diferentes y pequeños cambios en su diario vivir que a un corto, mediano y largo plazo tendrán efectos muy positivos.

Bibliografía

comunitario, A. s. (s.f.). *Que es desarrollo comunitario?* Obtenido de Universidad Santo Tomas:
http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/margaritapena_trabajocomunitario1/qu_es_desarrollo_comunitario.html

sectoriales, C. (2019). *La tendencia positiva para la industria de bioplásticos se mantiene estable*. Obtenido de Canales sectoriales, interempresas:

<https://www.interempresas.net/Plastico/Articulos/230792-La-tendencia-positiva-para-la-industria-de-bioplásticos-se-mantiene-estable.html>

Características. (2019). *Sociedades de Responsabilidad Limitada*. Obtenido de Delvalle & Delvalle: <https://www.delvallepanama.com/es/Sociedades-de-Responsabilidad-Limitada/características.html>

Florida?, ¿. c. (2019). *Información legal de Estados Unidos*. Obtenido de Baselegal.org: <https://baselegal.org/como-crear-una-sociedad-de-responsabilidad-limitada-llc-en-florida/>

industrial, P. (2019). *Significados*. Obtenido de Significado de producción: <https://www.significados.com/produccion/>

China, L. a. (s.f.). *Lehman, Lee & Xu*. Obtenido de Laws and regulations of the Republic of China: <http://www.lehmanlaw.com/resource-centre/laws-and-regulations.html>

Ventas. (s.f.). *The Standard CIO*. Obtenido de Información 360 estrategia: <http://thestandardcio.com/2019/03/04/ventas-del-ecommerce-crecen-15-en-los-estados-unidos/>

Sweeney, D. (15 de Agosto de 2019). *Them, Ecommerce Business Licenses: 7 Permits and Licenses Your Online Business Needs (and How to Get)*. Obtenido de Volusion: <https://www.volusion.com/blog/7-permits-and-licenses-your-ecommerce-business-needs/>

Gomez, C. (2013). *ISO 9001 calidad. Sistemas de Gestión de Calidad según ISO 9000*. Obtenido de Calidad ISO 9001: <http://iso9001calidad.com/iso-9001-2000-sistemas-gestion-calidad-requisitos-21.html>

ISO 14001. (2018). Obtenido de Perry Johnson Registrars, INC.: http://www.pjr.mx/standards/iso-14001?gclid=CjwKCAiA27LvBRB0EiwAPc8XWT5oMDqvGGvqQ6BrYW6R9j8zKML-WQS4ziAHP0Vo9nIQVNMKhor9pBoCqpcQAvD_BwE

Leyes y Normas - Reglamentos Ambientales. (15 de Diciembre de 2016). Obtenido de EPA Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos: <https://espanol.epa.gov/espanol/leyes-y-normas-reglamentos-ambientales>

Do I need a business license to sell online. (s.f.). Obtenido de EcommerceCEO: <https://www.ecommerceceo.com/do-i-need-a-business-license-to-sell-online/>

Be green packaging. (2016). Obtenido de Be green packaging: <https://be-green.squarespace.com/products-overview>

World Centric for a better world. (2019). Obtenido de World Centric for a better world: <https://www.worldcentric.com/>

BonnieBio. (2017). Obtenido de BonnieBio: <https://bonniebio.us/>

TaxJar. (2019). Obtenido de Economic Nexus Thresholds: <https://www.taxjar.com/states/florida-sales-tax-online/#when-are-florida-sales-tax-returns-due>

Redacción Interempresas. (18 de 01 de 2019). *Canales Sectoriales Plastico.* Obtenido de Interempresas: <https://www.interempresas.net/Plastico/Articulos/230792-La-tendencia-positiva-para-la-industria-de-bioplasticos-se-mantiene-estable.html>

United States Patent and Trademark Office. (s.f.). Obtenido de uspto: <https://www.uspto.gov/trademark/trademark-fee-information>