



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Desarrollo sostenible aplicado al diseño de florerías ecoamigables en el distrito de Los Olivos año 2021

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
Bachiller en Administración y Dirección de Negocios
Bachiller en Comunicación Estratégica**

PRESENTADO POR

AQUINO ATOCHE, DALLELIT YAMILET – Administración y Dirección de Negocios
MARTEL VELASQUEZ, JUAN CARLOS - Administración y Dirección de Negocios
MARTÍNEZ HERNÁNDEZ, SOL FÁTIMA – Comunicación Estratégica

ASESOR

ROXANA ALEXANDRA ALBARRACIN APARICIO

LIMA, PERÚ

2022

**DESARROLLO SOSTENIBLE APLICADO AL DISEÑO DE
FLORERÍAS ECOAMIGABLES EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS
AÑO 2021**

MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR (A)

Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra

MIEMBROS DEL JURADO

Giuliano López Burga,

Giuliana Solf Giugelmi

DEDICATORIA

Completa y profundamente agradecidas con Dios por las oportunidades que nos presenta en la vida, por las personas que pone en nuestro camino, por cuidarnos y guiarnos día a día, por permitirnos compartir esta experiencia.

Gracias nuevamente a nuestros padres y hermanos por ser el pilar fundamental de nuestras vidas y nuestro motor de salir adelante.

Gracias, amigos por ser nuestro escape y nuestro soporte en medio de una pandemia, a nuestros maestros por darnos herramientas para la vida profesional y personal, sin la cual este proyecto no hubiera sido posible.

INDICE

MIEMBROS DEL JURADO.....	3
DEDICATORIA	4
INDICE.....	5
INDICE DE TABLAS	7
INDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCION	11
I. INFORMACIÓN GENERAL	12
1.1 Título del Proyecto.....	12
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	12
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada	12
1.4 Localización o alcance de la solución	13
II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN ...	14
2.1 Justificación.....	14
2.2 Marco Referencial	14
2.2.1 Antecedentes	14
2.2.2 Marco Teórico	16
Desarrollo sostenible.....	16
Avance de los ODS en el Perú.....	18
Conceptos de Modelo de Negocios Sostenible	19
Ecodiseño	21
Teoría de la pirámide de Carrol.....	22
Evaluación del nivel de educación ambiental y su incidencia:	23
Política ambiental en el Perú.....	23
Biodiversidad y Economía en el Perú.....	24
Sostenibilidad Empresarial.....	25
Teoría de los Stakeholder	26
Concientización de la vida eco amigable.....	27
III. HIPOTESIS Y VARIABLES	28
3.1 Hipótesis.....	28
3.1.1 Hipótesis General.....	28
3.1.2 Hipótesis Específicas	28

3.2 Variables y definición operacional	28
3.3 Metodología de la investigación.....	29
3.3.1 Diseño metodológico.....	29
IV. RESULTADOS OBTENIDOS	31
V. ESTIMACIÓN DE COSTOS	35
5.1 Estimación de los costos necesarios para la implementación.....	35
VI. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN.....	36
6.1 Alcance esperado.....	36
6.2 Descripción del mercado objetivo potencial del servicio o forma de comercialización innovadora	36
6.3 Descripción de la propuesta de innovación.....	37
6.3.1 Diagnostico situacional	37
6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora	38
6.4.1 Planteamiento de la matriz (FODA).....	38
6.5 Desarrollo del proyecto de innovación	39
6.5.1 Análisis pestel	39
6.5.2 Análisis 5 fuerzas de Porter	45
6.5.3 Identificación de los objetivos en las principales áreas.....	46
6.5.4 Cultura Organizacional.....	47
6.5.5 Marketing Mix.....	48
6.5.6 Análisis de procesos	53
7.5.6.1. Descripción de puestos.....	53
7.5.6.2. Organigrama.....	55
6.6 Impacto de la propuesta de valor.....	56
VII. CONCLUSIONES.....	57
VIII.RECOMENDACIONES.....	58
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59
X. ANEXOS	62

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Concientización de la vida eco amigable entre generación X y Millennials 27

Tabla 2: Presupuesto de la investigación. 35

Tabla 3: Matriz Foda. 38

Tabla 4: Precios de productos..... 50

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Avance en la identificación de indicadores para los ODS.....	19
Figura 2: Beneficios del ecodiseño.....	21
Figura 3: The pyramid of corporate social responsibility.....	22
Figura 4: Conformidad con el modelo de negocio.	31
Figura 5: Cumplimiento con los objetivos sostenibles.	32
Figura 6: Cumplimiento con política ambiental.	32
Figura 7: Cumplimiento sostenibilidad empresarial.	33
Figura 8: Cumplimiento de Ecodiseño.....	34
Figura 9: Cumplimiento de Negocio Sostenible.....	34
Figura 10: Cumplimiento de Producto sostenible	35
Figura 11: Logo de la florería	37
Figura 12: Índice de percepción de la corrupción 2020	40
Figura 13: PBI REAL 2021	41
Figura 14: Consumidor peruano 2021	42
Figura 15: Uso de redes sociales	43
Figura 16: Objetivos del Desarrollo Sostenible.....	44
Figura 17: Principales productos	49
Figura 18: Facebook florería Amalia	51
Figura 19: Promociones	51
Figura 20: Clientes	52
Figura 21: Organigrama	55

RESUMEN

En la presente investigación se tuvo como objetivo determinar la influencia del desarrollo sostenible aplicado en el diseño de una florería eco-amigable del distrito de los olivos, para dicho estudio se utilizó un enfoque cuantitativo de tipo aplicado con diseño descriptivo y un nivel de tipo correlacional. Como población se consideró todas las florerías del distrito de los olivos, teniendo como muestra a la Florería Amalia E.I.R.L En donde se aplicó como técnica la investigación utilizando de herramienta una hoja de cotejo, el cual nos ayudó a analizar, determinar y estructurar lo investigado, que la influencia de la sostenibilidad en la florería, tanto en el diseño de productos, implementación de procesos y planificación estratégica, tuvo un beneficio en la creación de valor, incrementando la eficiencia de las mermas, reduciendo la generación de residuos y generando una marca con reconocimiento en el mercado, para generar tendencias en los consumidores a favor de reducir el impacto ambiental, otro factor es comprobar la factibilidad de crear un negocio sostenible, eco amigable, que sea sustentable económicamente sin perder la calidad y ventajas competitivas del producto.

Palabras Clave: Florería, Sostenibilidad, medio ambiente, residuos, eco-amigable

ABSTRACT

In the present investigation, the objective was to determine the influence of sustainable development applied in the design of an eco-friendly flower shop in the district of Los Olivos, for this study a quantitative approach of an applied type with descriptive design and a correlational type level was used. . As a population, all the flower shops in the Los Olivos district were considered, taking as a sample the Florería Amalia E.I.R.L. Where research was applied as a technique using a checklist as a tool, which helped us analyze, determine and structure what was investigated, that the influence of sustainability in the flower shop, both in the design of products, implementation of processes and strategic planning, had a benefit in the creation of value, increasing the efficiency of losses, reducing the generation of waste and generating a brand with recognition in the market, to generate trends in consumers in favor of reducing the environmental impact, another factor is to check the feasibility of creating a sustainable, eco-friendly business that is economically sustainable without losing the quality and competitive advantages of the product.

Key words: Business design, Sustainability, environment, waste, eco-friendly

INTRODUCCION

Cuando hablamos de sostenibilidad empresarial, ya no nos referimos a la sustentación de una empresa entre sus responsabilidades de operación y retribución económica, sino nos referimos al equilibrio social, económico y medioambiental, de manera que se garantice la generación de valor en la organización, pero manteniendo el equilibrio entre las tres responsabilidades.

Este concepto ha ido ganando protagonismo en los últimos años. Actualmente es considerado en el mundo empresarial como una tendencia de gran impacto, aunque, ser una organización sostenible implica mucho más que preferencias o tendencias, es crear una cultura de responsabilidad en la manera que utilizamos y explotamos los recursos que posee la sociedad, fomentado no sólo por las organizaciones sino también por los integrantes de las mismas, quienes a su vez pueden ser agentes de cambio que contribuyan a una transformación positiva para la sociedad.

Es por esto que a través de este trabajo de investigación buscamos recopilar los beneficios de diseñar un negocio sostenible y eco-amigable. Para poder sustentar de manera veraz que implementar la sostenibilidad en una organización tiene mayores beneficios de los costos que plantea realizar el cambio.

En el Capítulo uno se encontrará la información del proyecto como el título, el área de desarrollo, la actividad económica donde se aplica y su localización. En el capítulo dos se encontrará la justificación, el marco referencial compuesto por el marco teórico y los antecedentes. En el capítulo tres y cuatro se encontrará la hipótesis, las variables, la metodología de investigación, la población y su muestra. En el capítulo cinco se podrá apreciar los resultados de la hoja de cotejo y el análisis que se obtuvo de ello. En el capítulo siete se encontrará la descripción del negocio, el alcance, descripción situacional y de actividades, la propuesta de mejora, el análisis tanto interno y externo de sus resultados.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto

Influencia del desarrollo sostenible aplicado al diseño de florerías eco amigables en el distrito de los olivos año 2021.

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

El proyecto se desarrollará en el área de Marketing e Innovación, siguiendo una línea de investigación en el análisis de modelo de negocios sostenibles, ya que en la actualidad el desarrollo de negocios sostenibles a nivel empresarial necesita de conocimiento previo con la finalidad de optimizar el proceso de implementación. De este modo, las instituciones educativas tienen que desarrollar de manera urgente investigación aplicada en base al modelo de negocios sostenibles de tal manera que permita obtener resultados que sirvan para tomar decisiones gerenciales y de gestión.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada

La investigación se aplicará en la actividad económica empresarial dirigida a los negocios eco amigables con el objetivo de mantener el sustento del negocio promoviendo la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental.

Nuestra investigación está alineada a los objetivos que el Perú se ha comprometido a cumplir en la agenda 2030, actualmente nos encontramos muy distante de estos objetivos, ocupando Lima el puesto 83 de un total de 100 ciudades en el último ránking global de Ciudades Sostenibles de la consultora Arcadis, que justamente es uno de los Objetivos de desarrollo sostenible (ODS) que el Perú está en compromiso de cumplir en relación a la agenda 2030. Para la promoción de inversión en esta agenda el Foro Económico Mundial realizó una exhaustiva investigación que ha identificado oportunidades de negocios relacionadas a la

sostenibilidad valorizadas en US\$12 billones en todo el mundo. Además, la ONU, Perú 2021, KPMG y El Comercio lanzaron la iniciativa Perú por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (PODS). Esta incluye un reconocimiento a los esfuerzos que contribuyan al cumplimiento de la agenda y la creación de plataformas digitales con información de esta agenda. Estos incentivos buscan motivar a que se realicen cambios en las empresas para incrementar su compromiso en la responsabilidad de su huella ambiental y así poder inspirar un cambio significativo en la sociedad.

A su vez también está orientado al lado social - ambiental que busca promover la concientización de los habitantes del distrito de Los Olivos a comprar productos sostenibles con el medio ambiente. "Hoy en día, naciones, empresas e instituciones de todo el mundo buscan la fórmula para el crecimiento. Una gran parte de la solución está en la innovación sustentable" (Kent, 2013, P.1)

1.4 Localización o alcance de la solución

Esta investigación se desarrollará en el distrito de los Olivos donde investigaremos la influencia del desarrollo sostenible aplicado al diseño de florerías eco amigables.

El alcance de la florería eco amigable, se determina mediante los productos como el packaging que se utiliza, lo que se quiere conseguir mediante esta propuesta es que el distrito de los Olivos, prioricen como una comunidad que ayuda al medio ambiente y a la vez sea un emprendimiento de medida rentable que lleguen a sus metas prioritarias mensuales o diariamente. El medio por el cual se difundirá este negocio es a través de sus redes sociales y website para llegar a varias personas del mismo distrito, como de sus alrededores llegando así a ser un ejemplo modelo de negocio sostenible y ayudando a la concientización medioambiental para la realidad de hoy en día.

Del mismo modo, las ventajas que se logran no es solo un ahorro económico sino la reutilización de los productos en cualquier ámbito que el consumidor desee, con el objetivo de que se cumpla un proceso eco-friendly.

II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN

2.1 Justificación

El presente trabajo busca mostrar que en la actualidad el cuidado del medio ambiente resulta de vital importancia, debido a que los recursos que nos brinda la naturaleza se han ido deteriorando por la mano del hombre, por ello existen organizaciones encargadas de proteger el medio ambiente poniendo especial cuidado en las especies que se encuentran en peligro de extinción.

A través del diseño de una florería eco amigable se buscará la reutilización de recursos ya que la base de nuestros arreglos serán con los materiales que reciclaremos de las empresas que se dedican a la realización de gigantografías, banners, entre otros. por lo que tenemos una justificación social.

Se cuenta también con una justificación económica ya que a través de esta investigación se generará ingresos por medio de las ventas y publicidad online, para eso se cuenta con fanpage y redes sociales. Todo esto se lleva a cabo en un negocio sostenible por lo cual se tendrá una justificación práctica.

2.2 Marco Referencial

2.2.1 Antecedentes

Brack, A. (2011). En su colección titulada “Eco comercios y Eco-transacciones en el Perú”. Y que cuyo objetivo fue demostrar las nuevas oportunidades en dirigir el modelo económico del país hacia la sostenibilidad. En cuanto a la metodología utilizada se emplearon estudios del impacto de las principales actividades económicas de exportación del país. En cual se seleccionaron las industrias con mayor impacto ecológico compuestas por las principales empresas de extracción de recursos naturales. Los resultados demostraron que el gran porcentaje del PBI está compuesto en la exportación de materias primas, pero su eficiencia en término de exportaciones e incautaciones monetarias es muy baja (US \$300 per cápita). En relación con otros países, hemos generado bajas tasas de riqueza y empleo; en

comparación al gran desperdicio de recursos naturales sin procesar y asumiendo graves impactos ambientales en consecuencia.

Chavesta, R. (2017). En su investigación titulada “Gestión y Sostenibilidad de las Microempresas Artesanales de Monsefú, Provincia Chiclayo”. Cuyo objetivo fue proponer un modelo de gestión, basándose en la teoría de sistemas, con la finalidad de contribuir en mejorar la sostenibilidad de estas microempresas artesanales. Su metodología utilizada fue mediante entrevistas y encuestas, respaldadas por guías y cuestionarios. La población de estudio fue compuesta por microempresas artesanales del distrito de Monsefú, de la cual se tomó a una muestra de 85 microempresarias. Los resultados mostraron que las carencias de planes estratégicos y operativos, falta de herramientas, capacitación y documentación con las que puedan gestionar de manera correcta sus recursos económicos y materiales. Son la problemática que enfrentan estas microempresas y repercute directamente en su sostenibilidad.

Paucar N. - Aldair R. (2020). En su investigación “Estudio estratégico para la producción y comercialización de productos de bambú”. Cuyo objetivo fue mostrar la comercialización de productos eco-amigable hechos de bambú, sino también que es lo que se puede llegar hacer con la materia prima, para así obtener un segundo uso posteriormente, en cualquier ámbito. En cuanto a la metodología utilizaron el estudio de documentos, investigaciones y mediante el análisis de estrategias en desarrollo de marca y diseño de productos. Los resultados que mostraron fueron que se puede sustituir gran variedad de productos de plástico con materiales como el bambú, usar estos productos no solo disminuye nuestra huella ambiental, sino que también pueden generar nuevas oportunidades de negocios sostenibles.

Medina R. (2019) En su investigación “Educación ambiental como parte de la formación integral de estudiantes de primaria”. Cuyo objetivo fue centrar la influencia en la educación peruana desde los primeros años de su formación académica para una concientización como información valedera ante decisiones futuras al igual que, el desarrollo de conciencia ambiental en su comunidad. En cuanto a la metodología se utilizó la Investigación exhaustiva en portales de internet

y métodos locales sobre medio ambiente como blog o revistas actuales. Los resultados mostraron que la formación académica muestra una relación directa por lo que repercute de manera efectiva y positiva en la conciencia de los niños en sus primeros años, de tal manera que se pueda llegar a tener una sociedad con más sensibilidad hacía estos temas sino también con hechos que den resultados en un futuro.

Márquez, M. (2017). En su tesis “Sostenibilidad, comunicación y valor compartido: el discurso actual del desarrollo sostenible en la empresa española, Universidad Complutense de Madrid, España”. Cuyo objetivo fue analizar el concepto de desarrollo sostenible, conocer la implementación de la sostenibilidad e identificar las claves para construir el nuevo discurso de la sostenibilidad empresarial. En cuanto a la metodología utilizaron cuestionarios, análisis de datos documentales, entrevistas a profundidad y análisis específico de los objetos principales de investigación. Se seleccionó una población compuesta por analistas económicos, representantes empresariales y representantes de la sociedad civil, de la cual se muestreo a 35 representantes. Los resultados mostraron que las principales empresas españolas sí han demostrado incorporar la sostenibilidad de manera activa en sus organizaciones, pero la sostenibilidad no se está utilizando como elemento propulsor en la creación de valor.

2.2.2 Marco Teórico

Desarrollo sostenible

Muchos de los retos a los que se enfrenta la humanidad, como el cambio climático, la escasez de agua, las desigualdades o el hambre, solo se pueden resolver desde una perspectiva global y esta es promoviendo el desarrollo sostenible: una apuesta por el progreso social, el equilibrio medioambiental y el crecimiento económico. El concepto de desarrollo sostenible formulado por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente, actualmente adoptado ampliamente, y establece que el desarrollo sostenible es aquel que “satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (CMMAD,1991). De esa manera, el crecimiento económico y la protección

ambiental quedan relacionados, y la calidad de vida presente y futura se fundamenta en satisfacer las necesidades humanas básicas sin destruir el medio ambiente del cual depende toda la vida y las generaciones del mañana.

Entre algunas de las definiciones sostenibilidad tenemos a Dixon (2003) quien explica que:

“La sostenibilidad sólo puede ser alcanzada mediante la acción coordinada de todos los grupos y agentes sociales que actúan en el escenario económico, político y social tanto a nivel global, regional como local; las empresas no pueden hacerlo por sí solas, no obstante, teniendo en cuenta que estas son una parte importante del problema, también deben serlo de la solución. Para lograr la sostenibilidad, el liderazgo en los negocios debe alcanzar un nuevo nivel. Un nivel visionario, proactivo, que trabaje intensamente en función del cambio en el sistema”. (P.1)

Podemos afirmar que para alcanzar que una empresa sea sostenible todos los grupos que lo conforman tiene que participar proactivamente ya que uniendo sinergias se alcanza un mejor resultado.

También hay que destacar la importancia de un enfoque empresarial muy relevante para el objetivo de la investigación, que encontramos en la teoría de la *Triple Cuenta de Resultados* planteada por John Elkington y recogida en su obra *Cannibals with Forks* (Elkington, 1997). El autor planteó por primera vez la idea de que para que una empresa sea sostenible tiene que garantizar un triple objetivo: ser económicamente viable, ser socialmente beneficiosa y ser ambientalmente responsable. Esta teoría supuso un cambio importante de paradigma al plantear que la dimensión financiera también debe tener en cuenta los impactos medioambientales y sociales.

Avance de los ODS en el Perú

En Perú, el seguimiento a la implementación de la Agenda 2030 se ha organizado en tres niveles complementarios. En primer lugar, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) ha desarrollado un “Sistema de Monitoreo y Seguimiento a los indicadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)” sobre la base del marco global de indicadores desarrollado por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas. En segundo lugar, el CEPLAN ha planteado indicadores ilustrativos asociados a la propuesta de imagen de futuro acorde con las cinco dimensiones de la Agenda 2030, a fin de facilitar la difusión de información para el diálogo acerca del futuro del Perú al 2030. En tercer lugar, destaca el seguimiento concertado llevado a cabo por el Estado y la sociedad civil de manera conjunta, a través de la Mesa de Concertación para la Lucha contra la Pobreza (MCLCP)

Desde el 2016, el INEI ha venido desarrollando, con el apoyo de la División de Estadística de las Naciones Unidas y del Sistema de Naciones Unidas (SNU) en el Perú, una plataforma interactiva en ambiente web denominada Sistema de Monitoreo y Seguimiento de los indicadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la cual contiene información de encuestas de hogares y censos nacionales ejecutados por el INEI. Esta plataforma permitirá dar seguimiento al cumplimiento del PEDN y de la Agenda 2030 en línea con el marco global de indicadores. (INEI,2016)

La plataforma permite visualizar los indicadores, subindicadores de cada meta de los ODS, así como las fichas metodológicas correspondientes. Para cada indicador seleccionado, muestra los datos históricos nacionales y subnacionales, de estar disponibles. Al mes de abril de 2017, de los 241 indicadores asociados a las 169 metas de los ODS, 110 indicadores estaban disponibles con línea de base, como se muestra en el siguiente cuadro. En términos relativos, se cuenta con más indicadores medidos con respecto a las personas (47 de los 77 definidos), y menos con respecto al planeta (12 de los 55 definidos).

Figura 1: Avance en la identificación de indicadores para los ODS

CUADRO 1: Avance en la identificación de indicadores para los ODS

Esfera crítica para el Desarrollo Sostenible	ODS		Sistema INEI	Por Construir
	Metas	Indicadores	Indicadores	
Personas (ODS 1 al 5)	47	77	47	30
Planeta (ODS 6, ODS 12 al 15)	46	55	12	43
Prosperidad (ODS 7 al 11)	45	61	33	28
Paz (ODS 16)	12	23	10	13
Alianzas (ODS 17)	19	25	8	17
Total	169	241 (*)	110	131

Nota (*): 11 indicadores se repiten en más de una meta
Fuente: INEI (2017a)

Fuente: INEI (2017)

Conceptos de Modelo de Negocios Sostenible

Los modelos de negocio son esenciales para el éxito de las organizaciones sean estas o no lucrativas o sean un proyecto o iniciativa emprendedora. Entre algunas de las definiciones del Modelo de Negocio dentro de este rubro, podríamos considerar lo expuesto por Mansfield & Fourie (2004) quienes explican que:

“El modelo define una serie de bloques y su interconexión, en consecuencia, el modelo de negocio describe las relaciones entre los recursos de la empresa entre sí (financieros, materiales y humanos) y con los recursos externos, buscando encontrar el modo óptimo de funcionamiento para lograr la creación de valor. El modelo de negocio evoluciona con el entorno cambiante y con las oportunidades que este le brinda (sociales, tecnológicas, infraestructura...” (p.2).

El autor indica que las relaciones que hay dentro de un modelo de negocio entre los recursos de la empresa y los recursos externos (proveedores, clientes, etc.) que se unen para lograr la creación de un valor agregado y que a su vez es cambiante en el tiempo.

Otra definición de modelo de negocio sostenible es la señalada por Timmers (1998), quienes señalan que:

“Un modelo de negocio representa la arquitectura de base para el producto, el servicio y el flujo de información, incluida una descripción de los distintos actores empresariales y sus funciones. Los modelos de negocios incluyen una explicación de los beneficios potenciales para los diferentes actores empresariales. Además, se identifican las fuentes de ingresos.” (p.3)

Según lo que indica el autor podemos deducir que un modelo de negocio sostenible representa las bases para el desarrollo de un producto o servicio. A su vez nos muestra las funciones y los beneficios de los actores empresariales que van a intervenir y cuáles son las fuentes de donde obtendremos ingresos. Podríamos decir que “Modelo de negocio sostenible es un método por el cual las organizaciones crean y utilizan sus recursos. El modelo de la organización consiste en componentes y sus vínculos y dinámicas entre ellos”. (Afuah & Tucci, p.1, 2001). Podemos afirmar que los componentes de una organización y vínculos están estrechamente relacionados entre sí para lograr una eficiente utilización de sus recursos.

“El objetivo general del modelo de negocio de una empresa focal consiste en satisfacer la necesidad percibida de crear valor para esa empresa y sus socios” (Amit y Zott, P.X, 2001). Según esto, podemos afirmar el modelo de negocio de una empresa focal se define como un sistema de actividades que es diseñado y habilitado por la propia empresa para la implicación de recursos humanos, físicos o de capital para servir a una finalidad específica

Como se puede comprobar las definiciones del concepto son diversas. Desde una definición simple del modelo como un uso de recursos hasta definiciones que hablan del modelo de negocio como una estructura. El elemento común de las definiciones es que el modelo de negocio explica la lógica de cómo una empresa hace negocios.

Ecodiseño

En estos tiempos, el diseño ecológico es considerado por muchas empresas como parte del desarrollo ambiental, por lo tanto, Sanz (2014) afirma que:

“Ecodiseño consiste en integrar los aspectos ambientales en la concepción y desarrollo de un producto, con el objetivo de mejorar su calidad y, a la vez, reducir los costes de fabricación, a través de metodologías basadas en el estudio de todas las etapas de su vida (ciclo de vida del producto) desde la obtención de materias primas y componentes hasta su eliminación y reciclado una vez desechado” (p.2)

Según lo indicado por el autor se puede deducir que el Ecodiseño permite reducir la degradación de los ecosistemas, el impacto directo en la salud humana y el agotamiento de los recursos naturales.

En este marco nace el ecodiseño de productos sostenibles que incorporan criterios medioambientales en todas sus fases: concepción, desarrollo, transporte y reciclaje. El ecodiseño es una parte clave de la economía circular, el diseño con materiales sostenibles permite que los bienes de la economía circular terminen su vida útil en condiciones de adoptar nuevas funciones, diferencia de la economía lineal que se basa en el principio de comprar, usar y tirar.

Figura 2: Beneficios del ecodiseño.



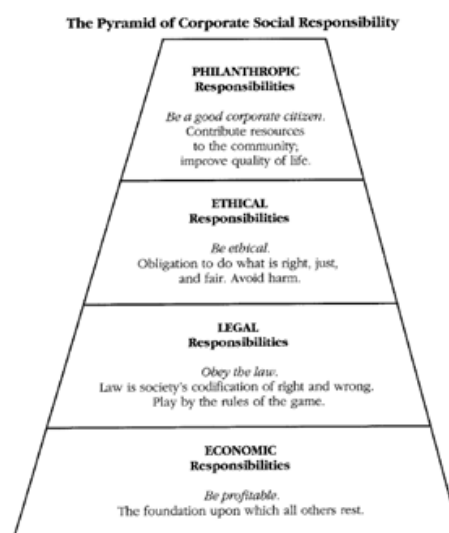
Fuente: Eco-funding (S.f)

Por lo tanto, se puede deducir que el ecodiseño es una herramienta de innovación que puede aportar ventajas y beneficios a la organización en diversos aspectos: reducción de costes (disminución del gasto energético y del consumo de materias primas), cumplimiento con la regulación ambiental vigente y la Introducción de elementos innovadores y diferenciadores en los productos/servicios al utilizar criterios ambientales que pueden enriquecer el proceso creativo de diseño.

Teoría de la pirámide de Carrol

Esta teoría fue propuesta por Archie B. Carroll quien planteó, que para que la organización sea socialmente responsable, debe enfocarse en cumplir con todas las responsabilidades comerciales que tiene, esto toma en cuenta el aspecto económico, legal, ético y filantrópico (Carroll, 1979). Toda organización posee una serie de responsabilidades inherentes a su desempeño, por ello con el fin que las organizaciones puedan identificar y determinar cuáles son esas responsabilidades, Carroll lo definió y clasificó en estas cuatro categorías:

Figura 3: The pyramid of corporate social responsibility



Fuente: Nguyen, M (2014)

Este modelo de cuatro categorías le sirve a la sociedad como aquellas responsabilidades en las que las empresas deben trabajar y asumir su rol; cada una de estas es importante porque son las expectativas de la sociedad. Cabe

resaltar, que la responsabilidad social empresarial es quien las engloba. (Carroll, 1979).

Evaluación del nivel de educación ambiental y su incidencia:

Según el autor Molina (2019) afirma que:

“La educación ambiental es un proceso de aprendizaje que se debe dar la comprensión de las realidades del medioambiente, como también se ha dado en el proceso histórico hasta la actualidad; teniendo como propósito que cada individuo tenga conciencia, interés y pertenencia con su entorno, que se sienta responsable de su uso cómo de su mantenimiento, para que sea capaz de tener buenas decisiones futuras” (p.24)

Lo que se intenta, es brindar una nueva información que aumente el interés sobre los conocimientos del medio ambiente, y así también a una reflexión que permita mejorar la calidad de vida entre ellos insumos que pueden tener un segundo uso, el propio ecosistema, ya que con la preservación del mismo junto con el entendimiento dan un valor agregado a un futuro más ecológico con generaciones que permitan resarcir lo que se llegó en un pasado.

Ciertos problemas ambientales surgen por cualidades biofísicas del entorno y las relaciones socioculturales desarrolladas; por tanto, estas dificultades se deberán profundizar el tipo de relación del hombre con su medio ambiente. (Molina,2019).

Política ambiental en el Perú

La política ambiental en el Perú, se basa del análisis de la situación ambiental del país, tomando en cuenta las políticas y lineamientos que sustentaron la elaboración de planes y estrategias nacionales en materias como diversidad biológica, bosques, cambio climático, residuos sólidos, saneamiento, sustancias químicas, entre otros. Asimismo, incluye los resultados del proceso de consulta pública descentralizado efectuado por el Ministerio del Ambiente.

La Política Nacional del Ambiente como herramienta del proceso estratégico de desarrollo del país, constituye la base para la conservación del ambiente, de modo

tal que se propicie y asegure el uso sostenible, responsable, racional y ético de los recursos naturales y del medio que lo sustenta, para contribuir al desarrollo integral, social, económico y cultural del ser humano, en permanente armonía con su entorno. (Molina, 2019).

El artículo N° 67 de la Constitución Política del Perú y en concordancia con la legislación y las políticas públicas ambientales indican que “El Estado determina la política nacional del ambiente. Promueve el uso sostenible de sus recursos naturales. El Estado está obligado a promover la conservación de la diversidad biológica y de las áreas naturales protegidas” (Constitución Política del Perú, 1993, p. 1). Este artículo, principalmente se basa en dar gestión a un desarrollo sostenible en el medio ambiente, donde se toma en cuenta los objetivos de la Organización de las Naciones Unidas como las declaraciones suscritas por el Estado Peruano en materia ambiental.

Por el cumplimiento Ley N° 29158 y Ley N° 28611 del poder ejecutivo: Se define obligatorio el cuidado de materia ambiental por el gobierno, donde abarca las políticas regionales, locales y sectoriales.

Biodiversidad y Economía en el Perú

El Perú es uno de los países con mayor diversidad del planeta Tierra, sus recursos vegetales, animales y minerales son un tesoro tanto para cuidar como para saber explotar.

Según afirma Brack (2010):

“La conservación de la biodiversidad es una cuestión de supervivencia para la humanidad, porque es un recurso imprescindible para la producción económica y el bienestar de las comunidades humanas tanto rurales como urbanas. La biodiversidad es riqueza actual y futura, y destruirla significa cerrar posibilidades de desarrollo, tanto a nivel nacional como global, porque es seguridad económica, seguridad alimentaria, seguridad de producción, y seguridad de negociación. El Perú es uno de los cinco países más destacados del planeta en lo referente a la diversidad biológica (países megadiversos), lo que implica una alta responsabilidad en conservarla, pero

al mismo tiempo ofrece extraordinarias oportunidades para el desarrollo sostenible del país en los aspectos económico, social y tecnológico. La biodiversidad es ya en la actualidad un rubro muy importante para la economía nacional, pero sus potencialidades están aún poco utilizadas y los beneficios pueden ser mucho mayores para superar la pobreza y generar empleo sostenido”. (p.13)

Según Barack los recursos que tiene el Perú deben ser valorados y conservados. Ya que, la conservación de la biodiversidad es una responsabilidad que tenemos como humanidad y explotarla de manera sostenible es la mejor forma de lograr beneficios sin perder su preservación.

Sostenibilidad Empresarial

La sostenibilidad empresarial es un concepto que tiene como propósito buscar un equilibrio entre el marco social, económico y ambiental de una organización. Para lograr este propósito, es fundamental que exista un balance entre el crecimiento económico de las organizaciones y el uso que le dan a sus recursos humanos, financieros, materiales y naturales que las conforman.

Como dicta Romero (2018):

“Una empresa logra la sostenibilidad cuando crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo. Este tipo de organizaciones, contribuye al aumento de bienestar y progreso de las generaciones presentes y futuras en el entorno en el que se desarrollan. Realizan acciones que benefician el estilo de vida de las comunidades que la rodean y al medio ambiente”. (p.7)

El autor explica que la sostenibilidad en la organización se logra cuando se crea valor en las variables económicas, ambientales y sociales a corto y largo plazo. Por esta razón, nos encontramos ante una transformación cultural, impulsada por los nuevos valores, que impacta en aspectos sociales, económicos y políticos para crear una conciencia colectiva que actúa pensando en su impacto en el futuro.

“Desde esta generación la concepción del nuevo propósito de las compañías es una reflexión que antecede a la estrategia y a la declaración para marcar la diferencia competitiva acorde a este nuevo mundo con conciencia ambiental”.
(Dado, p.2, 2020):

Teoría de los Stakeholder

Los stakeholder son: “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la empresa” (Freeman,1994). Esta fue la primera teoría de los stakeholder, pero carecía de contexto y criterios para identificar los individuos. Antes de esta teoría, la decisión más importante era aquella que venía de los altos mandos, por tal razón era la más importante, pero gracias a Freeman esa creencia cambio al plantear que las organizaciones deben tener en cuenta la opinión de todos los individuos con los que se relacione la organización, tanto internos como externos, porque no solo los accionistas o inversores pueden afectar la supervivencia de una organización, sino que todos los grupos de interés pueden hacerlo.

Antes de Freeman hubo muchos autores que propusieron aproximaciones al concepto de stakeholders, sin embargo, él fue el único que estableció una relación directa entre stakeholders y planeación estratégica, enfatizando que toda organización debe considerar a los grupos de interés como una parte esencial para el cumplimiento de su misión y propósito (Rivera y Malaver, 2011).

Clarkson en 1995 fue el primero que propone clasificar a los stakeholders en 2 clases primarios y secundarios. Los primarios están tan vinculados con el funcionamiento de la organización, ya que, sin ellos la empresa no puede continuar con sus operaciones ni desarrollarse en el mercado, como los dueños, inversionistas, accionistas, proveedores, colaboradores y clientes. Los secundarios son todos aquellos que no están involucrados con las actividades de la organización, pero sí ejercen cierta influencia sobre ésta, como la competencia, integrantes de la sociedad, la prensa, entre otros. (Clarkson,1995)

Para definir y clasificar a los stakeholders es preciso definir quiénes son, qué es lo que quieren, cuáles son sus intereses, qué es lo que está en juego; en qué

fundamentan sus pretensiones, cuál es la base de su poder y cómo es la relación que tienen con la empresa (Bajo y Fernández, 2012).

Concientización de la vida eco amigable

Se basa en el cuidado del medio ambiente como brindar información hacia las personas de las causas negativas o positivas que pueden afectar al sistema. También cómo tema se desarrolla en el consumo habitual de instrumentos eco amigables, mediante, la educación y el objetivo es desarrollar actos en nuestra manera de compra o decisión que sirven de base informativa o cómo influencia para otras personas. Además, se muestra la estrategia dependiendo de las generaciones que pasaron y sus formas de cuidado al medio ambiente/ concientización ya que cada uno de ellos tuvo impacto distinto medioambiental.

Se desarrollará los pensamientos finales de la generación X y millennials en la metodología de como concientizarlos frente a los empaques eco amigables, publicidad y marketing 3.0 ya que sus pensamientos son más arraigados que otros. (Castillo,2020).

Tabla 1: Concientización de la vida eco amigable entre generación X y Millennials

Generación X	Generación Millennials
<ul style="list-style-type: none">• No son relevantes estos temas en esta generación debido a otras prioridades.• Sus preocupaciones son su medio de trabajo, sus actos a largo de su vida como resultados.• Preocupaciones por no desarrollar, estudiar o trabajar más de lo que hubieran deseado.• Se podría decir que son personas más limitadas en temas medio ambientales.	<ul style="list-style-type: none">• La mayoría de esta generación tiene mucha consideración con el medio ambiente.• Priorizan sus compras, ventas de productos como servicios sean eco friendly.• Hacen inversiones relacionadas con negocios verdes.• Se preocupan por los cambios medio ambientales que pasan en su entorno como en mundo, por medio de redes sociales

Fuente: Elaboración Propia.

III. HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis

3.1.1 Hipótesis General

El desarrollo sostenible influye de manera positiva en el diseño de una florería eco amigable.

3.1.2 Hipótesis Específicas

HE1: Los productos sostenibles influyen de manera positiva en el diseño de una florería eco amigable.

HE2: La preservación del medio ambiente influye en el diseño de una florería eco amigable.

HE 3: El diseño de una florería ayuda a promover el desarrollo sostenible en los habitantes del distrito de los olivos.

3.2 Variables y definición operacional

Variable 1: DESARROLLO SOSTENIBLE

➤ Definición:

El desarrollo sostenible en una empresa se puede definir como el equilibrio entre rentabilidad, medio ambiente y las personas, a fin de frenar los grandes cambios climáticos que sufre nuestro planeta por la constante contaminación y sobreexplotación de los recursos.

➤ Dimensiones

D1: Objetivos de Desarrollo sostenible

D2: Política ambiental

D3: Sostenibilidad empresarial

Variable 2: DISEÑO ECO AMIGABLE

➤ Definición:

El diseño eco amigable es una herramienta de innovación que puede aportar ventajas y beneficios a la organización en diversos aspectos: reducción de costes (disminución del gasto energético y del consumo de materias primas), cumplimiento con la regulación ambiental vigente

➤ Dimensiones:

D1: Ecodiseño

D2: Negocios sostenibles

D3: Productos sostenibles

3.3 Metodología de la investigación

3.3.1 Diseño metodológico

Tipo

La investigación es de tipo aplicada porque expondrá soluciones y alternativas para el diseño y funcionamiento sostenible de una florería eco amigable para contrarrestar la problemática de la restitución sostenible de este sector.

Enfoque

El enfoque es de tipo básica, debido a que se trata de una investigación de una sola variable a analizar y planteará una propuesta de mejora aplicando herramientas del marketing y la administración.

Diseño

El diseño es de tipo descriptivo porque veremos cómo el diseño de una florería eco amigable influye en el desarrollo sostenible. Se busca analizar los datos a fin de

brindar alternativas de solución al problema dentro de los parámetros medio ambientales que hay en la actualidad

Nivel

El nivel utilizado es de tipo correlacional, ya que se han comparado ambas variables vistas desde el comienzo de esta investigación.

3.4 Población y muestra

Población:

En esta investigación la población (todas las florerías del distrito de los olivos) seleccionada es el diseño de una florería eco amigable en el distrito de los Olivos.

Muestra:

La muestra sería la florería Amalia que se encuentra en el distrito de los Olivos lo cual nos servirá como ejemplo para analizar si el diseño de una florería eco amigable influye de manera positiva en el desarrollo sostenible y el cuidado del medio ambiente.

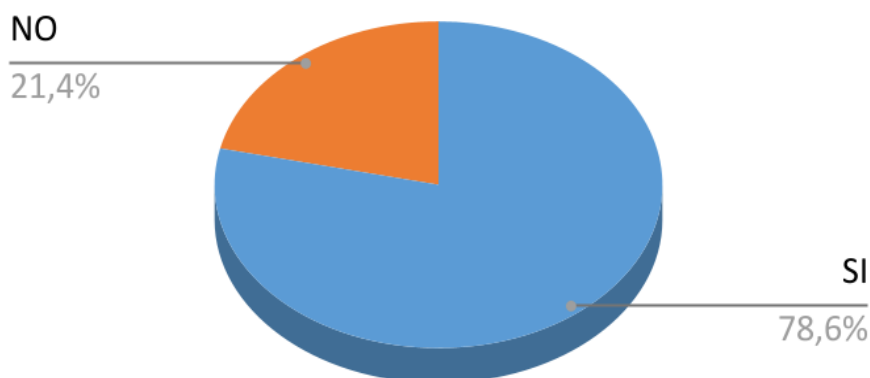
IV. RESULTADOS OBTENIDOS

De acuerdo a la hoja de cotejo aplicada en la investigación a la empresa Florería Amalia, se obtuvieron los siguientes resultados.

La empresa si cumple en un 78,6% en la búsqueda de sostenibilidad, esto quiere decir que, si es consciente del impacto que está teniendo con el medio ambiente y su rentabilidad, es así que dentro de sus planes a mediano plazo es terminar de estandarizar e implementar estrategias y procesos para lograr ser una empresa sostenible.

Figura 4: Conformidad con el modelo de negocio.

CONFORMIDAD CON EL MODELO DE NEGOCIO

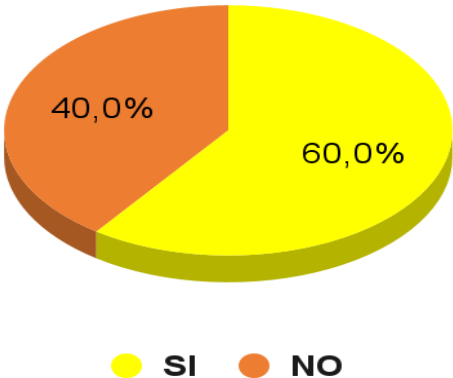


Fuente: Elaboración propia

La florería cumple en un 60% con los objetivos de desarrollo sostenible, ya que utiliza materias primas recicladas y es socialmente sostenible con el medio ambiente. A su vez está trabajando para implementar procedimientos adecuados para la eliminación de desechos.

Figura 5: Cumplimiento con los objetivos sostenibles.

CUMPLIMIENTO CON LOS OBJETIVOS SOSTENIBLES



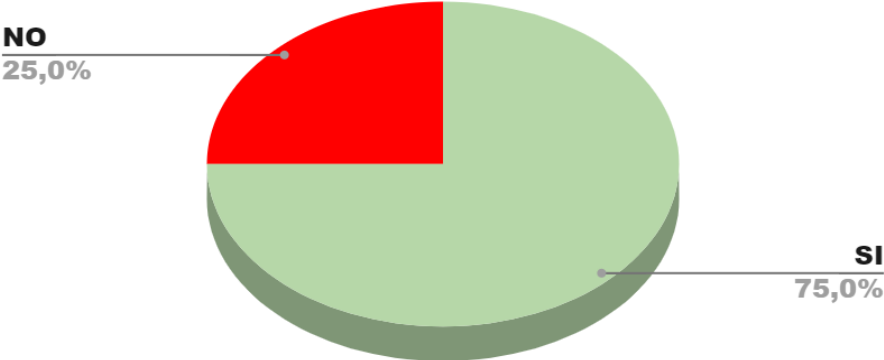
Fuente:

Elaboración propia.

La florería guarda un 75% de relación con respecto a implementar una política ambiental, para eso viene promoviendo programas ambientales dentro de la comunidad y la empresa y los trabajadores están comprometidos con el cuidado del medio ambiente

Figura 6: Cumplimiento con política ambiental.

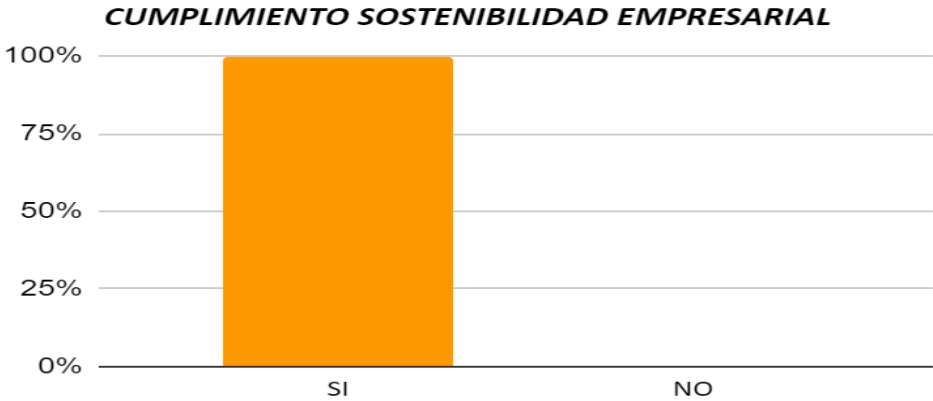
CUMPLIMIENTO CON POLITICA AMBIENTAL



Fuente: Elaboración propia.

La florería cumple en su totalidad con respecto a la sostenibilidad empresarial promueve el uso de materias primas que no tengan impacto en el medioambiente, cumple con el pago de sus proveedores, a su vez tiene compromisos sociales y empresariales

Figura 7: Cumplimiento sostenibilidad empresarial.

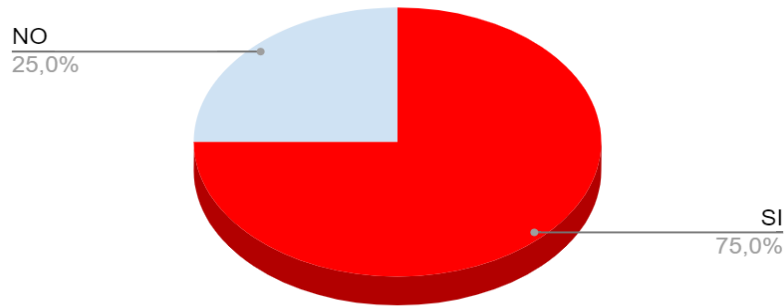


Fuente: Elaboración propia.

La florería cumple en un 75% en referencia a la dimensión de Ecodiseño mediante la utilización de productos renovables, innovación de materiales y promoviendo el impacto positivo que tiene su utilización con el medio ambiente. Además, cuenta con arreglos florales ecológicos que son hechos a base de material reciclado desarrollando la eco-innovación.

Figura 8: Cumplimiento de Ecodiseño

CUMPLIMIENTO DEL ECODISEÑO

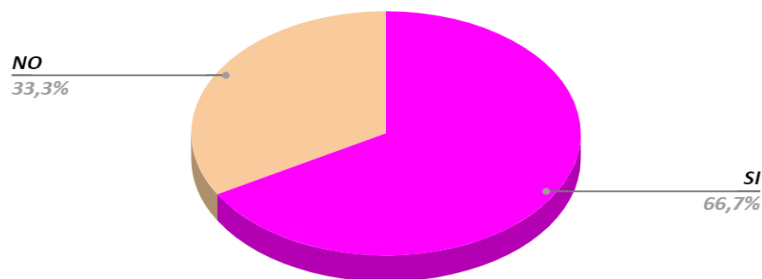


Fuente: Elaboración propia

La florería cumple en un 66.70% con el cumplimiento de Negocio Sostenible, ya que viene implementando diversos planes estratégicos como reconocimiento de marca, publicidad online, también ha formado alianzas con sus principales proveedores y la utilización de materias primas reciclables nos permiten lograr ese porcentaje.

Figura 9: Cumplimiento de Negocio Sostenible

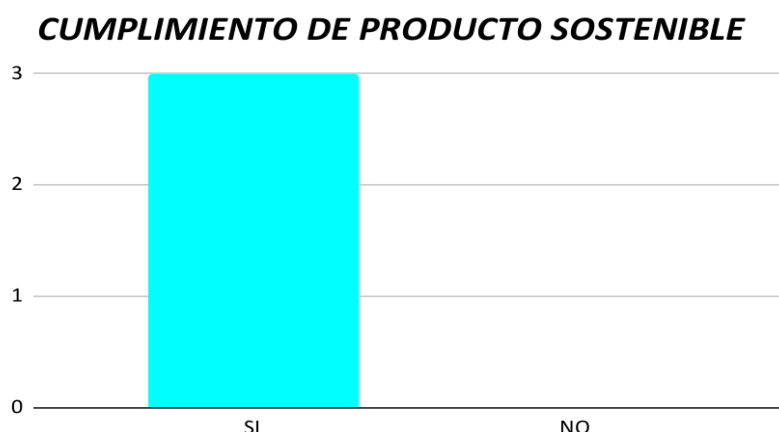
CUMPLIMIENTO DE NEGOCIO SOSTENIBLE



Fuente: Elaboración propia

La florería cumple al 100% con el cumplimiento del producto sostenible, todo mediante la identificación de materiales reutilizables dentro de sus procesos, ha identificado los residuos que deja la elaboración de los arreglos florales y utiliza productos ecológicos para la elaboración de arreglos florales.

Figura 10: Cumplimiento de Producto sostenible



Fuente: Elaboración propia

V. ESTIMACIÓN DE COSTOS

5.1 Estimación de los costos necesarios para la implementación

En la siguiente tabla de acuerdo a lo requerido en esta investigación se ha tomado como conveniente dividirlo en 2 partidas, la primera de Bienes que está conformado por material tangible brindado por el investigador y en la segunda partida de servicios conformado por los intangibles y que tienen un costo.

Tabla 2: Presupuesto de la investigación.

PARTIDAS Y SUB PARTIDAS	IMPORTE (S/.)
A. BIENES	
Mesa de trabajo	Propiedad del investigador
Computadora	
Impresora	
B. SERVICIOS	
Movilidad	10.00
Luz	40.00
Internet	55.00
Útiles (hojas bond, lapiceros)	25.00
TOTAL	130.00

Fuente: Elaboración propia

VI. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

6.1 Alcance esperado

Esta propuesta de innovación se espera aplicar el diseño de una florería eco amigable, hay que tener en claro que no se necesita una gran inversión para tener un manejo sostenible de la misma, solo un buen plan estratégico, objetivos claros, un desarrollo óptimo y una evaluación permanente, cabe resaltar que esta propuesta está dirigida a las florerías, sin embargo somos conscientes de que todo el mundo tiene que poner en práctica la sostenibilidad a fin de contribuir con el cuidado del medio ambiente, es así que esta propuesta puede ser modificada de acuerdo a la necesidad del emprendedor o de una organización.

6.2 Descripción del mercado objetivo potencial del servicio o forma de comercialización innovadora

Los productos están direccionados para hombres y mujeres desde los 18 años hasta los 60 años de nivel socioeconómico A, B y C que les guste regalar detalles o sorprender a su pareja, familiares o amigos en algún momento especial.

En donde una de sus prioridades de decisión de compra sea una marca sostenible y amigable con el medio ambiente, en los últimos años el 61% de los millennials están dispuestos a pagar más por un producto sostenible mientras que la

generación Z y X un 58% y 55% respectivamente, en cuanto a los baby comer un 46% podrían elevar su presupuesto a productos sostenibles, este consumidor compra lo que necesita pero mira las etiquetas de los productos y se informa de su origen, siendo conscientes de que sus hábitos puede generar impacto con el medioambiente (InfoMercado, 2020)

6.3 Descripción de la propuesta de innovación

6.3.1 Diagnostico situacional

➤ Antecedentes de la empresa

En el año 2019 nace la curiosidad de 3 estudiantes por la creación de un negocio dedicado a la comercialización de arreglos florales a raíz de las constantes compras de detalles para sus vínculos más cercanos, la alta demanda que tienen estos en el mercado actual y la ilusión de poder tener un negocio propio con el cual sustentarse y en un futuro llegar a tener una empresa más fortalecida

➤ Información básica de la empresa

“Florería Amalia” E.I.R.L. es un emprendimiento en crecimiento dedicado a la elaboración de arreglos florales formada desde mayo del 2019, comenzando su producción y comercialización desde Julio del 2019 y legalmente constituida desde Enero 2020.

Al ser una empresa en crecimiento cuentan solo con 3 personas a cargo para sus procesos, debido a que su capacidad producción es de solo 5 arreglos florales al día.

Figura 11: Logo de la florería



Fuente: Facebook

Florería Amalia.

6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora

6.4.1 Planteamiento de la matriz (FODA)

A continuación, se mostrará el análisis FODA elaborado para la empresa, analizando los factores a largo plazo de manera que apoya a la organización en el cumplimiento de sus objetivos.

Tabla 3: Matriz Foda.

<u>FACTORES INTERNOS</u>	<u>FACTORES EXTERNOS</u>
---------------------------------	---------------------------------

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Participación proactiva de los ciudadanos del distrito de los olivos. ● Diversidad de arreglos florales ● Compromiso del Perú a cumplir con la agenda del 2030 y los objetivos del desarrollo sostenible. ● Diseño de florería eco amigable con el medio ambiente. ● Cooperación e inversión de las empresas en el desarrollo sostenible. ● Variedad de puntos de reciclaje para sacar el material de los adornos 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Promover la comercialización de arreglos florales a base de materiales reciclados. ● Lograr que los ciudadanos del distrito de los olivos se concienticen sobre el uso de productos sostenibles ● Revitalización de alianzas para lograr los objetivos. ● La poca existencia de negocios eco amigables con el medio ambiente
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● El poco conocimiento del público de productos sostenibles esto a falta del poco esfuerzo comunicativo. ● Insuficiencia en la educación en estos temas. ● Que los clientes opten por los arreglos florales comunes 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Desigualdad social, pobreza en el país, informalidad. ● Incumplimiento por parte de los proveedores Cambios en la política gubernamental y corrupción. ● Problemas climáticos que afecten la producción de rosas ● Incertidumbre constante. ● Surgimiento de un competidor directo

Fuente: Elaboración propia.

6.5 Desarrollo del proyecto de innovación

6.5.1 Análisis pestel

➤ Político:

Para el desarrollo de libre mercado en las empresas, el estado cuenta con diferentes normas y políticas para su regulación, al tomar en cuenta estos indicadores se podrá ver el desarrollo y la estabilidad de la empresa en los próximos años.

Actualmente en el Perú se está viviendo una inestabilidad política debido a las últimas elecciones realizadas y a la presencia de corrupción en los últimos años donde se han visto involucrados funcionarios del poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial en donde el Perú de acuerdo a un estudio realizado por la Organización para la Transparencia obtiene una puntuación de 38 siendo 0 el mayor índice de corrupción y 100 quienes no presentan, ubicándose así en el puesto 94 en el ranking de percepción. El puesto más alto de percepción de corrupción en los últimos 8 años.

Figura 12: Índice de percepción de la corrupción 2020



Fuente: Organización para la transparencia (2020)

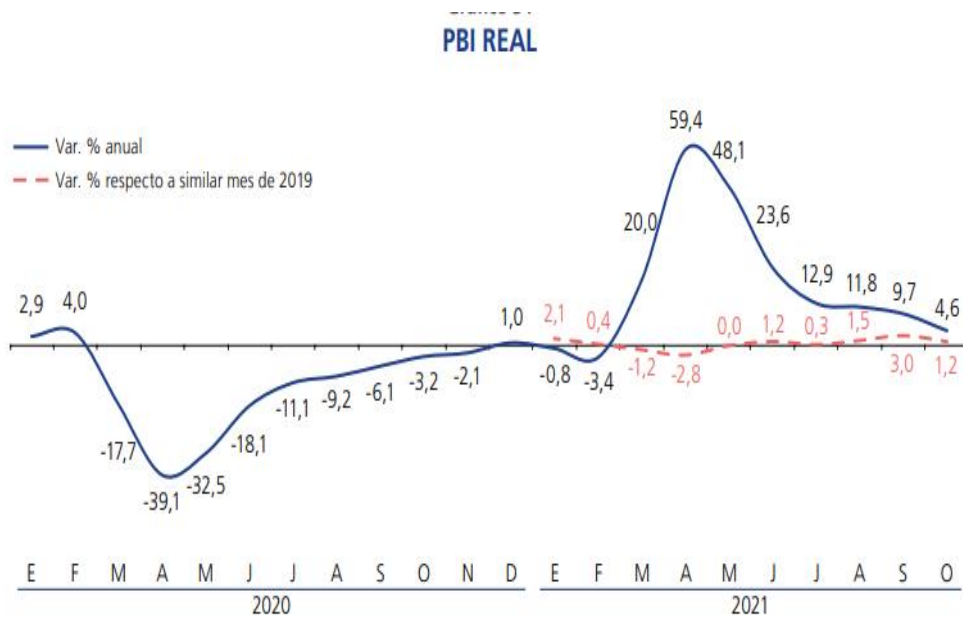
➤ **Económico:**

Es uno de los aspectos importantes el cual la empresa debe tener en cuenta, debido a que se verá si futuras inversiones pueden ser factibles o no.

A pesar de la incertidumbre política y su impacto negativo sobre las expectativas acerca del futuro de la economía, la evolución del PBI muestra un incremento continuo desde junio de 2021, respecto a los niveles de 2019. Los sectores con mayor dinamismo fueron construcción, manufactura no primaria, comercio y algunas ramas del sector servicios, entre las que destacan telecomunicaciones y

financiero y seguros. Sin embargo, aún existen sectores rezagados en su recuperación, especialmente aquellos con mayor grado de interacción física como los servicios relacionados a transporte, y alojamiento y restaurantes. Asimismo, la producción primaria de septiembre estuvo limitada por los resultados de pesca (cumplimiento de cuotas de captura) e hidrocarburos (paralización de algunos lotes).

Figura 13: PBI REAL 2021



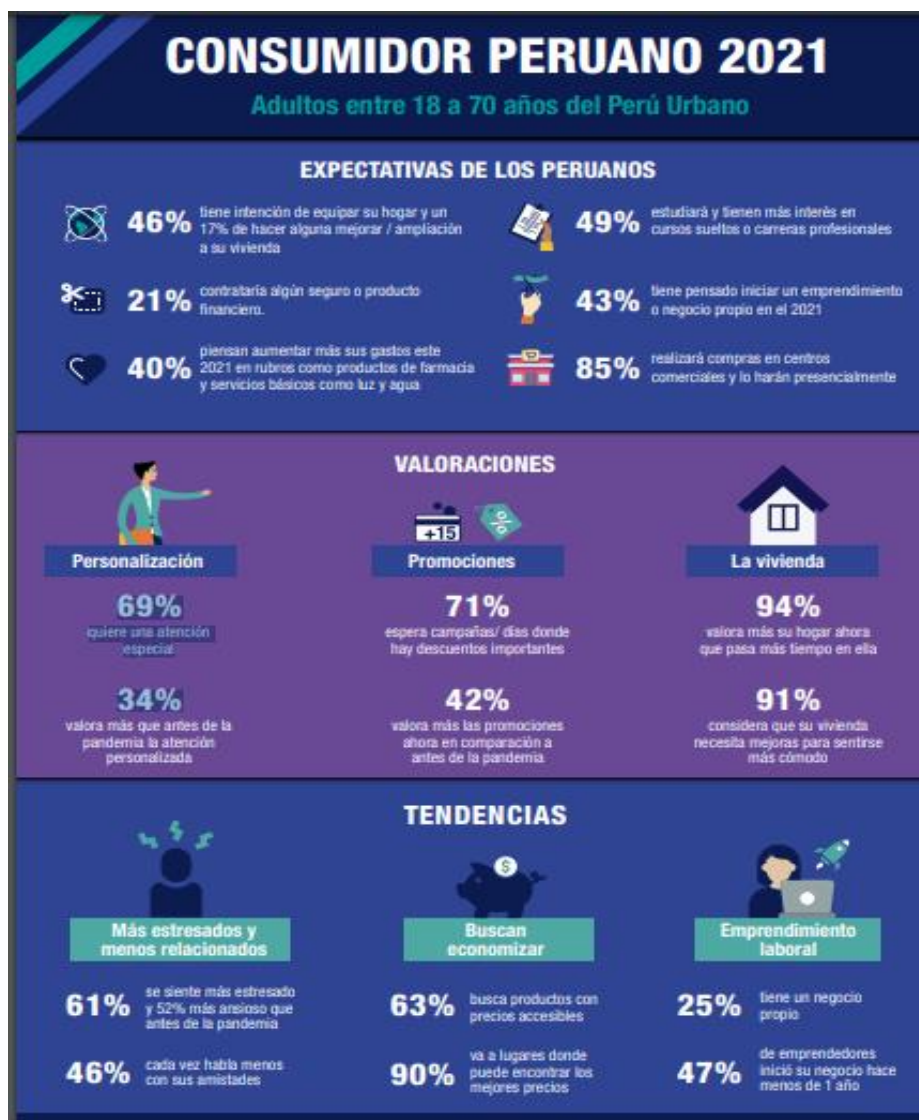
Fuente: Banco central de reserva del Perú (2021)

➤ **Socio cultural:**

Para que la empresa tenga éxito en el mercado depende mucho de su público objetivo, para ello se debe saber qué porcentaje de la población podrá adquirir el producto teniendo en cuenta su posición económica, estilo de vida y costumbres

De acuerdo a las estadísticas brindadas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INEI), la llegada del Covid-19 ha traído cambios en las expectativas, valoraciones y tendencias de los peruanos adultos para el 2021.

Figura 14: Consumidor peruano 2021

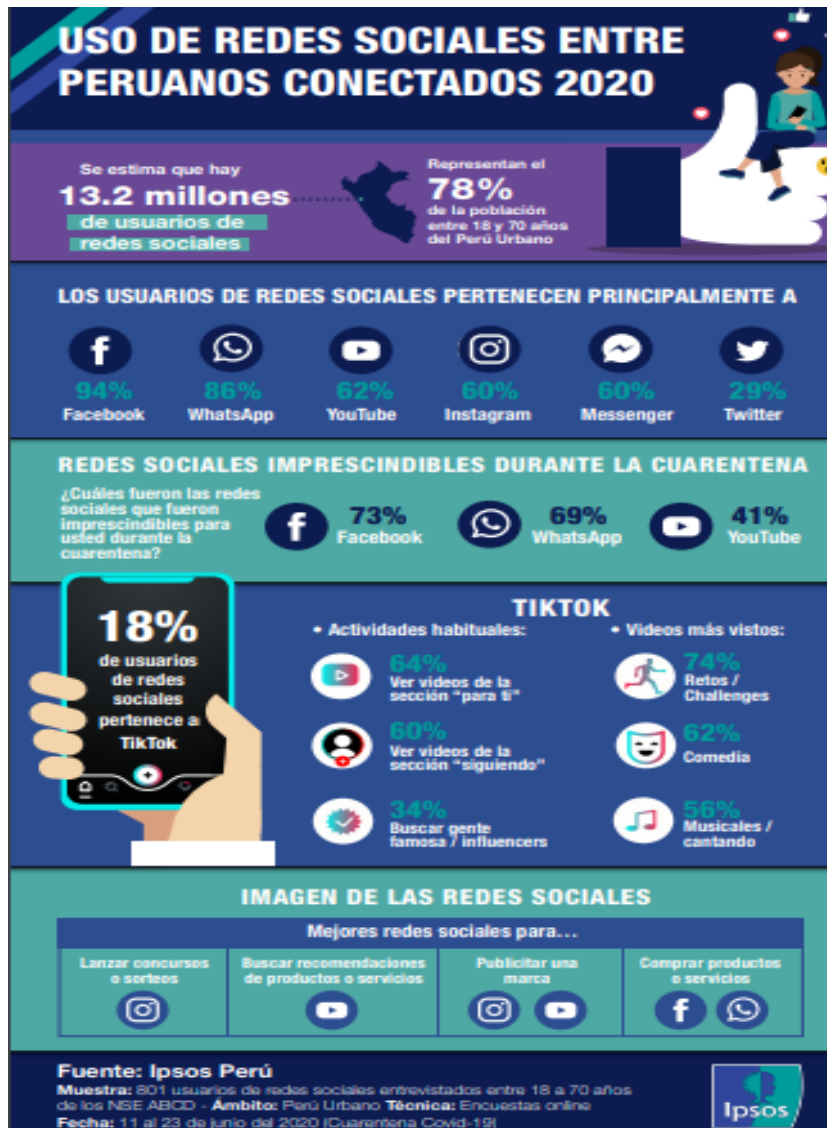


Fuente: Ipsos Perú (2021)

➤ **Tecnológico**

Por último el uso de internet y las redes sociales están marcando una nueva forma de llegar a los consumidores finales, de acuerdo a IPSOS se estima que en el Perú el 81% de peruanos tienen un Smartphone, de ellos el 95% utilizan WhatsApp y donde el 30% realiza compras a través de este aplicativo, por otro lado un 78% de 50 la población está conectado a redes sociales, las cuales se han vuelto indispensables para las empresas realizar publicidades por ese medio y así llegar a su público objetivo.

Figura 15: Uso de redes sociales



Fuente: Ipsos Perú (2020)

➤ **Ambiental**

Es importante considerar la Agenda 2030 donde cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible los cuales sirven para el cumplimiento de las metas donde no solo está comprometido el medio ambiente, sino una sociedad sin pobreza y asegurar una convivencia próspera en todo el mundo, los objetivos los podemos apreciar en la figura 16.

Debemos tomar en cuenta que el Perú cuenta con organismos de control bajo el mando del Ministerio de ambiente como son: SINIA (Sistema Nacional de Información Ambiental, OEFA (Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental), SERNANP (Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado) y SENACE (Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles).

Figura 16: Objetivos del Desarrollo Sostenible



Fuente: ONU (S.f)

➤ **Legislativo:**

En este último punto se considerará las leyes que la empresa debe cumplir:

- Decreto Supremo N° 008-2020-SA: en donde se declara emergencia sanitaria a nivel nacional, en donde se dicta medidas de prevención y control por COVID-19.
- Ley del registro único de contribuyentes (RUC)

- Regímenes Tributarios
- Ley N° 28245: Ley Marco del sistema nacional de Gestión Ambiental
- Decreto supremo N°008-2005-PCM: Reglamento de la Ley Marco del sistema nacional de Gestión Ambiental
- Decreto Legislativo N° 1013: ley de creación, organización y funciones del Ministerio del Ambiente

6.5.2 Análisis 5 fuerzas de Porter

➤ Poder de los clientes

El poder de negociación, se puede decir que es medio bajo porque los consumidores no tienen otros comercios con estas características en esta zona. Además, con productos reutilizables ayudan a reducir el costo de los arreglos para beneficio de los clientes.

➤ Amenaza de nuevos competidores

En este sector la amenaza de nuevos competidores es media baja, ya que, no hay muchos locales con las cualidades para este negocio, la inversión en el local es relativamente alta y la florería ya está posicionada en el distrito

➤ Poder de los proveedores

El poder que tiene la florería es medio alto, porque tenemos el control de determinar las condiciones en las negociaciones. Esto se logró gracias a un acuerdo con los proveedores a largo plazo de abastecimiento y además de poder suministrarles de los residuos de la florería abono ecológico para su producción.

➤ Amenazas de Productos Sustitutos

En este sector, la empresa no tiene grandes amenazas en el distrito por productos sustitutos, porque parte de estos productos serían arreglos artificiales o arreglos naturales, pero sin el valor agregado productos reciclados y sostenibles, que no

solo contribuyen a generar un producto competitivo en precio sino a fomentar una cultura sostenible.

➤ **Rivalidad Competitiva**

En la actualidad tiene una rivalidad media, ya que, hay una poca variedad de florerías en la zona y ninguna diferenciada en la sostenibilidad como nuestra florería Amalia. No obstante, además de la ventaja competitiva continúa aplicando diversas medidas para mantenerse innovando y mantener su ventaja en el mercado, siendo de la competencia las más destacadas de la zona, Elizabeth florería y Arnat Florería.

6.5.3 Identificación de los objetivos en las principales áreas

Comercialización o Ventas

- O.G: Incrementar las ventas en 15% para el año 2023.
- O.E: Aumento del nivel de satisfacción de los principales clientes en un 10% respecto al año pasado, sobre todo con aquellos que se hayan quejado de nuestras ineficiencias a nivel de organización productiva.
- O.E: Desarrollar para las 2023 tres alianzas estratégicas con comprobada acreditación por sector y mercado.
- O.E: Potenciar el marketing para dar a conocer nuestro producto, precio, plaza y promoción a través de los canales digitales y posicionarnos en la mente de nuestros consumidores.

Producción

- O.G: Aumentar la producción de arreglos florales en un 10% para el 2023.
- O.E: Contar con los materiales necesarios al momento de realizar el arreglo floral para eso tener un buen abastecimiento y un manejo de inventarios para ver que falta al momento de la producción

- O.E: Cumplir con peticiones de nuestros clientes en un 100% sobre todo para los clientes que piden sus arreglos florales personalizados
- O.E: Tener personal altamente calificado en la elaboración de arreglos florales y que cumplan con el perfil del trabajador según su área.

Distribución

- O.G: distribuir de manera eficiente los arreglos florales en el lugar y tiempo adecuado al menor costo total.
- O.E: recepcionar de manera organizada los pedidos, pidiendo dirección y hora exacta para la entrega de estos.
- O.E: Cumplir con la entrega de puntual de los pedidos, para esto las áreas deberán trabajar conjuntamente y con total coordinación
- O.E: Cumplir a tiempo con la hoja de ruta de entregas

6.5.4 Cultura Organizacional

La cultura organizacional de la empresa aún es débil, pero en crecimiento, al contar con pocos miembros en este caso solo los socios, solo tiene roles establecidos y valores que los impulsa a seguir trabajando.

A nivel de sostenibilidad y responsabilidad social están buscando la forma de implementarlo en su rutina diaria dentro de la empresa o en sus hogares, pero están dispuestos y abiertos a los cambios o modificaciones dentro de sus actividades y sus procesos.

Misión

“Brindar productos y servicios innovadores de calidad garantizada, durante las 24 horas del día, buscando siempre la satisfacción del cliente”.

Visión

Ser una empresa dedicada a la comunicación de mensajes a través de arreglos florales eco amigables, líder en calidad de servicio e innovación, con un personal competitivo y altamente capacitado, con productos y servicios que se adapten a las necesidades del mercado

Valores

- Trabajo en equipo: los socios están comprometidos a lograr sus objetivos para seguir creciendo como empresa.
- Innovación: Dispuestos a afrontar nuevos cambios de acuerdo a las tendencias del entorno, probando nuevos métodos en la elaboración de arreglos florales.
- Pasión: El compromiso y pasión por lo que hacen es una de los principales ingredientes para elaborar sus productos

6.5.5 Marketing Mix

Producto

La florería ofrece todo tipo de arreglos a base de productos biodegradables (gigantografías) personalizados. Siendo así amigables con el medio ambiente,

generando bajos costos en nuestra materia prima. Entre nuestros productos tenemos:

- Box de rosas.
- Desayuno cumpleaños y de aniversario.
- Combo cumpleaños
- Combo amor.
- Ramos de rosas

Figura 17: Principales productos



Fuente: Elaboración propia.

Precio

Hemos determinado precios acordes el mercado y que sean accesibles para nuestros clientes, estos precios incluyen lo que es delivery a domicilio o donde requieran nuestros clientes. En ciertas temporadas como febrero, mayo y diciembre los precios se suelen elevar por la alta demanda.

Tabla 4: Precios de productos

	COMBO CUNPLEAÑERO	COMBP ROMANCE	COMBO AMOR	DESAYUN OS	PELUCHES 1MTR
Enero	149.00	119.00	149.00	89.00	129.00
Febrero	179.00	159.00	179.00	119.00	149.00
Marzo	139.00	129.00	149.00	89.00	129.00
Abril	139.00	129.00	149.00	89.00	129.00
Mayo	169.00	149.00	179.00	129.00	139.00
Junio	139.00	119.00	149.00	89.00	129.00
Julio	139.00	119.00	149.00	89.00	129.00
Agosto	139.00	119.00	149.00	89.00	129.00
Septiembre	139.00	119.00	149.00	89.00	129.00
Octubre	139.00	119.00	149.00	89.00	129.00
Noviembre	139.00	119.00	149.00	89.00	129.00
Diciembre	159.00	139.00	159.00	99.00	139.00
PREC. PROMEDIO	147.33	128.17	154.83	95.67	132.33

Fuente: Elaboración propia.

Promoción

Promociones a través de las redes sociales, entre ellas:

- Si es cliente frecuente en su tercera compra un 20% de descuento
- Precios de locura esto promoción lo aplicamos cuando la demanda es baja, para así persuadir al cliente a comprar aprovechando estos precios.
- La promoción de nuestros productos a través de Facebook o WhatsApp. Para mantener informados a nuestros clientes sobre nuestros productos.

Figura 18: Facebook florería Amalia



Fuente. Elaboración propia

Figura 19: Promociones



Fuente. Elaboración propia

Plaza

El producto llegará a nuestros clientes al lugar que ellos lo deseen ya que contamos con delivery para así poder hacer llegar nuestros productos a la puerta de tu casa, oficina, trabajo o donde te encuentres. Es una gran ventaja ya que vamos a distribuir de manera eficiente los arreglos florales en el lugar y tiempo adecuado para esto pediremos a nuestros clientes la dirección y la hora exacta que desean que lleguen sus productos.

Así mismo también tendremos locales ubicados estratégicamente para aquellos clientes que quieran adquirir nuestros productos de forma directa.

La venta se realiza de dos formas como son las ventas directas (en nuestros locales) y la venta por redes sociales.

Figura 20: Clientes



Fuente. Elaboración propia

6.5.6 Análisis de procesos

7.5.6.1. Descripción de puestos

Administrador y gerente

- Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la sociedad
- Organizar el régimen interno de la sociedad, usar el sello de la misma, expedir la correspondencia y cuidar que la contabilidad esté al día.
- Representar a la sociedad y apersonarse en su nombre y representación ante las autoridades judiciales, administrativas, laborales, políticas y policiales, en cualquier lugar de la República o en el extranjero.
- Ejecutar el Plan de Negocios aprobado por el Directorio y proponer modificaciones al mismo
- Dirigir las relaciones laborales, con la facultad para delegar funciones en esa materia y ejercer la facultad nominadora dentro de la Sociedad, teniendo en cuenta el número de personas que conforman la planta de personal aprobada por el Directorio
- Dirigir la contabilidad velando porque se cumplan las normas legales que regulan.
- Constituir apoderados que representen a la Sociedad en actuaciones judiciales, extrajudiciales y administrativas, fijar los honorarios y delegar las atribuciones, previa autorización del Directorio.
- Rendir cuenta justificada de su gestión en los casos señalados por la Ley.
- Realizar todas las gestiones y trámites necesarios para la formalización e inscripción en los Registros Públicos de los acuerdos de JGA y de Directorio.

Vendedor de Tienda

- Encargadas de atender a los clientes físico y virtualmente
- Recepcionar pedidos y tomar nota de las direcciones, etc.
- Mantener el local en orden y limpio.
- Estar atentas a lo que cliente solicite en todo momento.
- Decoración del local y de rotar los productos
- Encargadas de la comercialización face to face del producto.

- Encargadas de brindar la información necesaria acerca de los productos a los clientes.

Community Manager

- Encargado de la publicidad en redes sociales.
- Hacer videos promocionales.
- Encargado de lanzamiento de promociones.
- Encargado de los diseños de las fotos promocionales.
- Estar en constante contacto con los clientes y atraerlos mediante la publicidad online
- Monitorizar las actividades en la red.
- Escuchar y charlas con los seguidores de la empresa, planear y gestionar acciones de comunicación.

Florista

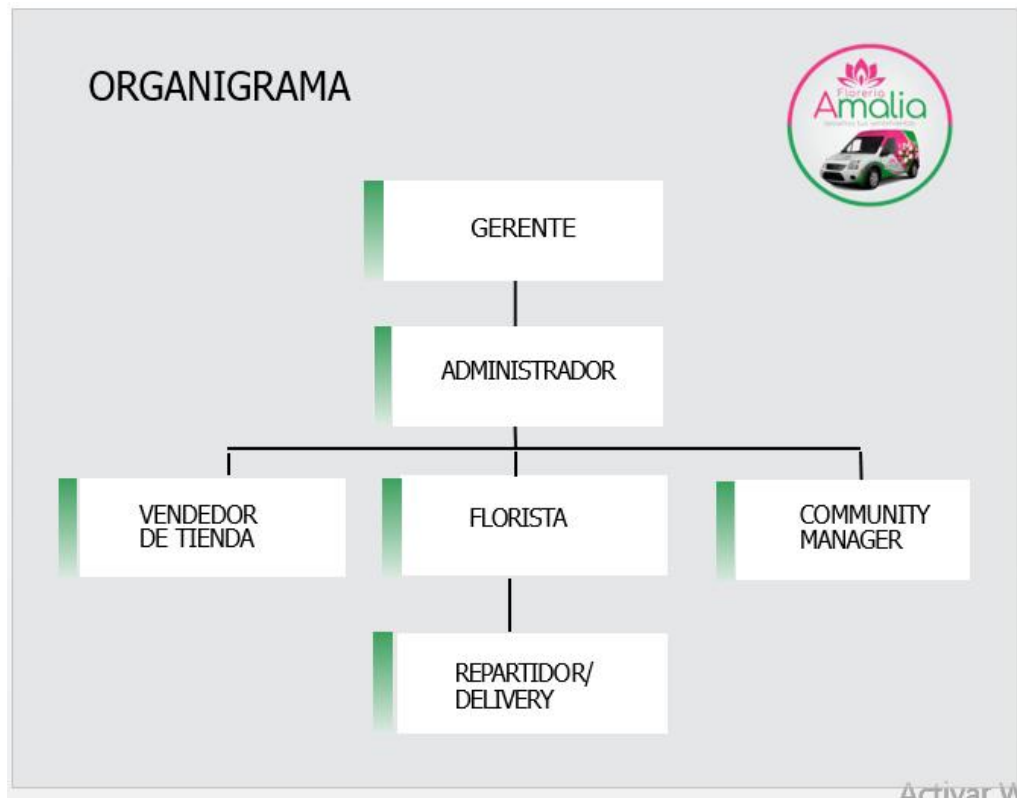
- La elaboración de los arreglos florales según los pedidos de los clientes.
- Realizar los inventarios de la materia prima a comprar.
- Mantener en buen estado la materia prima y cuidar las máquinas que se usan en la producción.
- Tener los pedidos justo a tiempo.

Motorizado o Delivery

- Satisfacer la demanda, para esto las áreas deberán trabajar conjuntamente y total coordinación
- Entregar el producto justo a tiempo y en buenas condiciones.
- Encargado de hacer firmar a los clientes el recibo de recepción de productos a los clientes.

7.5.6.2. Organigrama

Figura 21: Organigrama



Fuente. Elaboración propia

6.5.7 Estrategias de la empresa

➤ Genérica: Diferenciación

El amplio mercado de arreglos florales ha dejado un público no muy satisfecho, un público que busca más variedad de productos, de diversas formas y tamaños para sorprender su persona especial en cualquier momento, es ahí donde este pequeño emprendimiento ha visto una oportunidad, en un sector que se encuentra en crecimiento. Caracterizando así por un producto diferenciado, buscando que innovar en arreglos florales

➤ **Intensiva: Penetración de mercado**

Debido al poco crecimiento de los emprendimientos de arreglos florares y la poca costumbre de las personas de obsequiar un presente. Por eso nuestro negocio busca posicionarse en todos los lugares ya sean tiendas de supermercado, ventas online a través de las redes sociales o ventas directas.

6.6 Impacto de la propuesta de valor

➤ **Impacto Económico:**

El desarrollo de esta propuesta de valor tendrá un óptimo impacto económico hacia la empresa, en donde se podrá lograr la disminución de costos en la compra de materias primas ya que ciertos arreglos serán hechos a base de productos reciclados, brindándole mayores ingresos y haciendo posible el crecimiento de la empresa, en cuanto a nivel de sector el aplicar esta propuesta en los diferentes negocios de florerías les brindara un mejor conocimiento y manejo de sus emprendimientos y por consecuencia se verá un crecimiento significativo en el mercado.

➤ **Impacto Social:**

A nivel de sociedad al tener los objetivos alineados con las ODS, se incentivará y se brindará alternativas de crecimiento y desarrollo, generando así una buena reputación y reconocimiento del público objetivo, incentivando al consumo responsable y sostenible de productos eco amigables con el medio ambiente.

➤ **Impacto Ambiental:**

El aplicar el desarrollo de nuestra propuesta de valor de una florería eco amigable contribuiremos con el impacto generado por las industrias hacia nuestro medio ambiente, ayudando a mitigar los gases de efecto invernadero, contribuyendo a dejar un mejor escenario a las futuras generaciones.

VII. CONCLUSIONES

La investigación tiene como objetivo principal determinar de qué manera influye positivamente el desarrollo sostenible en el diseño de una florería eco-amigable, por lo que de acuerdo al estudio realizado se concluye que para que la florería cumpla con ser eco-amigable, necesita la influencia del desarrollo sostenible en su diseño, ya que, influye y determina todas las directrices que se deben seguir tanto en la estructuración de la organización, para el desarrollo de procesos, creación de productos, cultura organizacional, objetivos de la organización, todo en función para lograr un balance entre las responsabilidades sociales, empresariales y ambientales, lo cual confirma la hipótesis principal.

Como primer objetivo específico de esta investigación se planteó analizar la influencia positiva que tienen los productos sostenibles en el diseño de una florería eco-amigable, por lo tanto, se determinó que dichos productos no solo tienen una influencia positiva, sino que, sin su utilización, no es posible lograr el diseño de productos sostenibles que permiten añadir valor a la organización para una visión empresarial sostenible, lo cual confirma la hipótesis específica N°1.

Como segundo objetivo específico de esta investigación se planteó analizar la influencia que tiene la preservación del medio ambiente en el diseño de la florería eco-amigable, se determinó que todos los niveles de la organización están influenciados con la preservación del medio ambiente, la misión, visión, procesos, planeamiento, productos y hasta la propia cultura de la organización, lo que muestra la gran influencia que se tiene a la preservación del medio ambiente, por lo tanto se confirma la hipótesis específica N°2

Como tercer objetivo específico de esta investigación se planteó analizar la influencia que tiene el diseño de una florería a promover el desarrollo sostenible en los habitantes del distrito de los Olivos, de acuerdo al análisis realizado se puede concluir que la implementación del diseño ayudó a promover la cultura de sostenibilidad de la empresa, llegando a retribuir socialmente con la comunidad, mediante eventos y charlas informativas, lo cual confirma la hipótesis específica N°3.

VIII. RECOMENDACIONES

Para que la empresa pueda seguir desarrollando su crecimiento de manera sostenible, debe buscar más proveedores que cultiven de manera sustentable o fomentar entre los proveedores actuales el desarrollo sustentable de sus productos, esto se puede lograr mediante alianzas comerciales, con el fin de utilizar solo materias primas sustentables en el ciclo de producción, para evitar la explotación de recursos no renovables.

Como segunda recomendación debido a que la empresa lleva en operación un corto tiempo en el mercado, deberá seguir desarrollando sus procesos en función de reducir el porcentaje de las mermas generadas, con la finalidad de reutilizar la mayor cantidad de residuos orgánicos, los cuales pueden ser reutilizados en nuevos productos o para la producción de abono orgánico aprovechando las alianzas comerciales para abastecer a sus proveedores. Logrando así fortalecer sus alianzas comerciales y disminuir su impacto ambiental.

También se sugiere reestructurar la imagen de la empresa, con este nuevo desarrollo de marca hacia la sostenibilidad, la cual va ayudar a destacarse no solo en el mercado del distrito, sino a nivel de lima metropolitana, atrayendo a nuevos stakeholder y con repercusión en las ventas, ya que, los nuevos consumidores se ven atraídos a los productos de una empresa que esté comprometida con el ámbito ambiental y social.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Afuah, A; Tucci, C. (2001). Internet business models and strategies and cases. New York: Editotial Mc Graw Hill: Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/215915163_Internet_Business_Models_and_Strategies_Text_and_Cases
- Amit, R., & Zott, C. (2001). Value creation in E-business. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 493-520. Recuperado de: DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.187>
- A, Brack. (2010). Biodiversidad y Desarrollo Sostenible Lima - Perú. Recuperado de: <http://www.infobosques.com/descargas/biblioteca/368.pdf>
- Bajo, A. - Fernández, J. (2012). La teoría del stakeholder o de los grupos de interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *Revista Desearch ESIC*. (6).130-143. Recuperado de: DOI: 10.7263/ADR.RSC.006.07
- Brack, A. (2011). En su colección de ecología de bolsillo "Eco-comercios y Eco-transacciones en el Perú. Recuperado de: <https://digitallibrary.un.org/record/479437?ln=es>
- Castillo Urbina, L. (2020). Diseño como factor de concientización en el consumo habitual ecoamigable en la generación X y Millenial. UCAL, N Recuperado de: <http://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/395/Tesis%20Diseno%20como%20factor%20de%20concientizacion%20en%20el.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- CMMAD. (1987). Nuestro Futuro Común. Informe Brundtland. Naciones Unidas. Recuperado de: http://www.ecominga.ugam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf

- Chavesta, R. (2017). Gestión y Sostenibilidad de las Microempresas Artesanales de Monsefú, Provincia Chiclayo. Recuperado de: <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/1314>
- Davo, R (2020) Qué es la sostenibilidad empresarial y por qué es importante para las empresas. En ESIC Business & Marketing School, N°-, pp. 1-3. Recuperado de: <https://www.esic.edu/rethink/management/sostenibilidad-empresarial>
- Elkington, J. (1997) *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing Limited, Oxford.
- Hedman, J., & Kalling, T. (2003). The business model concept: theoretical underpinnings and empirical illustrations. *European journal of information systems: an official journal of the Operational Research Society*, N° 12(1), 49–59. Recuperado de <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000446>
- Marquez, M. (2017). Sostenibilidad, comunicación y valor compartido: el discurso actual del desarrollo sostenible en la empresa española. [Tesis de doctorado Universidad Complutense de Madrid]. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/42084/1/T38628.pdf>
- Mansfield, G. M., & Fourie, L. C. H. (2004). Strategy and business models - strange bedfellows? A case for convergence and its evolution into strategic architecture. *South African journal of business management*, N° 35(1), 35–44. Recuperado de: <https://doi.org/10.4102/sajbm.v35i1.650>
- Medina M. (2019) Educación ambiental como parte de la formación integral de estudiantes de primaria. [Tesis de Grado. Pontificia Universidad Católica del Perú]. Recuperado de: <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/174726?show=ful>

- Molina A. (2019). Evaluación del nivel de educación ambiental y su incidencia en el desarrollo sostenible. [Tesis de doctorado. Universidad Nacional San Agustín de Arequipa]. Recuperado de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9788/UPmovaay.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nguyen, M (2014) Green Buildings, Corporate Social Responsibility, and Stock Market Performance. Portland State University. Recuperado de: <https://pdxscholar.library.pdx.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1028&context=honortheses>
- Paucar, N - Aldair E. (2020). Estudio estratégico para la producción y comercialización de productos de bambú. [Trabajo de investigación de pregrado. Pontificia Universidad Católica del Perú]. Recuperado de: <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/17472>
- Romero, V (2014) Por qué es importante la sostenibilidad empresarial. Ruiz Healy Times, N° -, pp. 1-3. Recuperado de: <https://ruizhealytimes.com/vr/por-que-es-importante-la-sostenibilidad-empresarial>
- Rivera, H y Malaver M. (2011). La organización: los stakeholders y la responsabilidad social. Bogotá: Universidad del Rosario. Recuperado de: https://www.urosario.edu.co/urosario_files/a0/a019d4bc-3670-4966-881c-ccaabf47d85c.pdf
- Timmers, P. (1998). Business models for internet-based B2B electronic markets. *International journal of electronic commerce*, 6(4), 41–7. Recuperado de: DOI: <https://doi.org/10.1080/10864415.2002.11044247>

X. ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
TITULO: INFLUENCIA DEL DESARROLLO SOSTENIBLE APLICADO AL DISEÑO DE FLORERÍAS ECOAMIGABLE EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS AÑO 2021.						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
			VARIABLE 1: DESARROLLO SOSTENIBLE			
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario	Item
¿De qué manera el desarrollo sostenible influye en el diseño de una florería eco amigable?	Determinar de qué manera el desarrollo sostenible influye en el diseño de una florería eco amigable	El desarrollo sostenible influye de manera positiva en el diseño de una florería eco amigable	Objetivos del desarrollo sostenible	Impacto Ambiental	La florería seleccionada cumple con el cuidado del medio ambiente (Si o no) (OBS)	1
				Responsabilidad sociales dentro de la comunidad	La florería tiene procedimientos adecuados para la eliminación de sus desechos (si o no) OBS	2
				Producción sostenible	La florería seleccionada es socialmente responsable dentro del distrito de Los Olivos.	3
					La florería cuenta con proveedores ambientalmente responsables	4
					La florería utiliza materias primas recicladas o con propiedades para ser recicladas	5
			Política ambiental	Política ambiental	La florería cuenta con una política ambiental propia	6
				Programas ambientales	La florería promueve programas ambientales para la comunidad	7
				Cultura ambiental	La florería tiene un compromiso como empresa con la preservación del medio ambiente	8
			Sostenibilidad empresarial	Responsabilidad económica, social y ambiental	Los trabajadores de la florería están comprometidos con el cuidado del medio ambiente	9
					La florería cumple con el pago de sus proveedores	10
					La florería cumple con las retribuciones de los accionistas y trabajadores	11
					La florería cumple con el pago a de impuestos	12
					Compromiso de las empresas, instituciones y educación.	13
					La florería cuenta con compromisos sociales	14
					La florería tiene compromiso de responsabilidad ambiental	15
Problema específicos	Objetivos Específicos:	Hipótesis específicas:	VARIABLES E INDICADORES			
			VARIABLE 2: DISEÑO ECOAMIGABLE			
			Dimensiones	Indicadores	Criterio	Item
P1: De qué manera el diseño de una florería eco amigable influye a la preservación de la media ambiente	O1: Explicar de forma los productos sostenibles influyen en el diseño de una florería eco amigable	H1: Los productos sostenibles influyen de manera positiva en el diseño de una florería eco amigable.	Ecodiseño	Eco Innovación	La florería cuenta con diseños innovadores respetando el medio ambiente.	16
				Utilización de recursos	La florería cuenta con arreglos, hechos a base de material reciclado.	17
					La florería hace cuenta con una gestión de utilización de recursos	18
P2: De qué manera el diseño de una florería eco amigable influye a la preservación de la media ambiente	O2: Determinar de qué manera el diseño de una florería eco amigable ayuda a la preservación del medio ambiente	H2: La preservación del medio ambiente influye en el diseño de una florería eco amigable.	Negocios sostenibles	Negocios verdes	Los productos que ofrece la florería tienen un impacto ambiental positivo	19
				Reconocimiento de marca	La florería tiene planes para diversificar el negocio a otros sectores	20
					La florería utiliza recursos digitales para promocionar sus productos	21
					La florería utiliza estrategias de promoción o imagen de marca	22
P3 De qué manera el diseño de una florería eco amigable ayuda a promover el desarrollo sostenible en los habitantes del distrito de los olivos	O3: Determinar de qué manera el diseño de una florería eco amigable ayuda a promover el desarrollo sostenible en los habitantes del distrito de los olivos	H3: El diseño de una florería ayuda a promover el desarrollo sostenible en los habitantes del distrito de los olivos	Productos sostenibles	Relación con stakeholders	La florería tiene el reconocimiento de la marca a través de los clientes o de la comunidad donde se desarrolla	23
				Productos ecológicos	La florería tiene convenios con empresas que la ayudan en sus operaciones	24
					La florería identifica productos preservarles del medio ambiente	25
					La florería utiliza productos ecológicos para la elaboración de arreglos florales.	26
					Productos reutilizables o reutilizados	La florería identifica que productos son reutilizables dentro de sus procesos
La florería ha identificado los residuos que deja la elaboración de los arreglos florales	28					

Anexo N° 2: Matriz Operacional

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	INST	ESCALAS	
								1	2
VI: DESARROLLO SOSTENIBLE	Se puede definir como desarrollo de una organización con el equilibrio entre rentabilidad, medio ambiente y las personas, a fin de frenar los grandes cambios climáticos que sufre nuestro planeta por la constante contaminación y sobreexplotación de los recursos.	Operacionalmente se entiende como va a impactar el desarrollo sostenible dentro de la organización orienta a tres dimensiones como objetivos del desarrollo sostenible, política ambiental y sostenibilidad empresarial.	Objetivos del desarrollo sostenible	La florería seleccionada cumple con el cuidado del medio ambiente	DICOTOMICA	1	HOJA DE COTEJO	SI	NO
				La florería tiene procedimientos adecuados para la eliminación de sus desechos		2			
				La florería seleccionada es socialmente responsable dentro del distrito de Los Olivos.		3			
				La florería cuenta con proveedores ambientalmente responsables		4			
				La florería utiliza materias primas recicladas o con propiedades para ser recicladas		5			
			Política ambiental	La florería cuenta con una política ambiental propia		6			
				la florería promueve programas ambientales para la comunidad		7			
				la florería tiene un compromiso como empresa con la preservación del medio ambiente		8			
				Los trabajadores de la florería están comprometidos con el cuidado del medio ambiente		9			
				la florería cumple con el pago de sus proveedores		10			
			Sostenibilidad empresarial	la florería cumple con las retribuciones de los accionistas y trabajadores		11			
				la florería cumple con el pago a de impuestos		12			
				Compromiso de las empresas, instituciones y educación.		13			
				La florería cuenta con compromisos sociales		14			
				La florería tiene compromisos de responsabilidad ambiental		15			
VD: DISEÑO ECOAMIGABLE	Es una herramienta de innovación que puede aportar ventajas y beneficios a la organización en diversos aspectos: reducción de costos (disminución del gasto energético y del consumo de materias primas), cumplimiento con la regulación ambiental vigente	Operacionalmente se entiende por diseño ecoamigable a la utilización de materiales biodegradables que orienta a tres dimensiones como ecodiseño, negocios sostenibles y productos sostenibles.	Ecodiseño	La florería cuenta con diseños innovadores respetando el medio ambiente.	DICOTOMICA	1	HOJA DE COTEJO	SI	NO
				La florería cuenta con arreglos, hechos a base de material reciclado.		2			
				La florería hace cuenta con una gestión de utilización de recursos		3			
				Los productos que ofrece la florería tiene un impacto ambiental positivo		4			
				La florería tiene planes para diversificar el negocio a otros sectores		5			
			Negocios Sostenibles	La florería utiliza recursos digitales para promocionar sus productos		6			
				La florería utiliza estrategias de promoción o imagen de marca		7			
				La florería tiene el reconocimiento de la marca a través de los clientes o de la comunidad donde se desarrolla		8			
				Las florería tiene convenios con empresas que la ayudan en sus operaciones		9			
			Productos Sostenibles	La florería identifica productos preservables del medio ambiente		10			
				La florería utiliza productos ecológicos para la elaboración de arreglos florales.		11			
				La florería identifica que productos son reutilizables dentro de sus procesos		12			
				La florería ha identificado los residuos que deja la elaboración de los arreglos florales		13			

Anexo N° 3: Hoja de cotejo

N°	CRITERIOS A EVALUAR	CUMPLIMIENTO		OBSERVACION
		SI	NO	
OBJETIVOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE				
1	La floreria seleccionada cumple con el cuidado del medio ambiente	X		la floreria si cumple con el cuidado del medio ambiente porque sus productos son ecoamigables
2	La floreria tiene procedimientos adecuados para la eliminacion de sus desechos		X	No cuenta con un proceso establecido de eliminacion de desechos, pero se cumple con el control de acuerdo a normativas del distrito.
3	La floreria seleccionada es socialmente responsable dentro del distrito de Los Olivos.	X		Si es socialmente responsable, ya que, fomenta valores sobre la realidad social, economica y ambiental dentro del distrito, tanto al clientes como trabajadores.
4	La floreria cuenta con proveedores ambientalmente responsables		X	FSF, los demas servicios basicos son con proveedores estatales, pero se encuentra en planeamiento de utilizar tecnologias en los servicios basicos para generar un menor impacto ambiental.
5	La floreria utiliza materias primas recicladas o con propiedades para ser recicladas	X		Si, la floreria utiliza la merma la genera nuevos productos, ademas de utilizar insumos biodegradables y reciclables
POLITICA AMBIENTAL				
6	La floreria cuenta con una politica ambiental propia		X	No, pero esta pensando en implementar una politica para hacer mas fuerte su compromiso como empresa y con la comunidad
7	la floreria promueve programas ambientales para la comunidad	X		Si, la floreria realiza charlas para los comedores populares y colegios del distrito sobre la importancia del reciclaje para nuestro medio ambiente.
8	la floreria tiene un compromiso como empresa con la preservacion del medio ambiente	X		Si tiene un compromiso ya que promueve al cuidado del medio ambiente mediante sus productos ecoamigables
9	Los trabajadores de la floreria estan comprometidos con el cuidado del medio ambiente	X		Si, ademas de ser reclutados con miras a una vision ecologica, se refuerza el compromiso mediante el manual de funciones y los valores de la organizacion.
SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL				
10	La floreria cumple con el pago de sus proveedores	X		Si, la floreria cumple con el pago mensual de sus servicios basicos y pagos a credito con 15 a 30 días con proveedores de insumos.
11	La floreria cumple con las retribuciones de los accionistas y trabajadores	X		Si tiene una area de contabilidad que se encarga de sacar el balance financiero y a su vez de hacer las retribuciones pertinentes
12	La floreria cumple con el pago de impuestos	X		La floreria cumple con el pago fraccionado de sus impuestos de acuerdo a la norma.
13	Compromiso de las empresas, instituciones y educación.	X		La floreria esta dentro de un plan de responsabilidad empresarial que involucra a otras instituciones
14	La floreria cuenta con compromisos sociales	X		La floreria si cuenta porque tienen actividades de reciclaje, control de desechos como también de uso responsable.
15	La floreria tiene compromisos de responsabilidad ambiental	X		La floreria tiene un compromiso medio ambiental y lo cumple a traves de la reutilizacion de materia prima para elaborar sus productos
ECODISEÑO				
16	La floreria cuenta con diseños innovadores respetando el medio ambiente.	X		La floreria realiza arreglos florales innovadores a base de productos sostenibles con el medio ambiente
17	La floreria cuenta con arreglos, hechos a base de material reciclado.	X		Si la base de algunos arreglos florales son hechos con los rollos de las gigantografias o en canastas de paja tejidas
18	La floreria cuenta con una gestion de utilizacion de recursos		X	La floreria esta en la busqueda de una gestion de recursos adecuada para llevar un mejor control
19	Los productos que ofrece la floreria tiene un impacto ambiental positivo	X		Si tiene un impacto positivo ya que promovemos la venta de productos ecologicos a traves de arreglos florales
NEGOCIOS SOSTENIBLES				
20	La floreria tiene planes para diversificar el negocio a otros sectores		X	Aun no tienes planes de una diversificacion a otros sectores ya que recién esta empezando en el mercado
21	La floreria utiliza recursos digitales para promocionar sus productos	X		La floreria, cuenta redes sociales como facebook e instagan donde hace publicidad de los arreglos florales que ofrece.
22	La floreria utiliza estrategias de promocion o imagen de marca	X		Si, la floreria cuenta con estrategias orgánicas que ayuda a incrementar las ventas, fidelizacion de clientes y estrategias de intensificacion de marca.
23	La floreria tiene el reconocimiento de la marca a traves de los clientes o de la comunidad donde se desarrolla		X	La floreria al no ser tan grande no cuenta con un reconocimiento mayor, pero si de sus principales consumidores.
24	Las floreria tiene convenios con empresas que la ayudan en sus operaciones	X		Si, la floreria tiene convenios con disitntas empresas tales como agencias de pago, proveedores de peluches, proveedores de flores, y courier.
25	La floreria identifica productos preservables del medio ambiente	X		Si, la mayoría de sus productos cuentan con materia prima reservables, por lo que se le puede dar una segunda vida.
PRODUCTOS SOSTENIBLES				
26	La floreria utiliza productos ecologicos para la elaboracion de arreglos florales.	X		Si, la floreria utiliza productos reutilizados como los conos de las gigantografias, flores ecologicas y las bases de vinilo
27	La floreria identifica que productos son reutilizables dentro de sus procesos	X		Si, cuenta ya que sus residuos se pueden volver a utilizar en varios de los procesos de la elaboracion de los arreglos florales.
28	La floreria ha identificado los residuos que deja la elaboracion de los arreglos florales	X		Si, la floreria cuenta con la reutilizacion de los residuos o mermas para poder reutilizarlos en otros arreglos o reciclarlos como abono organico

Anexo N° 4: Cartera de productos



Florería Alejandría ofrece todo tipo de arreglos florales a base de productos biodegradables (gigantografías) personalizados siendo amigables con el medio ambiente.

Llevamos tus sentimientos.

Productos que ofrecemos :

- Box de rosas.
- Desayuno cumpleaños y de aniversario.
- Combo cumpleaños
- Corazón de rosas.
- Ramos de rosas ,tulipanes, girasoles etc.









Productos que ofrecemos :

- Combo serenata + Rosas (Nuevo)
- Peluches de 1mt.
- Arreglo floral + peluche
- Canasta de Tulipanes.
- Decoración de habitaciones por aniversario y cumpleaños.






Florería Amalia
llevamos tus sentimientos

Servicios adicionales:

- Delivery gratis por la compra de un producto.

• Pago contra entrega de producto.

- Servicio de entrega de regalo a la puerta de tu casa, oficina, etc.



POLITICA MEDIOAMBIENTAL

Florería Amalia, preocupándose por ayudar a mejorar y cuidar el medio ambiente fomentando el desarrollo sostenible, ha establecido una política de gestión medio ambiental a través de objetivos claros a corto y largo plazo relacionados con todo esto en conjunto, trabajando de la mano con sus colaboradores para cumplir con estos objetivos.

- Contratar proveedores y certificar que su uso sea mínimo en fertilizantes y pesticidas en nuestra materia prima (flores o rosas) para evitar la contaminación ambiental ya que estos pesticidas contienen alto porcentaje de químicos.
- Reducir el uso de plásticos en los arreglos florales, para esto reciclaremos y reutilizaremos los tubos de las gigantografías que son tirados por las empresas.
- Mantener la sensibilización y concienciación de todos nuestros empleados, fomentando la formación ambiental de los mismos y favoreciendo la participación activa, incluyendo las sugerencias de mejora propuestas por ellos con objeto de fomentar la mejora continua.



INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Mg. Bib. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente – ISIL - UNMSM
1.3. Nombre del instrumento:	Hoja de Cotejo
1.4. Autor del instrumento:	Dallelit Aquino, Sol Martínez, Juan Martel
1.5. Título de la investigación	Desarrollo sostenible aplicado al diseño de florerías eco amigables en el distrito de los olivos año 2021.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					x
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					x
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos					x
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.	x				
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					x
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					x
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	x		
Ítem 2	x		
Ítem 3	x		
Ítem 4	x		
Ítem 5	x		
Ítem 6	x		
Ítem 7	x		
Ítem 8	x		
Ítem 9	x		
Ítem 10	x		
Ítem 11	x		
Ítem 12	x		
Ítem 13	x		
Ítem 14	x		
Ítem 15	x		
Ítem 16	x		
Ítem 17	x		
Ítem 18	x		
Ítem 19	x		
Ítem 20	x		
Ítem 21	x		
Ítem 22	x		
Ítem 23	x		
Ítem 24	x		
Ítem 25	x		
Ítem 26	x		
Ítem 27	x		
Ítem 28	x		

III. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 85 **%.** **V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

- (x) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 28.02.2022

DNI N° 41981490

Firma del experto



Mg. Bib. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio