

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	i
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
1 CAPITULO I: INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES .....	1
1.1    Introducción .....	1
1.2    Descripción del tema que se abordó y las preguntas claves que se respondieron .....	2
2    Objetivos.....	5
2.1    Objetivo General .....	5
2.2    Objetivos Específicos .....	5
2.3    Resultados esperados .....	5
2.4    Alcance del tema a abordar .....	6
3    Marco conceptual .....	7
3.1    Sostenibilidad vs sustentabilidad .....	7
3.1.1    Desarrollo sustentable .....	7
3.1.2    Desarrollo sostenible .....	7
3.1.3    Criterios ESG .....	8
3.1.4    Factor Ambiental (E) .....	8
3.1.5    Factor Social (S) .....	8

3.1.6	Factor Gobierno (G).....	8
3.2	Economía circular .....	9
4	Descripción de la empresa .....	10
4.1	Oportunidades .....	11
5	Descripción del mercado .....	13
6	Diagnóstico.....	14
6.1	Análisis de entorno .....	14
6.1.1	Análisis de situación macroeconómica .....	14
6.1.2	Análisis de legislación y regulación .....	16
(1)	Normativa de reporte sostenibilidad de las bolsas de comercio.....	16
(2)	Ley de responsabilidad extendida del productor .....	17
(3)	Ley marco de cambio climático .....	17
(1)	Reglamento de divulgación de finanzas sostenibles de la UE .....	18
(2)	ISSB Sustainability Disclosure.....	19
6.1.3	Síntesis del entorno .....	19
6.2	Mercado potencial .....	20
	Fuente: Verandix.....	21
6.3	Clientes.....	22
(1)	Empresas reguladas por el reporte integrado de sostenibilidad.....	25
(2)	Empresas con interés en sostenibilidad, pero no reguladas .....	26

(3)	Empresas sin interés en sostenibilidad .....	27
6.3.1	Necesidades e intereses de los segmentos .....	29
6.4	Competidores .....	30
6.4.1	Características de los servicios presentes en el mercado.....	30
6.4.2	Identificación y caracterización de competidores a nivel global .....	31
6.4.3	Caracterización de las empresas .....	31
6.5	Síntesis y análisis FODA .....	35
6.5.1	FODA general.....	35
6.5.2	FODA por segmentos .....	39
7	Diseño de la estrategia.....	42
7.1	Diseño de propuesta de valor.....	42
7.2	Selección de clientes objetivo.....	44
7.3	Diseño de la estrategia de comunicación y posicionamiento .....	44
7.4	Lineamientos de implementación .....	45
7.4.1	Estrategia para la ventaja competitiva.....	45
7.4.2	Descripción de la organización.....	46
7.4.3	Descripción de proceso de venta .....	47
7.4.4	Capacitaciones .....	48
7.4.5	Canales de venta.....	49
7.5	Síntesis de la estrategia .....	50

8	Evaluación económica del plan de comercialización .....	51
8.1	Precio.....	51
8.2	Proyección de ingresos .....	52
8.3	Costos.....	53
8.4	Tasa de cambio a USD.....	54
8.5	Gastos de administración y venta.....	54
8.5.1	Remuneraciones.....	54
8.5.2	Servicios Compartidos.....	55
8.5.3	Marketing .....	56
8.6	Inversión inicial .....	57
8.7	Financiamiento .....	58
8.8	Tasa de descuento .....	58
8.9	Flujos de caja.....	60
8.10	Valor actual neto y Tasa interna de retorno.....	60
8.11	Sensibilizaciones .....	61
8.12	Análisis evaluación económica.....	62
9	Conclusión.....	64
10	Recomendaciones.....	65
11	BIBLIOGRAFÍA.....	67
12	ANEXOS.....	69