



UNIVERSIDAD  
CONTINENTAL

CONTI - EMPRENDE  
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL



INSTITUTO  
CONTINENTAL

## Servicio de ACOPIO TECNO EDUCATIVO DE RESIDUOS SÓLIDOS

CHRISTIAN TALLEDO  
DIEGO LUYA  
FATIMA VILCAHUAMAN  
MAVELIN VENTURA

## ¿POR QUÉ ELEGIMOS EL RECICLAJE DE PRODUCTOS SÓLIDOS?

- Por ser una Mega tendencia Mundial.
- Se encuentra dentro de los planes de Pero 2021.
- Se plantea un escenario favorable coyunturalmente.
- Apreciamos grandes economías de escala en constante crecimiento sin verse afectado por las crisis económicas europeas-

## DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

- Proporcionamos servicios especializados de acopio de residuos sólidos.
- Nos especializamos en desarrollar técnicas de acopio de residuos sólidos constantes para asegurar calidad y limpieza del producto final.

## NUESTRA VISIÓN Y MISIÓN

|        |  |
|--------|--|
| VISIÓN | Ser el agente de recolección más grande de la provincia y convertirse en un plazo no mayor de dos años en la primera y más grande central de acopio de productos sólidos de la provincia de Huancayo, acopiando productos como papel, plástico, cartón, vidrio, aluminio y metales livianos. |
| MISIÓN | Ser los mejores gestores de residuos sólidos optimizando los procesos de acopio, acatando las disposiciones legales sobre temas ambientales con el fin de mejorar el nivel de vida de nuestra ciudad.  |

## OBJETIVOS ESTRATEGICOS

### o CORTO PLAZO:

- o Cumplir con el punto de equilibrio de recolección.
- o Iniciar actividades de Relaciones Públicas.
- o Concretar relaciones comerciales con compradores.
- o Iniciar posicionamiento del Programa EDUCATIVO-ECOLÓGICO.

### o MEDIANO PLAZO:

- o Incrementar la cantidad reciclada mensualmente en 25%.
- o Gestionar adecuadamente como mínimo 20 convenios Educativos-Ecológicos.
- o Obtener apoyo para ampliar Programa Educativo-Ecológico.

### o LARGO PLAZO:

- o Ampliar el ámbito de acción a las residencias y en mas distritos por el modelo de: "Contagio de Barrios"

## VENTAJAS COMPETITIVAS A GENERAR

- o El sistema Tecno-Educativo de recuperación de residuos sólidos centra sus bases en la capacidad de recuperar materiales antes de ser contaminados con materia orgánica.
- o La educación en una Ventaja Competitiva que pensamos desarrollar para así asegurar un flujo constante de materiales sólidos, más limpios y seleccionados.
- o La tecnología aplicada en rutas de recolección dinámicas lograran maximizar el esfuerzo humano para recuperar eficazmente los residuos sólidos.
- o La capacidad de transformar la materia sólida en productos nuevos como pasta base o scrap de plástico nos permite conservar una ventaja sobre los demás acopiadores convirtiéndonos en transformadores del material acopiado.

## TIPOS DE PRODUCTOS DEMANDADOS

| MATERIAL  | DESCRIPCIÓN   |
|---|---|
| Cartón  |   |
| Papel Bond  |   |
| Tetrapack   |   |
| Polietileno tereftalato (PET)                                 | Principalmente envases de bebidas gaseosas  |
| Polietileno de alta densidad (HDPE) y de baja densidad (LDPE) | Bidones, bateas, contenedores industriales, bolsas industriales y de supermercado |
| Policloruro de vinilo (PVC)                                   | Muebles de jardín, tubos de caños, zapatillas                                     |
| Polipropileno (PP)  | Envases de yogurt y alimentos   |
| Poliestireno (PS)   | Envases descartables y otros.   |

## FICHA TÉCNICA PARA LE ESTUDIO DE MERCADO

**Universo: 5 Organizaciones Formales**

Ámbito Geográfico: Ciudad de Huancayo.

Método de Muestreo: Identificación y Entrevista

Tamaño Muestral: 5 representantes

Perfil del Entrevistado: Representante de empresas recuperadoras de Plástico.

Fecha de Trabajo de Campo: 29/05/2013

Coordinador del Equipo de Trabajo: Christian Talledo Chávez

ESTIMADA

## DEMANDA DE PLASTICO PET

| Items                                 | Unidad               | Año 1   | Año 2     | Año 3     | Año 4     | Año 5     |
|---------------------------------------|----------------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Mercado Potencial                     | EMPRESAS             | 15      | 17        | 19        | 21        | 24        |
| Mercado Disponible                    | EMPRESAS             | 10      | 11        | 11        | 12        | 12        |
| Mercado Objetivo (En empresas)        | EMPRESAS             | 5       | 5         | 5         | 6         | 6         |
| Frecuencia de Visita                  | OCASIONES POR SEMANA | 1       | 1         | 1         | 1         | 1         |
| Unidades de consumo por vez de compra | Tn                   | 20      | 25        | 30        | 35        | 45        |
| Mercado Objetivo( En Unidades)        | Tn/mes               | 80      | 100       | 120       | 140       | 180       |
| Cantidad Demandada Anual (52 Sem)     | Tn                   | 1,040   | 1,300     | 1,560     | 1,820     | 2,340     |
| Tasa de Crecimiento (%)               | %                    | 5%      | 5%        | 5%        | 5%        | 5%        |
| Precio de Venta S/                    | SOLES * Kilo         | 0.8     | 0.8       | 0.8       | 0.8       | 0.8       |
| Ventas Estimadas anuales              | Soles                | 832,000 | 1,040,000 | 1,248,000 | 1,456,000 | 1,872,000 |

ESTIMADA

## DEMANDA DE PAPE BOND

| Items                                 | Unidad               | Año 1   | Año 2   | Año 3   | Año 4     | Año 5     |
|---------------------------------------|----------------------|---------|---------|---------|-----------|-----------|
| Mercado Potencial                     | EMPRESAS             | 15      | 17      | 19      | 21        | 24        |
| Mercado Disponible                    | EMPRESAS             | 10      | 11      | 11      | 12        | 12        |
| Mercado Objetivo (En empresas)        | EMPRESAS             | 5       | 5       | 5       | 6         | 6         |
| Frecuencia de Visita                  | OCASIONES POR SEMANA | 1       | 1       | 1       | 1         | 1         |
| Unidades de consumo por vez de compra | Tn                   | 15      | 20      | 25      | 30        | 35        |
| Mercado Objetivo( En Unidades)        | Tn/mes               | 60      | 80      | 100     | 120       | 140       |
| Cantidad Demandada Anual              | Tn                   | 780     | 1040    | 1300    | 1560      | 1820      |
| Tasa de Crecimiento (%)               | %                    | 5%      | 5%      | 5%      | 5%        | 5%        |
| Precio de Venta S/                    | SOLES * Kilo         | 0.75    | 0.75    | 0.75    | 0.75      | 0.75      |
| Ventas Estimadas anuales              | Soles                | 585,000 | 780,000 | 975,000 | 1,170,000 | 1,365,000 |

## INVERSION

| Inversiones (soles)                           |      |       |               |                   |
|---|------|-------|---------------|-------------------|
| CONCEPTO                                      | U.M. | CANT. | P.UNIT<br>S/. | TOTAL<br>S/.      |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>                          |      |       |               | <b>15,945.00</b>  |
| I. Maquinaria y equipo                        |      |       |               |                   |
| Computadora                                   | ud   | 2     | 650.00        | 1300.00           |
| Mangueras                                     | ud   | 3     | 35.00         | 105.00            |
| Unidades de Recolección                       | ud   | 10    | 500.00        | 5000.00           |
| Unidades GPS                                  | ud   | 8     | 1040.00       | 8320.00           |
|   | und  |       |               | 0.00              |
|   | ud   |       |               | 0.00              |
|   | ud   |       |               | 0.00              |
| Sub total S/.                                 |      |       |               | 14,725.00         |
| II. Muebles y enseres                         |      |       |               |                   |
| Escritorio + sillas                           | ud   | 1     | 400.00        | 400.00            |
| Mesas de selección                            | ud   | 4     | 80.00         | 320.00            |
| Recipientes de selección                      | ud   | 10    | 25.00         | 250.00            |
| Sillas p/ colaboradores                       | ud   | 10    | 25.00         | 250.00            |
|   | ud   |       |               | 0.00              |
| Sub total S/.                                 |      |       |               | 1,220.00          |
| III CAPITAL DE TRABAJO                        |      |       |               |                   |
| Costos variables                              | mes  | 1     | 3,520.00      | 3,520.00          |
| Costos y gastos fijos                         | mes  | 1     | 22,940.67     | 22,940.67         |
| Sub total S/.                                 |      |       |               | 26,460.67         |
| IV GASTOS PREOPERATIVOS                       |      |       |               |                   |
| Plan de negocio e investigación               | ud   | 1     | 1500.00       | 1500.00           |
| Licencias y constitución de empresa           | ud   | 1     | 2500.00       | 2500.00           |
| Publicidad                                    | ud   | 12    | 5630.00       | 67560.00          |
| Software de venta                             | ud   | 1     | 250.00        | 250.00            |
| Obras civiles (decoracion del local, pintura) | m2   | 10    | 300.00        | 3000.00           |
| Sub total S/.                                 |      |       |               | 74,810.00         |
| <b>Total Inversiones</b>                      |      |       |               | <b>117,215.67</b> |

## INDICADORES FINANCIEROS

|                            |                     |
|----------------------------|---------------------|
| <b>INVERSIONES</b>         | <b>117,215.67</b>   |
| <b>VANF</b>                | <b>1,009,364.85</b> |
| <b>TIR</b>                 | <b>92.00%</b>       |
| <b>PERIODO DE RECUPERO</b> | <b>1 AÑO</b>        |
| <b>B/C</b>                 | <b>S/. 1.61</b>     |
| <b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b> |                     |
| <b>PLASTICO</b>            | <b>51</b>           |
| <b>PAPEL</b>               | <b>33</b>           |

The image shows the cover of a report. The background is a light green color with a pattern of faint, overlapping hexagons. At the top, there is a white banner with three logos: the Universidad Continental logo on the left, the CONTI - EMPRENDE logo in the center, and the Instituto Continental logo on the right. The CONTI - EMPRENDE logo includes the text 'CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL'. Below the banner, on the right side, is a white rectangular box containing the title 'Servicio de ACOPIO TECNO EDUCATIVO DE RESIDUOS SÓLIDOS' in bold green text. On the left side, below the banner, is the text 'INFORMES:' followed by the email address 'Conti-emprende@continental.edu.pe'.

**UNIVERSIDAD CONTINENTAL**

**CONTI - EMPRENDE**  
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL

**INSTITUTO CONTINENTAL**

**Servicio de ACOPIO TECNO EDUCATIVO DE RESIDUOS SÓLIDOS**

**INFORMES:**  
[Conti-emprende@continental.edu.pe](mailto:Conti-emprende@continental.edu.pe)