

DIAGNOSTICO EMPRESARIAL

ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L



Consultor:

Lic. Velasquez Incio Miguel Jordan.

DNI: 48536147

Email: miguel.velasin@hotmail.com

Celular: 962905857

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lic. Velasquez'.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTO	5
A. Antecedentes y justificación de la consultoría	5
B. Propósito y resultados esperados	5
PARTE I. DATOS DE LA EMPRESA	6
1.1. Datos generales	6
1.2. Estructura interna	7
1.3. Niveles y toma de decisión	7
1.4. Actividad Comercial	8
1.5. Productos y/o Servicios	9
1.5.1. Productos	9
1.5.2. Servicios	9
1.6. Segmento de mercado	10
1.6.1. Tipo de clientes	11
1.6.2. Cobertura geográfica	11
1.6.3. Características del mercado	11
1.7. Canales de distribución	12
1.7.1. Canales principales	12
1.7.2. Canales digitales y complementarios	13
1.8. Demanda estacional y fluctuante	13
1.8.1. Factores que determinan la estacionalidad	13
1.8.2. Naturaleza de la demanda	14
1.8.3. Tendencias y oportunidades para reducir la estacionalidad	14
1.9. Procesos	15
1.9.1. Procesos Estratégicos	15

1.9.2. Procesos operativos	16
1.9.3. Procesos de apoyo	17
1.10. Comunicación interna	18
1.11. Mapa de Procesos	20
1.12. Caracterización de procesos	21
1.13. Indicadores Actuales de los Procesos	34
PARTE II. CULTURA ORGANIZACIONAL	36
2.1. Capacidades Tecnológicas	36
2.2. Cultura digital	38
2.3. Seguridad y Almacenamiento	39
2.4. Marketing y Comercialización	39
2.5. Gestión de Residuos Sólidos	40
PARTE III. SECTOR EXTERNO	41
3.1. Tendencias de mercado	41
3.1.1. Desempeño económico del sector agroindustrial en el Perú	41
3.1.2. Contexto regional: Huánuco y la Amazonía	42
3.1.3. Tendencias de digitalización e innovación en el agro	43
3.1.4. Demanda de asistencia técnica y servicios especializados	43
3.1.5. Sostenibilidad y cambio climático en mercados agroindustriales	44
3.1.6. Comercialización y articulación de mercados	46
3.2. Análisis de competidores	47
3.3. Oportunidades comerciales	47
3.4. Análisis FODA	53
PARTE IV. VALIDACIÓN DE AUTODIAGNÓSTICO	55
PARTE V. NIVEL DE MADUREZ DIGITAL	59
5.1. Metodología aplicada:	59
5.2. Resultados de evaluación por subdimensiones	59

5.3. Identificación de brechas	63
5.3.1. Prácticas de Gestión	63
5.3.2. Capital Humano	63
5.3.3. Desarrollo Informático	64
5.3.4. Desarrollo Comercial–Financiero	64
5.3.5. Desarrollo Operacional	64
5.3.6. Causa – efecto	65
5.3.7. Priorización de brechas	66
5.4. Alternativas de solución	67
5.5. Matriz de priorización de solución tecnológica	69
5.6. Análisis Costo Beneficio	72
CONCLUSIONES	75
ANEXOS	77

PRESENTACIÓN Y CONTEXTO

A. Antecedentes y justificación de la consultoría

ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L. tiene domicilio legal en Lima, lo que facilita la gestión administrativa, comercial y tributaria; sin embargo, su operación técnica y de servicios se desarrolla principalmente en regiones amazónicas como Huánuco, San Martín, Ucayali y Pasco. A pesar de contar con un posicionamiento técnico sólido y un capital humano especializado, la empresa opera bajo procesos manuales, información dispersa y herramientas no integradas, lo que limita la planificación, el control operativo y la trazabilidad de sus actividades. Este escenario dificulta la demostración del impacto institucional, genera tiempos de respuesta elevados y reduce la eficiencia en la ejecución de proyectos.

El diagnóstico evidencia brechas críticas: no existe georreferenciación sistemática de servicios, no hay repositorio documental ordenado, los procesos técnicos y administrativos no están digitalizados y la empresa carece de herramientas de gestión comercial estructuradas, como un CRM o una plataforma que formalice el contacto con clientes. La inexistencia de una página web institucional también restringe la visibilidad corporativa y dificulta la presentación profesional de su portafolio de servicios frente a cooperativas, entidades públicas y empresas privadas. Estas restricciones generan reprocesos, descoordinaciones internas y pérdida de oportunidades comerciales, por lo que la consultoría se justifica para modernizar y digitalizar la gestión operativa y comercial, centralizando la información, fortaleciendo la trazabilidad y elevando la competitividad de la empresa.

B. Propósito y resultados esperados

El propósito es fortalecer la gestión interna, operativa y comercial de ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L. mediante la implementación de tres soluciones tecnológicas integradas: un Sistema Web Técnico–Administrativo, un Sistema Web Comercial (CRM) y una Página Web Institucional, que permitan organizar los procesos, mejorar la capacidad de respuesta y consolidar la visibilidad corporativa.

Resultados esperados:

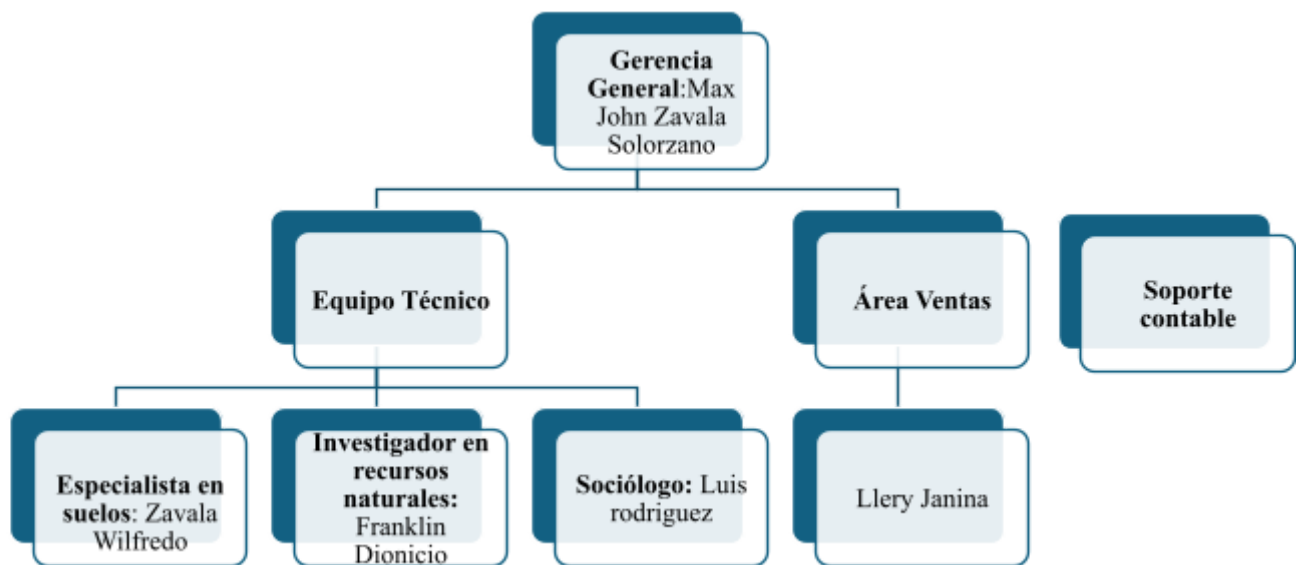
- La empresa gestionará digitalmente al menos el 70% de sus procesos operativos y administrativos desde una plataforma web centralizada.

- Se reducirá en 30% el tiempo de planificación y coordinación, pasando de 3 a 2 días gracias a flujos digitales estandarizados.
- Se logrará trazabilidad completa de los servicios, registrando y georreferenciando el 100% de las intervenciones, con evidencias organizadas dentro del sistema.
- La visibilidad institucional aumentará mediante una Página Web Institucional, permitiendo documentar y publicar al menos el 50% de los servicios ejecutados.
- La atención al cliente será más eficiente, reduciendo el tiempo promedio de confirmación de solicitudes a 2 días y la entrega de informes finales a 5 días, gracias a la automatización y la centralización de la información.
- La gestión comercial será formal y medible, logrando un incremento del 35% en consultas y oportunidades comerciales, con al menos 20% de nuevos clientes provenientes del CRM y la web.
- Se implementará el 100% de las herramientas digitales previstas, con el personal capacitado y al menos 60% de los documentos institucionales digitalizados como base del repositorio interno.

PARTE I. DATOS DE LA EMPRESA

1.1. Datos generales

- **Nombre de la entidad:** ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L
- **RUC:** 20573227728
- **Representante legal:** Max John Zavala Solorzano
- **Tamaño (ventas):** Microempresa
- **Dirección:** Av. Insurgentes Nro. 594 Dpto. 2 Urb. German Astete
- **Departamento:** Lima
- **Provincia:** Lima
- **Distrito:** San Miguel
- **CIU:** 7110 - Actividades De Arquitectura E Ingeniería Y Actividades Conexas De Consultoría Técnica.



1.2. Estructura interna

La empresa presenta una estructura funcional encabezada por la Gerencia General, a cargo del Dr. Max John Zavala Solórzano, quien lidera tanto las actividades técnicas como las comerciales.

Bajo su dirección se encuentran tres áreas principales:

- **Equipo Técnico:** conformado por especialistas en distintas disciplinas ambientales, como el Dr. Zavala (suelos), el Ing. Franklin Dionicio (recursos naturales) y Sociólogo Luis Rodríguez.
- **Área de Ventas:** dirigida por el gerente y Llery Janina, encargada de la atención a clientes y la coordinación de ventas.
- **Soporte Contable:** a cargo de un contador que brinda asistencia eventual en la gestión financiera y tributaria.

En total, la empresa cuenta con 05 empleados.

1.3. Niveles y toma de decisión

La empresa cuenta con una estructura organizativa simple de tres niveles: estratégico, táctico y operativo, acorde a su tamaño y número de trabajadores.

- **Nivel estratégico:** encabezado por la Gerencia General, a cargo del Ing. Max John Zavala Solórzano, quien asume las decisiones principales en aspectos técnicos, administrativos y comerciales.
- **Nivel táctico:** conformado por el equipo técnico especializado, responsable de planificar y ejecutar los servicios ambientales y de capacitación.
- **Nivel operativo:** integrado por las áreas de ventas y soporte contable, que brindan apoyo en la atención al cliente, elaboración de cotizaciones, registro de operaciones y facturación.

La toma de decisiones es centralizada en la Gerencia General, lo que permite mantener el control directo de las actividades, aunque limita la autonomía de las áreas de apoyo. Las coordinaciones se realizan de manera directa y frecuente entre los integrantes del equipo, priorizando la comunicación ágil y la resolución inmediata de requerimientos.

1.4. Actividad Comercial

ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L. desarrolla su actividad comercial en el ámbito de los servicios ambientales, agropecuarios y de capacitación técnica, atendiendo principalmente a instituciones públicas, cooperativas agrícolas y organizaciones de productores rurales. Su gestión se centra en brindar servicios especializados que contribuyen al desarrollo sostenible y al cumplimiento de normativas ambientales y productivas, con operaciones recurrentes en Huánuco, Junín, Pasco, San Martín y Ucayali.

La empresa ofrece una cartera diversificada de servicios que incluye la elaboración de instrumentos de gestión ambiental y asesorías técnicas, la ejecución de capacitaciones y asistencia técnica en temas agroambientales, y la provisión de insumos certificados como semillas y plántones. Estos servicios se adaptan a las características del cliente, priorizando soluciones prácticas, sostenibles y de impacto local.

El modelo comercial combina la atención directa y la colaboración institucional, gestionando contratos mediante encargos, convenios o alianzas con programas públicos y organizaciones del sector agroambiental. La relación con los clientes se basa en la confianza, la experiencia técnica y la reputación profesional del equipo, factores que han permitido mantener una base estable de proyectos a lo largo de los últimos años.

Actualmente, la empresa no dispone de canales digitales de promoción ni sistemas automatizados de gestión comercial, por lo que la captación de clientes depende de

referencias, contactos profesionales y redes locales. No obstante, la implementación de herramientas digitales previstas en su plan de transformación permitirá ampliar su alcance comercial, mejorar la gestión de sus servicios y fortalecer su posicionamiento institucional.

1.5. Productos y/o Servicios

ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L. cuenta con una oferta integral orientada al desarrollo sostenible del sector agropecuario, ambiental y educativo. Su modelo combina la prestación de servicios técnicos y formativos especializados con la provisión de productos certificados, asegurando soluciones completas para las instituciones y organizaciones rurales que atiende.

1.5.1. Productos

- Semillas certificadas y plántones forestales, autorizados por el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA).
- Fertilizantes e insumos agrícolas para programas de reforestación y manejo sostenible.
- Materiales educativos y guías técnicas elaboradas en el marco de sus proyectos de capacitación y asistencia técnica.

1.5.2. Servicios

1) Consultoría e instrumentos de gestión ambiental:

Elaboración de diagnósticos, estudios de impacto ambiental, planes de manejo, monitoreos y asesorías técnicas en cumplimiento de la normativa ambiental.

2) Capacitación y formación técnica:

Desarrollo de talleres, diplomados y cursos enfocados en producción limpia, gestión de recursos naturales y prácticas agrícolas sostenibles, adaptados a técnicos institucionales y productores rurales.

3) Investigación y desarrollo:

Formulación, seguimiento y evaluación de proyectos de investigación agropecuaria, forestal, ambiental y educativa, orientados a la innovación y sostenibilidad.

4) Asistencia técnica y apoyo operativo:

Acompañamiento en campo, alquiler de vehículos, provisión de insumos, apoyo logístico y monitoreo de proyectos agroambientales y forestales.

Figura 01.

NUESTROS SERVICIOS

PROVEEDORES

Insumos y bienes agrícolas, forestales, salud, educación, minera y otras.

Producción y comercialización de semillas, autorizado por el Instituto de Innovación Agraria - INIA.

INVESTIGACIÓN

Elaboración seguimiento y evaluación de proyectos de investigación agropecuaria, forestal y ambiental, educación, salud y otros.

CAPACITACIÓN

Elaboración de proyectos, manuales, guías y otros de educación formal y no formal.

Formación de líderes y promotores en temáticas agropecuaria, ambientales, salud y educación.

Desarrollo de diplomados, cursos y talleres de educación.

INGENIERIA

Formulación y evaluación de proyectos:

- Agrícolas.
- Agropecuarios.
- Forestales.
- Ambientales.
- Agroindustriales.



1.6. Segmento de mercado

ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L. orienta sus servicios al mercado agroambiental y de desarrollo rural, ofreciendo soluciones técnicas y formativas dirigidas a entidades públicas, cooperativas y organizaciones de productores rurales.

1.6.1. Tipo de clientes

- **Instituciones públicas:** gobiernos regionales, municipalidades y programas estatales del sector agrícola y ambiental (AgroRural, Proyecto Especial Pichis Palcazu, SERFOR, MIDAGRI, entre otros).
 - Requieren servicios de consultoría, monitoreo y capacitaciones técnicas.
 - Exigen cumplimiento normativo, trazabilidad y entregables certificados.
- **Organizaciones productivas:** cooperativas y asociaciones rurales dedicadas a cultivos como cacao, café, plátano y frutales amazónicos.
 - Demandas centradas en asistencia técnica, producción sostenible y gestión ambiental.
 - Buscan mejorar productividad, acceso a mercados y certificaciones sostenibles.
- **Pequeños y medianos agricultores:** unidades productivas individuales o familiares.
 - Necesitan asistencia técnica aplicada, capacitación práctica y acompañamiento en campo.
 - Requieren buenas prácticas agrícolas, manejo de recursos y cumplimiento de requisitos para vender a cooperativas o programas públicos.
- **Programas y proyectos de cooperación:** ONGs y entidades privadas que promueven desarrollo territorial, reforestación y educación ambiental.

1.6.2. Cobertura geográfica

- Región principal: Lima (sede administrativa).
- Regiones complementarias: Junín, Pasco, San Martín y Ucayali.
- Ámbito de intervención: zonas rurales y periurbanas con alta actividad agropecuaria.
- Canales de atención: trabajo directo en campo, coordinaciones presenciales y digitales con instituciones.

1.6.3. Características del mercado

- El sector agroambiental peruano muestra una expansión sostenida, impulsada por cultivos como cacao, café y plátano, especialmente en Huánuco, San Martín, Ucayali y Junín, regiones con alto potencial agroforestal.

- Estas zonas concentran numerosas cooperativas y asociaciones agrícolas que demandan servicios de consultoría, capacitación y asistencia técnica.
- Persiste un bajo nivel de digitalización en la gestión y trazabilidad de proyectos, predominando procesos manuales en instituciones y organizaciones rurales.
- Los clientes valoran la experiencia técnica, la cercanía territorial y la confianza profesional, factores clave en la contratación de servicios ambientales.
- Existe una dependencia significativa de programas públicos y cooperación internacional, que definen la mayoría de contratos del sector.
- La transición hacia una agricultura sostenible y libre de deforestación, promovida por la normativa EUDR (2024), genera oportunidades para servicios de trazabilidad y cumplimiento ambiental.
- El interés creciente de cooperativas y gobiernos regionales en digitalizar la gestión de proyectos abre espacio para soluciones tecnológicas aplicadas al monitoreo y control ambiental.

1.7. Canales de distribución

ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L. distribuye sus servicios principalmente a través de canales directos e institucionales, coherentes con su modelo de operación técnica y consultora. La empresa combina la atención personalizada con medios digitales de comunicación, garantizando coordinación efectiva, trazabilidad y acompañamiento durante todas las etapas del servicio.

1.7.1. Canales principales

- **Atención directa institucional:** Coordinaciones con gobiernos locales, cooperativas, asociaciones y entidades públicas mediante reuniones presenciales, llamadas y correos formales. Este canal permite presentar propuestas técnicas, cotizaciones y acuerdos de servicio sin intermediarios, fortaleciendo la relación de confianza con los clientes.
- **Trabajo en campo:** Desplazamiento del equipo técnico hacia zonas rurales para ejecutar capacitaciones, asistencias técnicas y monitoreos ambientales, además de la entrega de materiales educativos, insumos o plántones a los beneficiarios. Este canal refuerza el vínculo territorial y la cercanía con productores y organizaciones rurales.
- **Relaciones interinstitucionales:** Participación en programas estatales, convenios y proyectos de cooperación como AgroRural, SERFOR, MIDAGRI, Proyecto Especial

Pichis Palcazu y diversas ONG que facilitan la continuidad de servicios, la ejecución conjunta de proyectos y la proyección institucional de la empresa.

1.7.2. Canales digitales y complementarios

- Uso de correo electrónico, WhatsApp y Google Drive para la gestión documental, coordinación de actividades, envío de reportes e intercambio de información técnica.
- Participación en ferias, exposiciones técnicas y eventos agroambientales regionales, que contribuyen al posicionamiento institucional y la generación de nuevos contactos.
- Distribución de material informativo brochures, fichas y catálogos digitales en espacios de capacitación y reuniones interinstitucionales.

1.8. Demanda estacional y fluctuante

La demanda de servicios de ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L. presenta una estacionalidad marcada pero predecible, influenciada por los ciclos agrícolas, las condiciones climáticas y la programación de fondos públicos y de cooperación internacional. Esta dinámica es característica de las empresas que operan en el ámbito agroambiental y de desarrollo rural.

1.8.1. Factores que determinan la estacionalidad

a) Ciclos agrícolas:

El comportamiento de la demanda se vincula directamente con las etapas del calendario agrícola nacional. Los periodos de mayor actividad se concentran entre marzo y junio y septiembre a diciembre, coincidiendo con las campañas de siembra, mantenimiento y cosecha de cultivos como cacao, café y plátano, principales productos atendidos por la empresa.

Según el MIDAGRI (2024), estas regiones aportan más del 60 % del cacao y café nacional, lo que genera alta demanda de asistencia técnica, monitoreo ambiental y servicios de certificación sostenible.

b) Condiciones climáticas:

Durante los meses de enero-febrero y julio-agosto, la demanda disminuye debido a la temporada de lluvias intensas en la selva central y alta que dificulta la movilidad, la ejecución de actividades de campo y los desplazamientos logísticos. Esto obliga a priorizar tareas internas como planificación, informes técnicos y formulación de nuevos proyectos.

c) Ejecución presupuestal pública:

El sector público concentra la mayor parte de la inversión en servicios ambientales y agrícolas. Por ello, los picos de contratación se alinean con los periodos de ejecución presupuestal de gobiernos locales, programas estatales y proyectos de cooperación, especialmente en el segundo y cuarto trimestre del año.

1.8.2. Naturaleza de la demanda

La demanda de ECO AMAZÓNICO es fluctuante, con variaciones relacionadas a la disponibilidad de fondos concursables, licitaciones y contratos temporales.

Las empresas ambientales que trabajan con cooperativas rurales dependen en gran medida de convocatorias públicas o cooperación internacional, lo que genera una concentración de actividades en determinados meses del año y menor continuidad durante los periodos administrativos de cierre fiscal.

Asimismo, los servicios de consultoría y capacitación ambiental presentan una demanda complementaria en los meses de menor actividad agrícola, orientada a capacitaciones virtuales, diseño de instrumentos de gestión y elaboración de reportes técnicos.

1.8.3. Tendencias y oportunidades para reducir la estacionalidad

El mercado agroambiental peruano se está orientado hacia una mayor digitalización y uso de herramientas tecnológicas para la trazabilidad y monitoreo remoto.

Programas como ProInnovate – MIPYME Digitales (2024) promueven la adopción de plataformas de gestión, georreferenciación y capacitación en línea, lo que permite a empresas como ECO AMAZÓNICO mantener la prestación de servicios aun en temporadas climáticamente adversas. ECO AMAZÓNICO tiene la oportunidad de reducir su estacionalidad operativa mediante:

- Implementación de servicios digitales de monitoreo ambiental y capacitación virtual.
- Desarrollo de una plataforma web que permita atención continua a clientes institucionales y productores.
- Diversificación de servicios hacia proyectos de educación ambiental, reportes técnicos y seguimiento remoto en meses de baja actividad.

1.9. Procesos

1.9.1. Procesos Estratégicos

A. Identificación De Necesidades

El proceso inicia cuando los clientes principalmente instituciones públicas y productores organizados comunican sus requerimientos mediante llamadas, WhatsApp o correo. Cada solicitud contiene información clave como ubicación, tipo de servicio y objetivos, y es recopilada directamente por el gerente. Aproximadamente el 20% de estas solicitudes se registra de manera digital desde el inicio y la mayoría se atiende de forma operativa dentro de los 3 días posteriores al primer contacto, lo cual define el ritmo con el que se avanza hacia la planificación. Paralelamente, la empresa identifica necesidades a través de convocatorias públicas y expresiones de interés, evaluando si el servicio solicitado corresponde a estudios ambientales, capacitaciones o provisión de insumos agrícolas.

Brechas identificadas

- No existe CRM ni registro formal de necesidades del cliente.
- Solo 20% de los requerimientos se registran digitalmente
- Dependencia total del gerente para captar y entender necesidades.
- No hay análisis de mercado, segmentación ni uso de datos externos.
- No existe protocolo para captar requerimientos ni clasificación de clientes.
- Identificación basada en “referidos” y redes informales.

B. Planificación Y Diseño

Una vez validada la necesidad, se coordina con el cliente para definir alcance, cronograma tentativo y requerimientos técnicos. Durante esta etapa se establecen tiempos estimados: la empresa emplea en promedio 3 días para planificar y validar un servicio completo, desde la solicitud hasta su aprobación. Solo parte de esta planificación se formaliza en documentos digitales, ya que aproximadamente el 10% de los servicios cuenta con cronograma digital compartido. La asignación de especialistas se basa en su disponibilidad y en el tipo de servicio, determinándose el costo según la tarifa horaria que manejan los profesionales, la cual suele oscilar entre S/ 100 y S/ 200 por hora, dependiendo de la especialidad requerida.

Brechas identificadas

- Solo 10% de servicios tiene cronograma digital compartido.

- Altas reprogramaciones (30%) por falta de herramientas y desorden logístico.
- No existe metodología formal de planificación.
- No hay sistema para asignación de especialistas, logística ni recursos.
- No existe estandarización de tiempos, formatos de diseño ni estructura técnica.
- Falta de un sistema para validar contenidos, metodologías o rutas de trabajo.

1.9.2. Procesos operativos

A. Ejecución De Servicios

La ejecución consiste en la realización de actividades técnicas en campo, capacitaciones, evaluaciones o estudios ambientales según el servicio contratado. Durante esta fase, el equipo técnico conformado por especialistas en suelos, biólogos, agrónomos y profesionales externos ejecuta el plan de trabajo utilizando los recursos logísticos disponibles (camioneta Hilux, camión de 3 toneladas, motocarros, equipos y materiales. Cerca del 50% de las actividades de campo genera evidencia digital, como fotografías, listas de asistencia y coordenadas. Además, el 40% de los servicios se ejecuta conforme al cronograma previsto, y las capacitaciones suelen tener una duración de 1 a 3 días, dependiendo del tipo de público y temática.

Brechas identificadas

- Solo 50% de actividades de campo tiene registro digital → trazabilidad incompleta.
- Sin herramientas para supervisión, seguimiento en tiempo real o control operativo.
- Ausencia de software o plataforma para ejecución estandarizada.
- Poca capacidad de prueba de impacto → limita ventas y posicionamiento.
- No se sistematizan rutas, mapas, indicadores o actividades de campo.
- Dependencia de especialistas externos sin una base de datos interna ordenada.

B. Evaluación Y Retroalimentación

Tras finalizar la ejecución, el equipo revisa la información recolectada y elabora los informes correspondientes. Este proceso incluye la consolidación de evidencias, la revisión técnica del contenido y la preparación de conclusiones y recomendaciones para el cliente. En términos operativos, la empresa requiere en promedio 7 días para emitir el informe final después de culminar la ejecución, tiempo en el cual se organiza la información documental y se estructura el entregable solicitado. Una parte de los servicios incluye reportes formales y en algunos casos reuniones de retroalimentación donde se explica el contenido al cliente.

Brechas identificadas

- No existen indicadores, KPIs ni métricas de desempeño.
- Solo 10% de evaluaciones es formal → evaluación insuficiente.
- No existe sistema de control de calidad digital.
- Falta de encuestas, formularios o herramientas para retroalimentación estructurada.
- No hay repositorio organizado de informes, conclusiones o lecciones aprendidas.

C. Entrega de servicios

La entrega consiste en presentar al cliente los informes técnicos, documentos, actas y demás evidencias generadas durante el servicio. Este proceso integra la documentación recopilada durante la ejecución, donde aproximadamente el 50% de los servicios cuenta con evidencias digitales estructuradas. La entrega se realiza en formato físico o digital, según los requerimientos de la institución, y puede incluir unidades documentarias como reportes ambientales, materiales de capacitación, registros fotográficos o listados de participantes. Este cierre marca formalmente la finalización del servicio y permite dejar constancia del trabajo realizado.

Brechas identificadas

- Falta de un sistema digital unificado para todas las entregas.
- Evidencias digitales incompletas (solo 50%).
- No existen formatos estándar de entrega.
- Ausencia de trazabilidad visual (no hay geovisor, dashboard ni repositorio).
- Se pierde información histórica con facilidad.

1.9.3. Procesos de apoyo

A. Seguimiento al cliente

El seguimiento se desarrolla luego de la entrega y consiste en mantener comunicación con los clientes para validar recepción, resolver consultas o coordinar nuevas necesidades. Este acompañamiento es realizado por el gerente mediante llamadas, mensajes o reuniones, y representa una continuidad del vínculo comercial existente. En términos operativos, actualmente alrededor del 10% de los clientes recibe algún tipo de seguimiento posterior, lo que permite identificar requerimientos adicionales o nuevas oportunidades de servicio dependiendo de la relación con el cliente y la naturaleza del trabajo ejecutado.

Brechas identificadas

- Falta total de herramientas de seguimiento al cliente.
- Solo 10% recibe seguimiento → vulnerabilidad comercial alta.
- No existen recordatorios automáticos, segmentación o base de datos.
- No se mide satisfacción del cliente ni retorno.
- No existe repositorio de interacciones, reclamos o solicitudes.
- No hay estrategias de fidelización.

B. Gestión comercial

La gestión comercial está a cargo del gerente, quien recibe solicitudes, revisa convocatorias, formula cotizaciones y elabora propuestas técnicas y económicas. Este proceso también considera el análisis del tipo de cliente, ya que la empresa opera aproximadamente con 70% de clientes del sector público y 30% del sector privado. En cuanto al desempeño comercial, cerca del 5% de las cotizaciones enviadas se convierten en contratos y aproximadamente el 10% de los clientes retorna dentro del mismo año. La comercialización se desarrolla principalmente por contactos directos, referidos y oportunidades detectadas en plataformas estatales, complementada por la elaboración de documentos institucionales como CVs de especialistas, fichas técnicas y brochures.

Brechas identificadas

- 0% uso de canales digitales → brecha mayor crítica.
- No existe sistema de marketing ni campañas digitales.
- Tasa de conversión muy baja (5%).
- Tasa de recompra baja (10%).
- Sin página web, geovisor, landing page, catálogo o plataforma comercial.
- No hay posicionamiento institucional.

1.10. Comunicación interna

Canales de Comunicación

La empresa utiliza principalmente WhatsApp como medio central de coordinación diaria. A través de este canal se comunican solicitudes del cliente, asignación de tareas, coordinación de actividades en campo y envío rápido de fotos, evidencias o documentos operativos. Asimismo, los documentos formales como informes, propuestas, cronogramas

y archivos contables se comparten por correo electrónico, garantizando respaldo y orden documental.

Coordinación Operativa

La coordinación entre el gerente, el equipo técnico y el asistente administrativo se realiza de manera directa y en tiempo real. Los especialistas informan avances, consultas técnicas y requerimientos de campo mediante mensajes o llamadas, lo que permite una rápida articulación para resolver imprevistos. Debido a la naturaleza de los servicios que se desarrollan en distintas regiones esta comunicación inmediata resulta esencial para cumplir con los cronogramas establecidos.

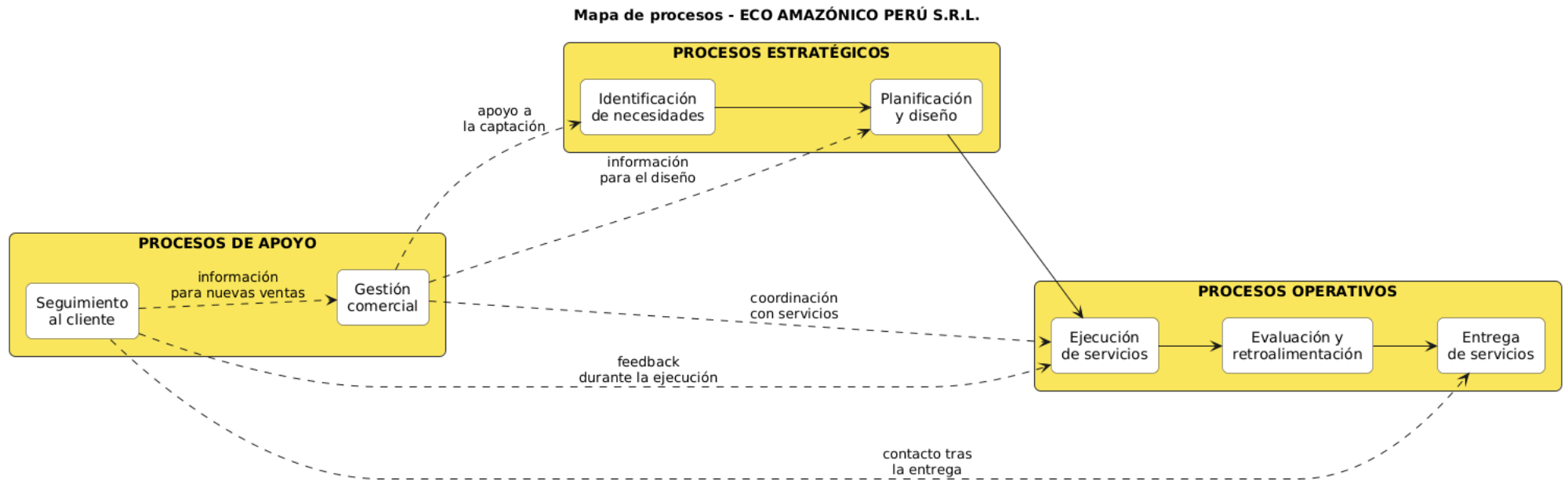
Reuniones y Supervisión

Las reuniones internas, especialmente para planificación técnica y diseño de servicios, se realizan por videollamadas o plataformas virtuales como Zoom o Google Meet. En estas sesiones se revisan los alcances del servicio, se distribuyen responsabilidades y se definen fechas clave. La supervisión del gerente es constante y mantiene el seguimiento del desempeño del equipo a través de reportes digitales y comunicación continua por los canales establecidos.

Flujo de Información y Toma de Decisiones

La empresa maneja un flujo de información centralizado en la Gerencia General, que reúne y comunica los datos clave a las demás áreas, permitiendo decisiones rápidas y coherentes frente a solicitudes o convocatorias. Al ser una microempresa, también existe una comunicación horizontal entre los miembros del equipo, lo que facilita la coordinación directa y ágil de las actividades. Este modelo combinado aporta flexibilidad operativa, aunque implica una alta dependencia del gerente para mantener la continuidad y orden del flujo informativo.

1.11. Mapa de Procesos



1.12. Caracterización de procesos

Caracterización del proceso de Identificación de Necesidades		
Nombre del Proceso	Responsable del proceso	Participantes del proceso
Identificación de Necesidades	Gerente General	Gerente General, asistente administrativo y equipo técnico
Objetivo	Alcance	Recursos
Identificar y recopilar las necesidades, requerimientos y oportunidades de servicio provenientes de clientes, instituciones públicas y organizaciones, con el fin de establecer de manera clara el tipo de intervención requerida.	Este proceso abarca desde la recepción del requerimiento por canales oficiales (WhatsApp, llamadas, correo o convocatorias públicas) hasta la validación preliminar de la necesidad, la recopilación de información inicial y la determinación del tipo de servicio solicitado.	- Información proporcionada por el cliente. - Registros digitales (20% de solicitudes ingresadas). - Canales de comunicación: WhatsApp, llamadas, correo electrónico. - Experiencia técnica del gerente y especialistas. - Acceso a plataformas de convocatorias públicas (SEACE, programas estatales).

Entradas	Proveedores	Principales actividades	Salidas	Clientes	
- Solicitudes de clientes por WhatsApp, llamadas o correo. - Requerimientos y TDR de instituciones públicas. - Información preliminar técnica y geográfica. - Bases de convocatorias públicas.	- Clientes privados. - Instituciones del Estado. - Organizaciones agropecuarias. - Plataformas institucionales.	- Recepción de solicitudes. - Revisión y análisis del requerimiento. - Validación preliminar con el cliente. - Registro inicial del servicio (3 días promedio entre contacto y confirmación). - Identificación del tipo de servicio (ambiental, agrícola, capacitación, producción). - Determinación inicial	- Necesidad del cliente identificada y documentada. - Registro inicial del requerimiento. - Información validada para la planificación del servicio.	- Gerencia General. - Equipo Técnico. - Clientes externos (públicos y privados).	

		del alcance y viabilidad.		
--	--	---------------------------	--	--

Caracterización del proceso de Planificación y Diseño del Servicio		
Nombre del Proceso	Responsable del proceso	Participantes del proceso
Planificación y Diseño del Servicio	Gerente General	Gerente General, equipo técnico y asistente administrativo
Objetivo	Alcance	Recursos
Establecer la estructura técnica, operativa y logística del servicio solicitado por el cliente, definiendo actividades, tiempos, recursos y responsables, con el fin de asegurar que la ejecución se realice de manera eficiente, ordenada y conforme a los requerimientos establecidos.	Este proceso inicia después de validar la necesidad del cliente e incluye la definición del alcance técnico, elaboración del plan de trabajo, estimación de tiempos, asignación de especialistas, determinación de recursos logísticos y preparación de la propuesta técnica y económica. Concluye cuando el cliente aprueba la planificación y el servicio está listo para su ejecución.	- Información inicial proporcionada por el cliente. - Cronogramas y plantillas de planificación (10% digitalizados). - Disponibilidad y perfiles de especialistas. - Herramientas de comunicación virtual (Zoom, WhatsApp, Meet). - Datos operativos de servicios previos. - Tarifas técnicas (100–200 soles/hora)

				según especialidad).
Entradas	Proveedores	Principales actividades	Salidas	Clientes
- Necesidad validada del cliente. - Información técnica preliminar. - Ubicación, plazos y tipo de servicio. - Requerimientos y TDR. - Disponibilidad de recursos y especialistas.	- Clientes externos (públicos y privados). - Gerencia General. - Especialistas técnicos.	- Reuniones de coordinación con el cliente. - Definición del alcance técnico del servicio. - Elaboración del cronograma (3 días promedio). - Asignación de especialistas por especialidad. - Determinación de recursos logísticos. - Elaboración de la propuesta técnica y	- Plan de trabajo definido. - Cronograma preliminar. - Propuesta técnica y económica lista para enviar. - Equipo y recursos asignados.	- Gerencia General. - Equipo técnico. - Área de ventas. - Clientes externos que solicitan aprobación.

		económica.		
--	--	------------	--	--

Caracterización del proceso de Ejecución de Servicios		
Nombre del Proceso	Responsable del proceso	Participantes del proceso
Ejecución de Servicios	Gerente General	Equipo técnico, Gerente General, asistente administrativo
Objetivo	Alcance	Recursos
Realizar las actividades técnicas, operativas y de campo definidas en el plan de trabajo, cumpliendo con los criterios establecidos en la propuesta aprobada y garantizando que el servicio se ejecute de manera eficiente, ordenada y conforme a los estándares requeridos por el cliente.	El proceso inicia con la movilización o preparación de actividades, continúa con la ejecución de tareas, el registro de información y la coordinación con la Gerencia General, y concluye cuando se completan las acciones y se obtiene la información necesaria para la evaluación e informes.	- Equipo técnico especializado (suelo, biología, recursos naturales, agronomía). - Movilidad y logística: camioneta, camión 3T, motocar, equipos y materiales. - Herramientas de campo (GPS, cámaras, listas de asistencia). - Comunicaciones (WhatsApp, llamadas, reuniones virtuales). - Evidencias técnicas (fotografías,

				coordenadas, fichas de campo).
Entradas	Proveedores	Principales actividades	Salidas	Clientes
- Plan de trabajo aprobado. - Cronograma confirmado. - Recursos logísticos asignados. - Datos técnicos preliminares. - Equipos y materiales necesarios.	- Gerencia General. - Área de planificación. - Equipo técnico especializado.	- Movilización del equipo técnico. - Ejecución de actividades de campo, capacitaciones o estudios. - Registro de información técnica. - Levantamiento de evidencias (fotos, coordenadas, asistencia). - Coordinación continua con gerente y cliente. - Cumplimiento de actividades según cronograma.	- Actividades ejecutadas. - Evidencias recopiladas. - Datos y registros técnicos completos. - Insumos listos para elaboración de informes.	- Equipo de evaluación. - Gerencia General. - Clientes externos que recibirán el informe final.

Caracterización del proceso de Evaluación y Retroalimentación				
Nombre del Proceso		Responsable del proceso		Participantes del proceso
Evaluación y Retroalimentación		Gerente General		Equipo técnico y Gerente General
Objetivo		Alcance		Recursos
Analizar y organizar la información generada durante la ejecución, consolidando los datos técnicos y las evidencias para elaborar los informes finales del servicio y asegurar que los resultados estén alineados con los requerimientos del cliente.		El proceso inicia una vez culminada la ejecución e incluye la revisión de evidencias, análisis de la información recopilada, estructuración de conclusiones y recomendaciones, así como la validación del informe por parte del gerente. Concluye cuando el informe es aprobado y se coordina la retroalimentación final con el cliente.		- Evidencias de campo (fotografías, coordenadas, registros). - Información técnica recopilada por el equipo. - Plantillas y formatos de informe. - Comunicación con el cliente para aclaraciones. - Herramientas digitales (Word, Excel, correo electrónico).
Entradas	Proveedores	Principales actividades	Salidas	Clientes
- Información técnica recopilada.	- Equipo técnico.	- Revisión y análisis de información.	- Informe final del servicio.	- Gerencia General.

- Evidencias de campo. - Plan de trabajo ejecutado. - Observaciones del equipo técnico.	- Gerencia General.	- Organización y consolidación de evidencias. - Elaboración de informes y anexos. - Validación final por el gerente. - Coordinación de retroalimentación con el cliente.	- Recomendaciones técnicas. - Documentación validada para entrega.	- Cliente externo. - Equipo encargado de la entrega.
---	---	---	---	---

Caracterización del proceso Entrega de Servicios		
Nombre del Proceso	Responsable del proceso	Participantes del proceso
Entrega de Servicios	Gerente General	Gerente General, equipo técnico y asistente administrativo
Objetivo	Alcance	Recursos

Formalizar la entrega de los productos finales del servicio, asegurando que los informes, evidencias y documentos generados cumplan con los requisitos del cliente y sean presentados de manera clara, completa y conforme a lo acordado.		El proceso inicia cuando el informe final ha sido validado e incluye la preparación del expediente de entrega, organización de documentos, revisión de formatos solicitados y envío o entrega física/digital al cliente. Concluye cuando el cliente confirma la recepción del servicio y se cierra formalmente el proyecto.		- Recursos - Informe final validado. - Evidencias digitales (fotos, coordenadas, listas de asistencia). - Documentos técnicos y anexos. - Sistemas de envío digital (correo electrónico, plataformas). - Material impreso cuando el cliente lo solicita.	
Entradas	Proveedores	Principales actividades	Salidas	Clientes	
- Informe final validado. - Anexos y evidencias técnicas. - Indicaciones del cliente sobre formato de entrega. - Documentos técnicos requeridos.	- Equipo técnico. - Gerencia General.	- Preparación del expediente de entrega. - Revisión del formato solicitado. - Organización de anexos y evidencias. - Envío o entrega física/digital al cliente.	- Expediente completo del servicio. - Documentación entregada en físico y/o digital. - Servicio formalmente entregado.	- Cliente externo (instituciones públicas o privadas). - Gerencia General.	

		- Confirmación de recepción.		
--	--	------------------------------	--	--

Caracterización del proceso Seguimiento al Cliente				
Nombre del Proceso		Responsable del proceso		Participantes del proceso
Seguimiento al Cliente		Gerente General		Gerente General y asistente administrativo
Objetivo		Alcance		Recursos
Mantener la comunicación con el cliente una vez entregado el servicio, verificando la recepción, atendiendo consultas y detectando posibles necesidades adicionales que puedan derivar en nuevos servicios o continuidad operativa.		Este proceso inicia después de la entrega del expediente final e incluye la confirmación de recepción, atención de consultas, revisión de posibles aclaraciones y contacto posterior para evaluar la satisfacción del cliente. Concluye cuando se obtiene la retroalimentación necesaria y se identifican oportunidades de continuidad o cierre definitivo del servicio.		- Canales de comunicación (WhatsApp, llamadas, correo electrónico). - Registro previo de clientes y servicios entregados. - Información técnica del servicio. - Disponibilidad del gerente y asistente administrativo.
Entradas	Proveedores	Principales actividades	Salidas	Clientes

- Servicio entregado. - Información del expediente final. - Consultas o dudas del cliente. - Datos de contacto.	- Cliente externo. - Gerencia General.	- Confirmación de recepción del servicio. - Atención de consultas y aclaraciones. - Comunicación de seguimiento posterior. - Registro de observaciones o nuevas necesidades. - Coordinación de futuras intervenciones si aplica.	- Cliente atendido post-servicio. - Observaciones registradas. - Identificación de nuevas oportunidades de servicio.	- Clientes externos. - Gerencia General.
--	---	--	--	---

Caracterización del proceso Gestión Comercial		
Nombre del Proceso	Responsable del proceso	Participantes del proceso
Gestión Comercial	Gerente General	Gerente General, asistente administrativo y equipo técnico (según requerimientos)

Objetivo		Alcance		Recursos	
Atender las consultas y requerimientos de clientes, formular cotizaciones y propuestas técnicas, y gestionar oportunidades comerciales provenientes de contactos directos, referidos o convocatorias públicas, asegurando el flujo comercial necesario para la continuidad de los servicios.		El proceso inicia con la recepción de una solicitud o la identificación de una oportunidad comercial e incluye la revisión de términos de referencia, elaboración de cotizaciones, coordinación con especialistas, preparación de propuestas técnicas y envío de documentación al cliente o entidad pública. Concluye cuando la propuesta es enviada y el cliente confirma su recepción o aprobación.		- Información del cliente y requisitos del servicio. - Tarifas técnicas y hojas de costos. - Documentos institucionales (CVs, brochures, RUC, ficha RNP si aplica). - Canales de comunicación (WhatsApp, correo, SEACE y plataformas públicas). - Aporte técnico del equipo especializado.	
Entradas	Proveedores	Principales actividades	Salidas	Clientes	
- Solicitudes de clientes. - Convocatorias públicas o TDR. - Información técnica del servicio requerido.	- Clientes privados. - Instituciones públicas. - Gerencia General.	- Revisión de requerimientos o TDR. - Coordinación técnica para definir alcance y costos.	- Cotización o propuesta técnica-económica. - Documentación comercial enviada. - Registro de oportunidad	- Clientes externos (públicos y privados). - Gerencia General.	

- Tarifas y estructura de costos.		- Elaboración de cotizaciones. - Preparación de propuestas técnicas y económicas. - Envío de documentos institucionales. - Confirmación de recepción con el cliente.	comercial atendida.	
-----------------------------------	--	---	---------------------	--

1.13. Indicadores Actuales de los Procesos

Proceso	Indicador	Brecha (Situación actual)
Identificación de necesidades	Servicios con registro digital del requerimiento	Solo el 20% de los servicios inicia con un registro digital; la mayoría se documenta por mensajes o notas informales.
Identificación de necesidades	Tiempo promedio entre contacto y confirmación	El proceso tarda 3 días debido a la ausencia de un sistema centralizado para coordinar solicitudes.
Planificación y diseño	Servicios con cronograma digital	Solo el 10% de los servicios cuenta con cronogramas digitales debido a la falta de una herramienta integrada.
Planificación y diseño	Tiempo de planificación y validación	La planificación toma 3 días por el uso de documentos dispersos y coordinaciones manuales.
Planificación y diseño	Proyectos reprogramados	El 30% de los servicios se reprograma por fallas de coordinación y logística sin control digital.
Ejecución de servicios	Actividades registradas digitalmente (fotos, coordenadas, formularios)	Solo el 50% de las actividades tiene registro digital; el resto se maneja en carpetas o apuntes no sistematizados.
Ejecución de servicios	Servicios ejecutados sin retrasos	Solo el 40% se ejecuta según lo planificado por falta de herramientas para seguimiento operativo.
Evaluación y retroalimentación	Servicios con informe digital	Solo el 10% cuenta con informes digitales debido a que muchos registros se consolidan manualmente.
Evaluación y retroalimentación	Tiempo para emitir informe final	Emitir el informe final toma 7 días por no contar con procesos automáticos para consolidar información.

Entrega de servicios	Servicios con evidencia digital	Solo el 50% cuenta con evidencia digital (fotos, actas, informes) por falta de sistematización.
Seguimiento al cliente	Clientes con seguimiento posterior	Solo el 10% recibe seguimiento porque no existe un sistema que automatice recordatorios y comunicación postservicio.
Comunicación y visibilidad	Servicios difundidos digitalmente	El 0% se difunde en plataformas digitales por no contar con página web activa ni canales de publicación formal.
Gestión comercial	Nuevos clientes captados por medios digitales	Actualmente 0% proviene de medios digitales por falta de estrategias y herramientas de marketing.
Gestión comercial	Cotizaciones convertidas en contratos	Solo el 5% se convierte en contratos debido a la ausencia de un sistema comercial que haga seguimiento.
Gestión comercial	Clientes recurrentes	Solo el 10% vuelve a contratar por falta de seguimiento postservicio y base de datos comercial organizada.

PARTE II. CULTURA ORGANIZACIONAL

2.1. Capacidades Tecnológicas

A. Herramientas y equipamiento para la gestión técnica

La empresa cuenta con equipamiento básico (laptops, dispositivos móviles y herramientas para registro fotográfico) que permite desarrollar actividades de campo y capacitaciones. Si bien estas herramientas facilitan la recolección inicial de información, su uso no está integrado a un sistema único, lo cual genera dispersiones en los registros y dificulta consolidar evidencias de manera ordenada.

Actualmente, el equipo registra fotografías, coordenadas y datos técnicos, pero estos se almacenan de forma manual o en carpetas no organizadas. Esto limita la trazabilidad de los servicios y la capacidad de mostrar resultados institucionales a través de informes o plataformas digitales.

B. Infraestructura digital y sistemas disponibles

La infraestructura digital se encuentra en un nivel inicial. ECO AMAZÓNICO no cuenta con sistemas especializados para la planificación, ejecución o seguimiento de servicios técnicos y de capacitación. Las actividades se gestionan principalmente mediante:

- Archivos ofimáticos (Excel, Word, PDF),
- Mensajería instantánea como principal canal de coordinación,
- Carpeta compartida para almacenamiento básico.

A la fecha, la empresa no cuenta con:

- Página web institucional,
- Plataforma de geovisualización,
- Sistema para registro automatizado de intervenciones,
- CRM para gestión comercial,
- Sistemas administrativos integrados.

La falta de sistemas centralizados genera retrasos, duplicidad de trabajo y baja visibilidad institucional.

C. Nivel de digitalización en los procesos internos

El nivel de digitalización actual se caracteriza por ser parcial y no sistematizado. Los principales procesos de la empresa planificación, ejecución, evaluación y gestión comercial se gestionan de manera manual o con herramientas básicas, lo cual limita la eficiencia operativa.

Evidencias actuales:

- Solo el 20% de los servicios inicia con un registro digital ordenado.
- Solo el 10% de los cronogramas está digitalizado.
- El 30% de los proyectos requiere reprogramaciones por fallas de coordinación.
- El registro digital en campo alcanza solo el 50%.
- Solo el 10% de los servicios cuenta con informes digitales formales.
- La difusión digital es 0%, ya que no existe una página web ni canales institucionales activos.
- La captación digital también es 0%, por ausencia de estrategias y herramientas.

Esto demuestra que la empresa está en una etapa temprana de madurez digital y requiere herramientas que automaticen los procesos críticos para mejorar desempeño y trazabilidad.

D. Gestión administrativa y documental

La gestión documental se realiza mediante carpetas digitales y archivos independientes que no están articulados con un sistema institucional. Esto genera:

- Información dispersa y difícil de recuperar.
- Riesgo de pérdida de datos.
- Retrasos para consolidar informes.
- Limitada capacidad para demostrar intervenciones
- Falta de un repositorio digital unificado.

El proceso de generar informes puede tardar hasta 7 días, debido a la necesidad de recopilar evidencias desde múltiples fuentes no centralizadas.

E. Capacidades tecnológicas del personal

El equipo demuestra una capacidad operativa básica para el uso de herramientas digitales simples. Sin embargo, carece de entrenamiento en:

- Sistemas de planificación digital
- Georreferenciación institucional organizada
- Herramientas CRM
- Plataformas de visualización
- Gestión documental estructurada

A pesar de ello, existe una alta disposición hacia la adopción tecnológica, reconociendo que los sistemas digitales son necesarios para mejorar la eficiencia y fortalecer la imagen institucional.

2.2. Cultura digital

A. Mentalidad y apertura al uso de tecnologías

El equipo de ECO AMAZÓNICO muestra una actitud favorable hacia la adopción de herramientas digitales y reconoce la necesidad de modernizar sus procesos para mejorar la organización y la comunicación institucional. Existe disposición para aprender y adaptarse a nuevas prácticas, lo que constituye una base sólida para impulsar la transformación digital dentro de la empresa.

B. Prácticas digitales en la gestión diaria

Si bien se emplean recursos digitales básicos en el trabajo cotidiano como fotografías, formularios simples o coordinación por WhatsApp estas prácticas no se encuentran estandarizadas ni forman parte de una metodología institucional. La digitalización aún depende de la iniciativa individual, lo que genera variabilidad en la gestión de información y limita la consolidación de una cultura digital uniforme.

C. Relación digital con clientes y actores externos

La empresa se encuentra en un punto ideal para abrirse al ecosistema digital y proyectar una presencia institucional moderna. La futura incorporación de canales como una página web, redes sociales y un espacio digital para difundir servicios representa una oportunidad estratégica para fortalecer la visibilidad de la organización, comunicar intervenciones técnicas de manera profesional y establecer un vínculo más cercano con clientes, aliados y nuevas audiencias. Este nuevo panorama permitirá posicionar el trabajo territorial de la empresa de forma más clara y ampliar su alcance comercial a través de medios digitales,

generando un impacto positivo en su imagen institucional y en la captación de oportunidades.

2.3. Seguridad y Almacenamiento

ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L. administra su información principalmente a través de carpetas digitales básicas y dispositivos personales, lo que permite conservar documentos operativos, informes y registros de campo, pero sin una estructura institucional que garantice orden, trazabilidad o control documental. La información se encuentra dispersa en diferentes equipos y ubicaciones, lo que dificulta mantener versiones actualizadas, acceder a datos históricos o consolidar evidencia de manera eficiente.

Actualmente no existen lineamientos formales para copias de seguridad, control de accesos, organización de archivos o procedimientos de resguardo, lo que expone a la empresa a riesgos de pérdida parcial o total de información ante fallas técnicas o rotación de personal. Esta situación evidencia la necesidad de fortalecer las prácticas internas vinculadas al manejo, almacenamiento y protección de datos institucionales, especialmente aquellos relacionados con trabajos de campo, informes técnicos y actividades administrativas.

2.4. Marketing y Comercialización

A. Situación actual

La empresa no cuenta con presencia digital institucional ni con herramientas que faciliten la promoción de sus servicios. Las actividades comerciales se realizan mediante canales tradicionales y relaciones directas, lo que limita el alcance a nuevos clientes y dificulta mostrar el valor del trabajo realizado.

B. Gestión comercial

El proceso comercial se lleva a cabo sin herramientas digitales que permitan registrar prospectos, dar seguimiento a cotizaciones, medir conversiones o gestionar una cartera de clientes. Esto genera dependencia de coordinaciones informales y limita la capacidad de proyectar demanda o evaluar el rendimiento comercial.

C. Oportunidad de crecimiento

El desarrollo de una estrategia digital, acompañado de una página web y herramientas de gestión comercial, permitirá ampliar la visibilidad institucional, mejorar la captación de clientes y fortalecer la presentación de resultados ante aliados y entidades externas.

2.5. Gestión de Residuos Sólidos

A. Prácticas actuales

La empresa genera una cantidad reducida de residuos sólidos debido a la naturaleza de sus actividades. Los principales residuos provienen de materiales de oficina, insumos de campo y elementos utilizados durante talleres o capacitaciones. El equipo procura una disposición adecuada y responsable durante las intervenciones.

B. Responsabilidad ambiental

Aunque no existe un plan formal de gestión de residuos, las prácticas actuales reflejan una adecuada conciencia ambiental, coherente con la misión técnica y territorial de la empresa. Las acciones se enfocan en mantener orden, evitar impactos y disponer los materiales en puntos adecuados.

C. Oportunidad de mejora

Implementar lineamientos básicos para la clasificación de residuos, reducción de insumos no reciclables y registro de manejos específicos permitirá fortalecer el compromiso ambiental y mejorar los estándares de intervención en campo.

PARTE III. SECTOR EXTERNO

3.1. Tendencias de mercado

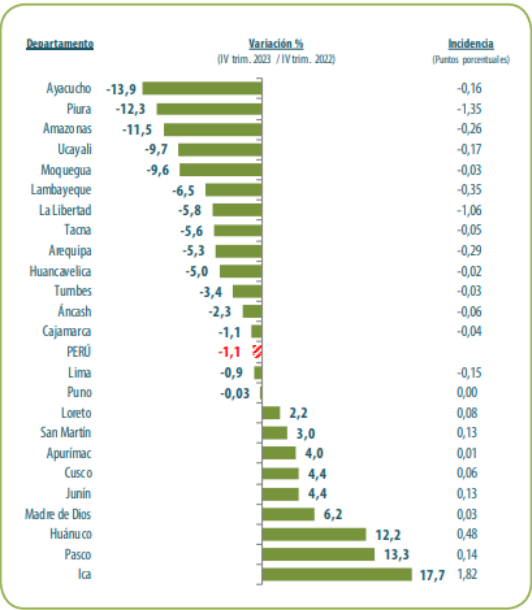
3.1.1. Desempeño económico del sector agroindustrial en el Perú

El sector agropecuario y agroindustrial continúa siendo uno de los pilares más importantes de la economía peruana. Según datos del Banco Mundial, la agricultura representó en 2024 el 6,06 % del PBI nacional, consolidándose como una actividad estratégica para el crecimiento y la estabilidad económica del país. Asimismo, el sector agrícola constituye una fuente clave de empleo: alrededor del 24 % de la población ocupada en el Perú trabaja en actividades agropecuarias, lo que evidencia su relevancia social y territorial, especialmente en zonas rurales.

En términos comerciales, las agroexportaciones continúan mostrando un comportamiento favorable. Durante 2023, las exportaciones agrícolas alcanzaron aproximadamente US\$ 10 545 millones, según reportes sectoriales. Para 2024, se proyectó que este valor superaría los US\$ 11 500 millones, impulsado por cadenas como café, cacao, uva, arándanos y otros productos no tradicionales. Este dinamismo reafirma el posicionamiento del Perú como un proveedor competitivo de productos agroindustriales en mercados internacionales.

Figura 02.

Variación de la Producción Agropecuaria por Departamento (IV Trim. 2023 – IV Trim. 2022)



3.1.2. Contexto regional: Huánuco y la Amazonía

La región Huánuco, al igual que otras áreas amazónicas, posee una fuerte base agropecuaria sustentada en cadenas como café, cacao, banano, tubérculos y ganadería. El Banco Central de Reserva del Perú reportó que la actividad agropecuaria regional registró un crecimiento de 4,2 % en el periodo enero–febrero de 2024, reflejando una recuperación progresiva de la producción agrícola y pecuaria. Estas tendencias son consistentes con la expansión de la agricultura familiar y el fortalecimiento de cooperativas y asociaciones productoras en la zona.

La Amazonía peruana también se caracteriza por su enorme potencial productivo, aunque enfrenta desafíos vinculados a conectividad, infraestructura, articulación comercial y acceso a tecnología. En este contexto, regiones como Huánuco demandan cada vez más servicios de asistencia técnica, capacitación y planificación territorial para elevar la productividad y mejorar la inserción de los productores en mercados regionales y nacionales.

Figura 03.

Proyección de Hectáreas Sembradas por Cultivo – Campaña 2024–2025

Intenciones de siembra en los principales cultivos en la campaña agrícola 2024-2025								
Arroz			Papa			Maíz amarillo		
Departamento	Hectáreas	Var. %*	Departamento	Hectáreas	Var. %*	Departamento	Hectáreas	Var. %*
San Martín	114,221	2%	Puno	58,491	-3.4%	San Martín	67,561	18.7%
Lambayeque	52,685	2%	Huánuco	50,414	12.8%	Loreto	42,499	2.8%
Piura	50,937	-8.6%	Ayacucho	34,090	10.6%	Lambayeque	23,814	62.7%
Loreto	40,495	9.7%	Cusco	33,857	5%	Cajamarca	20,992	18.5%
Amazonas	37,349	-18.5%	La Libertad	28,132	5.7%	Ica	18,824	1.4%
Total	427,428	0.3%	Total	356,753	4.4%	Total	290,377	8.6%

3.1.3. Tendencias de digitalización e innovación en el agro

A nivel global, la agricultura se encuentra en un proceso de transformación hacia la Agricultura 4.0, caracterizada por el uso de sensores, software especializado, imágenes satelitales, sistemas de georreferenciación y herramientas de análisis de datos. Diversos estudios sectoriales estiman que la digitalización puede aumentar la productividad entre 20 % y 25 % en diferentes tipos de cultivos y sistemas agrícolas, al permitir un manejo más eficiente de recursos, reducción de costos y mejora en la toma de decisiones.

En el Perú, esta tendencia comienza a consolidarse principalmente en agroexportadoras y cooperativas que requieren trazabilidad, control de calidad e información técnica para acceder a mercados internacionales. Aunque su adopción todavía es desigual, existe una creciente demanda de herramientas digitales que permitan monitorear territorios, registrar intervenciones, sistematizar evidencias y gestionar información productiva. Estas tendencias generan nuevas oportunidades para empresas que brindan servicios especializados en digitalización, estudios territoriales y capacitación técnica.

3.1.4. Demanda de asistencia técnica y servicios especializados

La asistencia técnica es un componente fundamental para impulsar el desarrollo agroindustrial del país. Más del 80 % de las unidades agropecuarias corresponden a agricultura familiar, lo que subraya la necesidad de fortalecer capacidades productivas, organizativas y comerciales. En respuesta a esta brecha, el Gobierno Peruano aprobó en 2024 el Reglamento de la Ley de Extensión Agropecuaria, cuyo objetivo es llevar servicios de capacitación, asistencia técnica y transferencia tecnológica a más de 2 millones de productores, priorizando al 90 % que pertenece a la agricultura familiar.

Este nuevo marco normativo impulsa la demanda por servicios profesionales vinculados a diagnóstico territorial, fortalecimiento de capacidades, monitoreo de intervenciones, planes productivos y modernización de prácticas agrícolas. Empresas como ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L., que trabajan en zonas amazónicas, se encuentran en una posición favorable para atender estas necesidades crecientes del sector.

Figura 04.

Evento nacional sobre Extensión Agropecuaria en el Perú (2023)



En respuesta a esta brecha, el Gobierno Peruano aprobó en 2024 el Reglamento de la Ley de Extensión Agropecuaria, cuyo objetivo es llevar servicios de capacitación, asistencia técnica y transferencia tecnológica a más de 2 millones de productores, priorizando al 90 % que pertenece a la agricultura familiar.

Este nuevo marco normativo impulsa la demanda por servicios profesionales vinculados a diagnóstico territorial, fortalecimiento de capacidades, monitoreo de intervenciones, planes productivos y modernización de prácticas agrícolas. Empresas como ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L., que trabajan en zonas amazónicas, se encuentran en una posición favorable para atender estas necesidades crecientes del sector.

3.1.5. Sostenibilidad y cambio climático en mercados agroindustriales

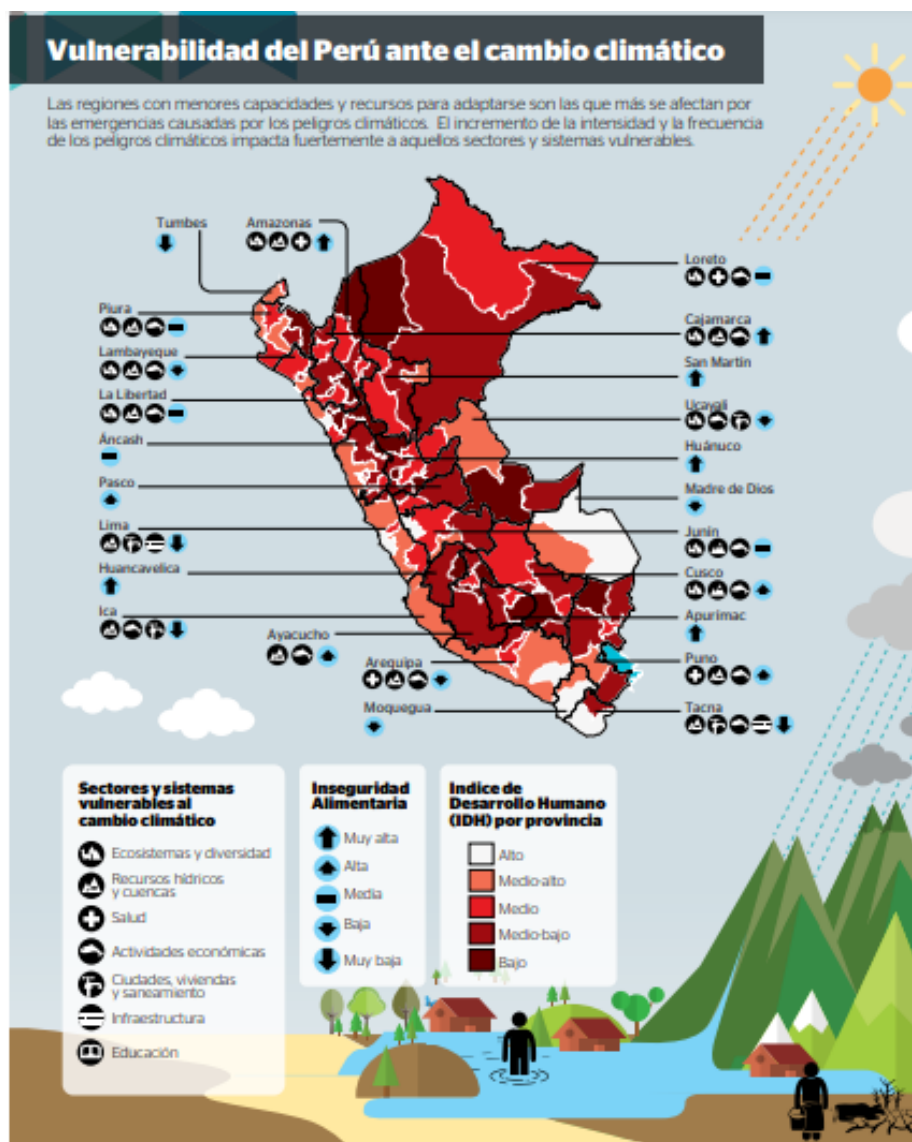
Las exigencias ambientales y climáticas son cada vez más importantes en los mercados agroindustriales, especialmente para productos como café, cacao, frutas y cultivos amazónicos. Los compradores internacionales evalúan criterios de sostenibilidad,

trazabilidad, manejo de bosques, impacto ambiental y reducción de riesgos climáticos. Estas demandas crean presión para mejorar prácticas agrícolas y fortalecer los sistemas de registro y monitoreo ambiental.

El cambio climático afecta directamente a las regiones amazónicas, incrementando la variabilidad de lluvias, la presencia de plagas y la ocurrencia de eventos extremos. Esto genera una mayor necesidad de asistencia técnica, análisis territorial, planificación del uso del suelo y sistemas de información geográfica que permitan evaluar riesgos, tomar decisiones oportunas y garantizar la sostenibilidad de las cadenas productivas.

Figura 05.

Vulnerabilidad del Perú frente al Cambio Climático por Regiones



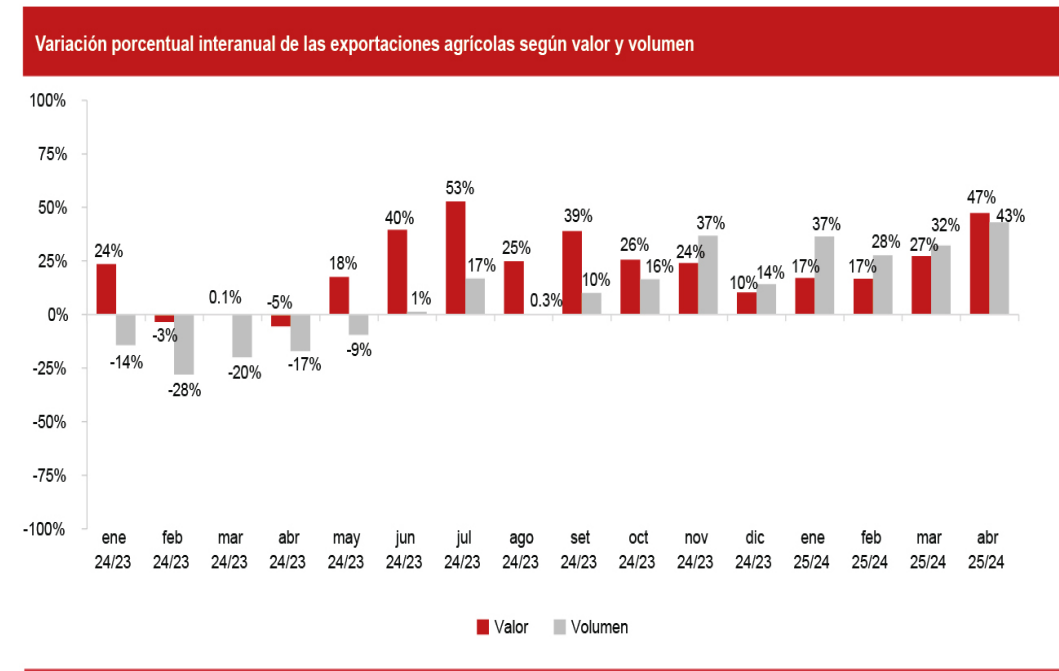
3.1.6. Comercialización y articulación de mercados

La comercialización agroindustrial en Perú continúa expandiéndose impulsada por la alta demanda externa y la diversificación de productos. En 2024, diversas cadenas agroexportadoras registraron crecimientos de dos dígitos, y el país consolidó su posición como uno de los principales proveedores de frutas, café y cacao a nivel global. Esto ha generado oportunidades para que productores, cooperativas y asociaciones accedan a nuevos mercados siempre que cuenten con información adecuada, trazabilidad y acompañamiento técnico.

A nivel regional, la mejora de la infraestructura y el crecimiento de organizaciones productoras han permitido una mayor articulación comercial en la Amazonía. Sin embargo, persisten brechas en información de mercado, posicionamiento territorial, gestión de datos y estrategias de visibilidad. Estas brechas representan oportunidades para empresas que ofrecen servicios relacionados con desarrollo de portafolios, estudios territoriales, capacitación y apoyo comercial.

Figura 06.

Variación interanual del valor y volumen de las exportaciones agrícolas del Perú (2023–2025)



Fuente: Sunat. Elaboración: ComexPerú.

3.2. Análisis de competidores

AGRO ASESORES PERÚ – Huaral

- **Ubicación:**
Urb. Luis Ponce Canessa Mz C Lote 3 – Huaral, Perú.
- **Descripción:** Agro Asesores Perú es una consultora especializada en brindar asesorías técnicas y consultorías agrícolas a instituciones públicas y privadas, enfocada principalmente en el registro de plaguicidas de uso agrícola, ejecución de ensayos de eficacia y ampliación de uso bajo normativa SENASA. La empresa cuenta con un equipo de ingenieros agrónomos y especialistas que gestionan procesos para implementación de certificaciones agrícolas como GLOBALG.A.P. y otras normas de exportación, además de ofrecer capacitaciones In House orientadas al fortalecimiento técnico de equipos productivos.
- **Redes sociales:**
 - ✓ Página web: <https://agroasesoresperu.com/>
 - ✓ Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100068879367046>
- **Análisis:** Consultora con marcada especialización en la implementación de certificaciones agrícolas para mercados de exportación, destacando el manejo operativo del protocolo GLOBALG.A.P. y normas relacionadas. Su actividad técnica en ensayos de eficacia y ampliación de uso de plaguicidas, junto con servicios de capacitación In House, le permite posicionarse como proveedor de soluciones orientadas a cumplimiento normativo y preparación para auditorías. Mantiene una estrategia centrada en criterios de inocuidad, sostenibilidad y desempeño productivo bajo estándares internacionales.

AGRO LEAL – Miraflores

- **Ubicación:** Av. Hipólito Unanue 200, Miraflores – Lima, Perú.
- **Descripción:** Agro Leal es una consultora orientada a la agroexportación que brinda asesoría estratégica empresarial, consultoría agrícola y gestión de sostenibilidad para organizaciones del sector agroindustrial. Su propuesta prioriza la rentabilidad, la eficiencia de procesos y la optimización productiva mediante servicios como fortalecimiento organizacional, mejora de plantas de empaque, evaluación de riesgos e intermediación logística y comercial. Cuenta con un equipo

de expertos en gestión, finanzas, producción y operaciones con experiencia en mercados internacionales.

- **Redes sociales:**

- ✓ Página web: <https://agroleal.com.pe/>

- ✓ LinkedIn:

- <https://www.linkedin.com/company/leal-inversiones-y-consultor%C3%ADas/>

- **Análisis:** Consultora posicionada en el segmento de agroexportación de alto nivel, con enfoque en estrategia empresarial y optimización de procesos operativos. Prioriza servicios dirigidos a empresas medianas y grandes que buscan competitividad internacional, destacando el diseño de modelos de negocio, la gestión de sostenibilidad y la expansión comercial. La combinación de experiencia directiva y servicios corporativos le otorga ventaja en proyectos de alto impacto, especialmente en cadenas orientadas a mercados premium.

AGRONEGOCIOS OLLERO – Huancayo / Lima

- **Ubicación:** Avenida 13 de noviembre 835 – El Tambo, Huancayo y también en Prolongación Javier Prado 7039 Dpto. 202 – Ate, Lima
- **Descripción:** Agronegocios Ollero es una organización privada de desarrollo agrario fundada por el Ing. Federico S. Ollero Delgado, orientada a brindar soluciones técnicas y estratégicas para productores y organizaciones agropecuarias. Ofrece servicios de capacitación, elaboración de proyectos, asesoramiento técnico y formulación de planes de negocio, promoviendo prácticas sostenibles y modelos de autogestión productiva. Su enfoque abarca desarrollo territorial, cadenas productivas, agricultura familiar e inclusión social, integrando asistencia técnica con experiencia de más de 40 años en gestión pública y privada.
- **Redes sociales:**
 - ✓ Página web: <https://agronegociosollero.com/>
 - ✓ Facebook: <https://www.facebook.com/AgroconsultoraOllero/>
 - ✓ Instagram: <https://www.instagram.com/agronegociosollero/>
- **Análisis:** Consultora con posicionamiento fuerte en acompañamiento técnico agrícola y desarrollo productivo rural, sustentada en la trayectoria individual de su fundador y su red de aliados institucionales. Mantiene una propuesta de alto valor

para proyectos de inversión pública y planes de negocio en contextos rurales, lo que la hace relevante en programas territoriales y cadenas locales. Se orienta a fortalecer la competitividad de pequeños y medianos productores mediante formación, autogestión y asistencia directa en campo, priorizando sostenibilidad y desarrollo social.

GROADVICE PERÚ - Lima

- **Ubicación:** CalLas Castañitas Nro. 138 Urb. El Palomar Lima - Lima - San Isidro
- **Descripción:** AgroAdvice Perú es una consultora especializada en asesoría regulatoria y capacitación para el sector agrícola, enfocada en la gestión de registros de plaguicidas ante SENASA y la Comunidad Andina. Ofrece servicios de elaboración de expedientes técnicos, asesoría post-registro, capacitación agronómica y desarrollo de cursos temáticos vinculados a sanidad, uso de insumos y manejo seguro. Su propuesta combina conocimientos técnicos con experiencia normativa, atendiendo necesidades específicas de empresas comercializadoras, importadoras y distribuidoras de insumos agrícolas.
- **Redes sociales:**
 - ✓ Página web: <https://agroadvice.com.pe/>
 - ✓ Facebook: <https://www.facebook.com/AgroAdvicePeru/>
 - ✓ LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/agro-advce-per%C3%BA/?originalSubdomain=pe>
 - ✓ Instagram: <https://www.instagram.com/agro.advice/>
- **Análisis:** AgroAdvice se posiciona como consultora especializada en regulación y procedimientos de registro ante organismos competentes, consolidando experiencia técnica en normativas nacionales y andinas. Su fortaleza radica en el manejo de expedientes, ampliaciones de uso y procesos administrativos complejos, lo que la vuelve atractiva para empresas vinculadas a insumos agrícolas. Además, complementa su propuesta con capacitaciones post-registro y eventos técnicos, generando un ecosistema de servicios centrado en el cumplimiento normativo y el soporte regulatorio empresarial.

AGRAYU – Tarapoto

- **Ubicación:** Jr. Jose Olaya Nro. 1043 Otr. Jose Olaya San Martin - San Martin - Tarapoto
- **Descripción:** Agrayu es una plataforma híbrida que conecta servicios físicos y digitales para agricultores familiares. Su propuesta integra asesoría técnica remota, venta y distribución directa de insumos agrícolas, planes de fertilización y manejo integrado de plagas, análisis de suelos y telemedicina. Bajo un enfoque logístico y tecnológico, aplica identidades digitales basadas en blockchain y perfiles productivos para personalizar recomendaciones y optimizar la rentabilidad agrícola.
- **Redes sociales:**
 - ✓ Página web: <https://agrayu.com/>
 - ✓ Facebook: https://www.facebook.com/Agrayuperu?_rdc=1&_rdr#
 - ✓ Instagram: <https://www.instagram.com/agrayucosecha/>
 - ✓ LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/agrayuoficial/>
 - ✓ YouTube: <https://www.youtube.com/@AgrayuCosecham%C3%A1s>
 - ✓ TikTok: <https://www.tiktok.com/@agrayujuntoscosec>
- **Análisis:** Agrayu combina consultoría agronómica con un modelo de distribución territorial y digitalización rural, diferenciándose por su enfoque logístico y uso de datos en tiempo real. Su fortaleza radica en la descentralización operativa y la creación de perfiles productivos mediante blockchain, lo cual facilita la toma de decisiones y la fidelización de productores. Aunque no está orientada a certificaciones ni sistemas de gestión, su capacidad de acompañamiento técnico continuo la posiciona como un competidor relevante para productores pequeños y medianos que buscan soporte práctico y acceso a insumos.

ECO Amazónico destaca por su enfoque técnico aplicado en campo y su integración entre consultoría agrícola, sostenibilidad y acompañamiento real a productores, una ventaja competitiva frente a consultoras corporativas o reguladoras que operan principalmente desde oficinas o procesos documentarios. Su presencia en territorios rurales y zonas con alta diversidad productiva le permite abordar problemáticas concretas suelo, manejo productivo, impacto ambiental que competidores como AgroAdvice o Agronegocios Ollero atienden solo parcialmente. Este posicionamiento, sumado a la experiencia operativa directa, la convierte en una alternativa sólida para productores y asociaciones que requieren soluciones prácticas, sostenibles y contextualizadas.

No obstante, para fortalecer su competitividad, ECO Amazónico puede aprovechar las brechas observadas en el mercado: desarrollar una línea especializada en certificaciones agrícolas para exportación (al estilo de Agro Asesores), incorporar servicios corporativos orientados a gestión empresarial y sostenibilidad ESG (siguiendo el modelo de Agro Leal), y escalar su oferta educativa digital mediante programas modulares, capacitaciones In House o comunidades técnicas tal como lo hace Agro Club. Asimismo, integrar servicios regulatorios SENASA/Comunidad Andina o establecer planes de asistencia recurrente permitiría retener clientes y aumentar valor agregado, complementando su fortaleza técnica con servicios formales de alto impacto empresarial.

Frente a ello se propone las siguientes oportunidades de mejora:

1. Certificaciones agrícolas especializadas

Establecer un portafolio formal de implementación y preauditoría de GLOBALG.A.P., SMETA, FSMA, orgánica y similares. Convertirlo en una línea premium con protocolos, manuales y seguimiento interno, dirigida a asociaciones, cooperativas y agroexportadoras.

2. Servicios corporativos de alto impacto

Ampliar la oferta hacia consultoría estratégica: modelos de negocio agroexportador, riesgos operativos, optimización postcosecha y sostenibilidad ESG. Esto aumenta el ticket promedio y posiciona a ECO en proyectos complejos, no solo soporte técnico.

3. Formación y activos digitales propios

Desarrollar microcursos, capacitaciones In House y webinars sobre normativas, calidad y sostenibilidad. Crear una biblioteca digital que posicione autoridad técnica y genere demanda recurrente sin ventas directas.

4. Unidad regulatoria SENASA / Comunidad Andina

Incorporar servicios de registros, ensayos, ampliaciones de uso y homologaciones. Atiende a importadores, distribuidores y casas comerciales, ampliando el mercado más allá del productor primario.

5. Planes de servicio recurrente

Diseñar paquetes mensuales (visita técnica, análisis de suelo o agua, informe digital y revisión de inocuidad). Genera ingresos estables, fideliza clientes y permite escalamiento territorial

3.3. Oportunidades comerciales

3.3.1. Expansión de certificaciones agrícolas y estándares internacionales

El crecimiento sostenido de las exportaciones agrícolas peruanas y la incorporación de nuevas empresas a cadenas globales han incrementado la demanda por certificaciones como GLOBALG.A.P., Rainforest Alliance, USDA Organic, SMETA y BasC, especialmente en productos no tradicionales (arándanos, palta, cacao y horticultura especializada). Las compañías que buscan consolidarse o ingresar a mercados internacionales requieren acompañamiento técnico para implementar sistemas documentados, ampliar alcance de auditorías y cumplir con trazabilidad, gestión de inocuidad y monitoreo ambiental. Este escenario abre oportunidades comerciales para consultoras que ofrezcan soluciones integrales orientadas a preauditorías, sistemas de control de calidad, estandarización de procesos y validaciones operativas dentro de campo, áreas poco atendidas por servicios tradicionales centrados solo en asesoría documental.

3.3.2. Servicios de cumplimiento ambiental y gestión de impactos

La mayor exigencia de compradores internacionales respecto a impacto ambiental, huella hídrica, deforestación asociada y gestión de residuos genera una demanda creciente por evaluaciones ambientales aplicadas a cadenas agrícolas. Empresas de procesamiento, cooperativas, asociaciones y agroexportadoras requieren servicios profesionales relacionados con monitoreo de suelos y agua, manejo de efluentes, levantamiento de riesgos ambientales y diseño de planes de mitigación. Asimismo, la adopción de políticas ESG y los requerimientos de sostenibilidad vinculados a cadenas de valor de café, cacao y frutas tropicales abren oportunidades para consultoras que integren diagnóstico ambiental, capacitación técnica y soporte post implementación, enfoques que actualmente son escasos en el mercado rural amazónico y altoandino.

3.3.3. Formalización productiva y soporte a unidades agroindustriales

Las empresas agroindustriales emergentes y los emprendimientos rurales enfrentan dificultades en la gestión de registros sanitarios, rotulado, trazabilidad, inocuidad y

estandarización de procesos. En este contexto, los servicios orientados a implementación de BPM, HACCP, PHS, registro sanitario, gestión de marca y manuales operativos representan una oportunidad comercial relevante para acompañar la transición de pequeños y medianos productores hacia sistemas productivos formales. La alta mortalidad empresarial y la falta de capacidades técnicas en asociaciones y cooperativas generan una demanda recurrente por consultorías que no solo diseñen procedimientos, sino que también realicen acompañamiento operativo, auditorías internas y mejoras continuas.

3.3.4. Servicios especializados orientados a financiamiento público y fondos concursables

Diversos instrumentos públicos —como PROCOMPITE, Agroideas, FIDECOM, ProInnovate e INVIERTE.PE— requieren formulación técnica de planes de negocio, estudios de impacto, diagnóstico productivo y análisis de sostenibilidad para el financiamiento de proyectos. La mayoría de organizaciones rurales no cuenta con capacidades técnicas para cumplir estos requerimientos, lo que genera oportunidades para consultoras especializadas en gestión de proyectos agrícolas y ambientales. La asesoría para formulación, gestión documental, ejecución y monitoreo de proyectos permite establecer contratos recurrentes y vínculos estratégicos de largo plazo con asociaciones, cooperativas y empresas agroindustriales.

3.4. Análisis FODA

FORTALEZAS

- Equipo técnico altamente especializado (doctores, biólogos, docentes, especialistas en suelos, recursos naturales y agropecuaria).
- Amplia experiencia y trayectoria en servicios ambientales y agropecuarios desde 2014.
- Diversificación de servicios: estudios ambientales, capacitaciones, provisión de semillas y alquiler de equipos.
- Alto rendimiento económico en instrumentos de gestión ambiental (50% de los ingresos).
- Red de especialistas flexible que permite cumplir servicios sin afectar la continuidad operativa.
- Facturación digital implementada vía SUNAT.
- Fuerte compromiso con la calidad del servicio (especialistas de alto nivel académico y práctico).

OPORTUNIDADES

- Crecimiento de la demanda de servicios ambientales, agropecuarios y de desarrollo territorial.
- Mayor interés del Estado en digitalización, trazabilidad y georreferenciación de servicios.
- Potencial de expansión en regiones estratégicas (Tarma, San Ramón, Chanchamayo, Huánuco, San Martín, Ucayali).
- Alto impacto potencial de marketing digital (web profesional, geovisor, redes sociales).
- Posibilidad de alianzas con universidades y ONGs por la calidad del equipo profesional.
- Acceso a fondos como ProInnovate, SENACYT, AgroIdeas para innovación y sistemas digitales.
- Demanda creciente de capacitaciones virtuales y e-learning ambiental/agropecuario.

FODA

DEBILIDADES

- Bajo nivel de digitalización en procesos clave (20% registro digital, 10% cronogramas, 0% marketing digital).
- Ausencia de sistemas de gestión integrados (planificación, trazabilidad, control documental).
- Falta de control financiero y ausencia de KPIs de rentabilidad.
- Ineficiencias operativas (30% reprogramaciones; solo 40% servicios sin retrasos).
- Falta de marketing profesional y dependencia de referidos (0% clientes digitales).
- Bajo seguimiento y retención de clientes (10% seguimiento; 10% retorno).
- No existen manuales ni protocolos internos documentados.
- Limitaciones de infraestructura (local pequeño, gestión de almacén manual).

AMENAZAS

- Alta competencia en consultorias ambientales y agropecuarias.
- Dependencia del sector público (70% de los ingresos) con riesgos de recortes, demoras o cambios normativos.
- Actualizaciones frecuentes en normativas ambientales (SENACE, MINAM, SERFOR).
- Competidores informales que ofrecen precios bajos, afectando la percepción del mercado.
- Riesgos logísticos y geográficos por operar en zonas rurales; posibilidad de retrasos o sobrecostos.
- Vulnerabilidad operativa debido a la baja digitalización y falta de sistemas internos.
- Incremento general de costos logísticos (combustible, transporte, movilidades).

PARTE IV. VALIDACIÓN DE AUTODIAGNÓSTICO

Nº	Categoría Operacional	Ítem de Autoevaluación	Cumple	Observaciones
1	Gestión y Estrategia	¿Existe una visión y misión claramente definidas y comunicadas? [Gerencia: Sí]	Se validó parcialmente	La empresa tiene una visión general basada en experiencia, pero no existe un documento formal de planificación estratégica (visión, misión y objetivos).
2	Gestión y Estrategia	¿Se realiza una planificación estratégica anual con objetivos claros? [Gerencia: No]	Se validó	No se realiza una planificación anual formal; las decisiones se toman por intuición y en función de los proyectos disponibles.
3	Recursos Humanos (RR.HH.)	¿Se realizan capacitaciones periódicas para el desarrollo de competencias? [Gerencia: Sí]	Se validó parcialmente	Las capacitaciones existen, pero son puntuales y no forman parte de un programa formal de desarrollo continuo.
4	Recursos Humanos (RR.HH.)	¿Se cuenta con un sistema de evaluación del desempeño? [Gerencia: No]	No se validó	No existe un sistema formal para medir desempeño, lo cual limita la identificación de brechas de habilidades y seguimiento del personal.

5	Recursos Humanos (RR.HH.)	¿Sería fácil implementar los cambios necesarios para transformarse digitalmente? [Gerencia: Sí]	Se validó	La empresa muestra apertura al cambio y disposición para adoptar tecnologías, aunque aún no cuenta con procesos sistematizados.
6	Tecnología e Informática (TICs)	¿Utilizan un software de gestión, ERP o sistema digital especializado? [Gerencia: No]	No se validó	La empresa no cuenta con software especializado. Solo se usan herramientas básicas como Word, Excel y Drive.
7	Tecnología e Informática (TICs)	¿La empresa posee infraestructura digital adecuada para implementar nuevas tecnologías? [Gerencia: Sí]	Se validó parcialmente	Existen dispositivos básicos (PC, laptop, celulares), pero no herramientas digitales que integren o automaticen procesos.
8	Comercial y Marketing	¿Utilizan medios digitales para promocionar los servicios? [Gerencia: No]	No se validó	La empresa no tiene presencia digital formal (sin página web, redes activas o campañas digitales). Solo se utiliza un brochure físico para difusión.
9	Comercial y Marketing	¿Manejan canales digitales para comunicarse con sus clientes? [Gerencia: Sí]	Se validó parcialmente	Se usa WhatsApp y llamadas, pero sin un sistema centralizado, sin guía comercial y sin

				registro estructurado de clientes.
10	Operaciones y Procesos	¿Existen procedimientos claros para las actividades operativas? [Gerencia: Parcial]	Se validó parcialmente	Los procesos se gestionan de forma manual; la información se maneja entre carpetas físicas y archivos digitales sin estandarización.
11	Finanzas y Seguridad	¿La información se almacena en la nube? [Gerencia: Sí]	Se valió parcialmente	La empresa usa Drive para almacenar documentos, pero carece de políticas de respaldo o protocolos de seguridad digital.
12	Finanzas y Análisis de Datos	¿Las decisiones se basan en datos analizados por la empresa? [Gerencia: No]	Se validó	Las decisiones gerenciales se basan principalmente en experiencia, ya que no existe un sistema de indicadores financieros ni análisis periódico.
13	Implementación Digital	¿Se han digitalizado algunos procesos? [Gerencia: Sí]	Se validó parcialmente	La digitalización es básica (uso de Word, Excel, Drive); no existen sistemas automatizados ni integración entre áreas.
14	Implementación Digital	¿Se usan herramientas digitales	Se validó parcialmente	Se utilizan herramientas básicas (Excel,

		para asistir tareas o procesos? [Gerencia: Sí]		WhatsApp), pero no existen herramientas de automatización o sistemas avanzados para seguimiento de servicios.
--	--	---	--	---

PARTE V. NIVEL DE MADUREZ DIGITAL

Para evaluar el nivel de madurez digital de Panadería Flores, se utilizó el modelo de madurez digital de ProInnovate, que se organiza en cinco subdimensiones: Prácticas de Gestión, Capital Humano, Desarrollo Informático, Desarrollo Comercial–Financiero y Desarrollo Operacional.

5.1. Metodología aplicada:

Aplicación de cuestionario estructurado: Se recogió información de los procesos actuales de la empresa mediante entrevista y observación directa.

Sistema de puntuación: Cada respuesta se evaluó en escala de 1 a 4:

- 1: Nivel Cero → sin digitalización.
- 2: Nivel Básico → digitalización incipiente, poco estructurada.
- 3: Nivel Intermedio → uso regular de herramientas digitales, integración parcial.
- 4: Nivel Avanzado → digitalización completa y estratégica.

Determinación de nivel de madurez: Se sumaron las puntuaciones obtenidas en cada subdimensión.

Evaluación general:

- 25–49 puntos: Nivel Cero
- 50–74 puntos: Nivel Básico
- 75–99 puntos: Nivel Intermedio
- 100–125 puntos: Nivel Avanzado

5.2. Resultados de evaluación por subdimensiones

5.2.1. Prácticas de Gestión

- **Puntaje obtenido:** 55
- **Nivel de madurez:** Básico
- **Comentarios:** La empresa presenta prácticas de gestión iniciales, pero aún no estructuradas. Si bien existe una planificación general para los servicios y la

coordinación se realiza directamente con los clientes, estas actividades se ejecutan de manera manual y no siguen protocolos documentados. Solo el 20% de los requerimientos se registra de forma digital y únicamente el 10% de los servicios cuenta con un cronograma compartido. Las reprogramaciones alcanzan el 30% debido a la falta de herramientas digitales y a la dependencia del gerente para organizar y validar la información. La empresa tampoco cuenta con indicadores de desempeño para evaluar su rendimiento operativo.

- **Recomendaciones:**

- ✓ Implementar un módulo digital de planificación que permita programar actividades, asignar responsables y monitorear avances en tiempo real.
- ✓ Establecer un sistema estandarizado de registro de requerimientos, con formularios digitales que consoliden información técnica y operativa del cliente.
- ✓ Integrar indicadores automáticos (KPIs) dentro de una herramienta de gestión para medir tiempos de respuesta, cumplimiento y eficiencia.

5.2.2. Capital Humano

- **Puntaje obtenido:** 60
- **Nivel de madurez:** Básico
- **Comentarios:** El capital humano presenta un alto nivel técnico en temas ambientales y agropecuarios; sin embargo, existen brechas importantes en competencias digitales. La capacitación continua no está institucionalizada y se limita a temas operativos específicos. No se realizan auditorías de ciberseguridad ni evaluaciones formales del desempeño. Asimismo, la participación del personal en procesos de mejora es todavía esporádica, lo cual afecta la adopción de nuevas prácticas digitales.
- **Recomendaciones:**
 - ✓ Implementar un módulo de capacitación digital, donde el personal acceda a cursos, manuales y contenidos sobre herramientas informáticas y gestión documental.

- ✓ Configurar un sistema de evaluación del desempeño con criterios digitales para medir productividad, cumplimiento y nivel de competencias.
- ✓ Habilitar canales internos digitales (intranet o drive estructurado) para retroalimentación, gestión de roles y flujo de comunicación formal.

5.2.3. Desarrollo Informático

- **Puntaje obtenido:** 50
- **Nivel de madurez:** Básico (bajo)
- **Comentarios:** El nivel de digitalización es mínimo. La empresa utiliza herramientas básicas como Word, Excel y Google Drive, sin contar con sistemas informáticos integrados (ERP, CRM, gestión documental o plataformas de trazabilidad).

El registro de actividades en campo es parcial (50%), no existe un repositorio unificado y los datos no se centralizan. La empresa carece de indicadores digitales, analítica, georreferenciación sistematizada o dashboards que apoyen la toma de decisiones. La ausencia de plataformas integradas limita el control operativo, la visibilidad institucional y la eficiencia administrativa.

- **Recomendaciones:**
 - ✓ Adoptar un sistema básico de gestión digital (tipo ERP modular) para centralizar archivos, actividades operativas y documentos de la empresa.
 - ✓ Incorporar aplicaciones móviles para registro de evidencias con georreferenciación, fotos y formularios conectados a una base de datos central.
 - ✓ Establecer un repositorio digital unificado que permita organizar información técnica, informes, historial de servicios y archivos operativos.

5.2.4. Desarrollo Comercial – Financiero

- **Puntaje obtenido:** 52
- **Nivel de madurez:** Básico

- **Comentarios:** El proceso comercial es limitado y se basa en referidos, contactos directos y convocatorias públicas. No existe presencia digital (0% captación por medios digitales, 0% difusión de servicios online) y la empresa no cuenta con página web, redes sociales ni campañas digitales. La tasa de conversión de cotizaciones es baja (5%) y el seguimiento post-servicio alcanza solo el 10%. No se realizan análisis financieros mensuales ni se gestionan indicadores como utilidades, endeudamiento o EBITDA. Tampoco se cuenta con sistemas para monitorear pagos y cobranzas de manera automatizada.
- **Recomendaciones:**
 - ✓ Implementar un CRM comercial para registrar clientes, cotizaciones, seguimiento y conversiones en un solo entorno digital.
 - ✓ Diseñar presencia digital inicial mediante página web y perfiles institucionales conectados a un catálogo de servicios.
 - ✓ Integrar indicadores financieros y comerciales dentro de un sistema básico para monitorear margen, ventas, cobranzas y endeudamiento.

5.2.5. Desarrollo Operacional

- **Puntaje obtenido:** 65
- **Nivel de madurez:** Básico medio
- **Comentarios:** Los procesos operativos presentan mayor estructuración en comparación con otras áreas. La empresa cuenta con rutas de trabajo definidas (identificación de necesidades, planificación, ejecución, evaluación y entrega). Sin embargo, la digitalización sigue siendo parcial: solo el 50% de las actividades cuenta con evidencia digital y únicamente el 40% de los servicios se ejecuta sin retrasos.

El tiempo promedio de emisión de informes es de 7 días debido al manejo manual de la información. No existen herramientas de control de calidad ni trazabilidad visual del impacto (georreferenciación, mapas, dashboards). Tampoco se estandarizan los formatos de entrega, lo cual dificulta el seguimiento histórico de los servicios.

- **Recomendaciones:**

- ✓ Implementar un sistema digital de trazabilidad operativa para registrar en campo actividades, asistencia, geolocalización y evidencia técnica.
- ✓ Utilizar aplicaciones móviles estandarizadas para la captura de información operativa y sincronización inmediata con la oficina.
- ✓ Centralizar la información operativa en una plataforma digital que permita monitorear cronogramas, controlar calidad y mantener historial de servicios ejecutados.

El diagnóstico integral de ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L. evidencia un nivel de madurez digital básico, con un puntaje promedio aproximado de 56 puntos, mostrando avances iniciales en el uso de herramientas ofimáticas y en la organización operativa, pero aún con una fuerte dependencia de procesos manuales en la planificación, registro de actividades, gestión documental, seguimiento comercial y trazabilidad operativa. La falta de sistemas integrados para gestionar información, estandarizar procesos, consolidar datos y visibilizar el impacto limita la eficiencia interna, incrementa la carga administrativa y reduce la capacidad de respuesta frente a clientes públicos y privados. En conjunto, los resultados reflejan la necesidad estratégica de implementar soluciones digitales modulares que fortalezcan la planificación, ejecuten trazabilidad en campo, centralicen información y potencien la presencia institucional para mejorar la productividad y competitividad de la empresa.

5.3. Identificación de brechas

5.3.1. Prácticas de Gestión

Actividad	Brechas Identificadas	Impacto Crítico
Registro de requerimientos del cliente	Solo el 20% se registra digitalmente; manejo manual por WhatsApp y llamadas.	Riesgo de pérdida de información y retrasos en la atención.

Planificación de servicios	No existen formatos ni cronogramas estandarizados (solo 10% digital).	Reprogramaciones frecuentes (30%) y baja eficiencia operativa.
Control y seguimiento de gestión	No hay KPIs ni herramientas digitales para medir desempeño.	Falta de control y dificultad en la toma de decisiones.

5.3.2. Capital Humano

Actividad	Brechas Identificadas	Impacto Crítico
Gestión de competencias	No existe política de competencias digitales ni evaluación del personal.	Bajo nivel de adopción digital y desempeño desigual.
Capacitación del personal	No hay plan anual de capacitación ni contenidos digitales formales.	Personal con brechas digitales que afectan la operatividad.
Comunicación y retroalimentación interna	No existen canales digitales estructurados (intranet, flujos formales).	Información dispersa y poca retroalimentación para mejoras.

5.3.3. Desarrollo Informático

Actividad	Brechas Identificadas	Impacto Crítico
Gestión documental y repositorio digital	No hay sistema integrado; archivos dispersos en carpetas físicas y drive informal.	Dificultad para acceder a información y pérdida de historial técnico.
Registro digital de actividades de campo	Solo el 50% tiene evidencia digital; sin georreferencia estandarizada.	Trazabilidad incompleta y limitaciones para demostrar resultados.

Integración tecnológica	No existen sistemas ERP, CRM ni dashboards digitales.	Falta de control operativo, baja visibilidad institucional y desorden administrativo.
-------------------------	---	---

5.3.4. Desarrollo Comercial–Financiero

Actividad	Brechas Identificadas	Impacto Crítico
Gestión comercial y captación de clientes	0% captación digital; no hay página web ni redes oficiales.	Baja visibilidad y limitada llegada a clientes privados y públicos.
Seguimiento comercial	Solo 10% recibe seguimiento; no hay CRM ni registro histórico.	Baja tasa de conversión (5%) y baja recompra (10%).
Gestión financiera	No se generan indicadores financieros ni análisis mensual.	No se puede medir rentabilidad, costos ni proyecciones.

5.3.5. Desarrollo Operacional

Actividad	Brechas Identificadas	Impacto Crítico
Ejecución de servicios y registro de campo	Evidencia digital incompleta (50%); registros manuales.	Baja confiabilidad del servicio y trazabilidad limitada.
Monitoreo de cronogramas	Solo 40% de servicios se ejecuta sin retrasos; sin herramientas de control.	Retrasos operativos y baja eficiencia técnica.
Evaluación y entrega	Informes tomas 7 días; no existen formatos estandarizados ni sistema de control.	Procesos lentos y poca calidad en la entrega final al cliente.

5.3.6. Causa – efecto

Dimensión	Brecha Crítica	Causa	Efecto
Prácticas de Gestión	Falta de planificación y registro digital formal	Ausencia de metodología estandarizada y dependencia del gerente para organizar información	Reprogramaciones (30%), retrasos y baja eficiencia operativa
Capital Humano	Débil nivel de competencias digitales	No existe plan de capacitación ni evaluación del desempeño	Bajo desempeño digital, errores operativos y lenta adopción tecnológica
Desarrollo Informático	Ausencia de un sistema digital integrado	Uso aislado de herramientas básicas (Word, Excel, Drive) sin plataforma centralizada	Información dispersa, baja trazabilidad y limitada capacidad de control
Comercial – Financiero	Nula presencia digital y falta de CRM	No existe estrategia comercial digital ni canales de difusión formales	Baja captación de clientes, baja conversión (5%) y escasa recompra
Desarrollo Operacional	Evidencia digital incompleta y procesos manuales en campo	Registros físicos, falta de aplicaciones móviles y ausencia de formatos digitales	Trazabilidad limitada, retrasos en informes y bajo control de calidad

5.3.7. Priorización de brechas

Brecha	Impacto	Alternativa de solución
Falta de planificación digital y registro formal de requerimientos	Reprogramaciones, retrasos y baja eficiencia operativa	Implementar un módulo digital de planificación y registro de servicios dentro del Sistema Web técnico–administrativo
Ausencia de cronogramas digitales y seguimiento en tiempo real	Baja coordinación interna y aumento de errores logísticos	Incorporar herramienta de gestión de cronogramas y asignación de tareas integrada al sistema
Débil nivel de competencias digitales en el personal	Lentitud en procesos, errores y baja adopción tecnológica	Implementar un programa de capacitación digital orientado al uso del nuevo sistema
Ausencia de repositorio digital unificado	Información dispersa y pérdida de historial técnico	Crear un repositorio digital centralizado conectado al Sistema Web
Falta de trazabilidad operativa y registro digital en campo	Informes lentos (7 días) y baja calidad de evidencia	Implementar aplicaciones móviles para registro de campo con fotos, coordenadas y formularios
Nula presencia digital comercial (0% captación por medios digitales)	Baja visibilidad, baja conversión (5%) y poca llegada a clientes privados	Desarrollar página web institucional y activar perfiles digitales
Falta de CRM y seguimiento comercial	Escasa fidelización (10%) y baja tasa de cierre	Implementar un Sistema Web comercial con CRM para clientes, oportunidades y cotizaciones
Ausencia de indicadores financieros y comerciales	No se mide rentabilidad ni margen	Integrar un módulo de KPIs financieros dentro del sistema comercial–financiero

El análisis de brechas evidencia que ECO AMAZÓNICO presenta limitaciones en la gestión administrativa, el registro operativo, la organización documental y la captación comercial, lo que reduce la eficiencia, la trazabilidad y la visibilidad institucional de la empresa.

Como resultado, se identificaron cinco alternativas de solución prioritarias: un sistema web de gestión técnica y administrativa, un sistema web de gestión comercial (CRM), una página web institucional, acciones de marketing digital, y una aplicación móvil para registro y trazabilidad en campo, las cuales permitirían fortalecer sus procesos internos y mejorar su posicionamiento en el sector.

5.4. Alternativas de solución

5.4.1. Sistema Tecnológico De Gestión Técnica Y Administrativa Empresarial

- **Objetivo:** Centralizar la información operativa y administrativa para reducir la dispersión de datos y mejorar el orden y trazabilidad de los servicios.
- **Cómo funciona:** El sistema integra módulos para registrar requerimientos, elaborar cronogramas, asignar técnicos, cargar evidencias y gestionar documentos, permitiendo que todas las etapas del servicio desde la solicitud hasta la entregar se administren en una sola plataforma. La gerencia puede supervisar avances en tiempo real y generar reportes automáticos.
- **Impacto Esperado:** Mayor control operativo y reducción de errores derivados de procesos manuales. Aumentar el registro digital de requerimientos del 20% actual a 80%, evidenciando una gestión más ordenada y trazable.
- **Recomendaciones:** Seleccionar un sistema modular que incluya cronogramas digitales, gestión documental y seguimiento. Capacitar al equipo para asegurar un uso uniforme.

5.4.2. Sistema Tecnológico de Gestión Comercial Empresarial

- **Objetivo:** Organizar el proceso comercial y mejorar la capacidad de captar, dar seguimiento y convertir oportunidades de negocio.
- **Cómo funciona:** El CRM centraliza clientes, registra cada interacción, ordena propuestas enviadas, automatiza recordatorios y muestra un panel con

oportunidades abiertas, cerradas y en seguimiento. Permite a la gerencia visualizar todo el ciclo comercial y anticipar oportunidades.

- **Impacto Esperado:** Mejor capacidad para cerrar ventas gracias a un proceso comercial ordenado y trazable. Aumentar la tasa de conversión de cotizaciones del 5% actual a 20%, fortaleciendo la generación de contratos.
- **Recomendaciones:** Asegurar un CRM fácil de usar, con seguimiento automático, panel comercial y posibilidad de integrarse con la página web.

5.4.3. Página Web Institucional

- **Objetivo:** Fortalecer la presencia institucional y disponer de un canal formal para informar, captar consultas y mostrar la experiencia técnica de la empresa.
- **Cómo funciona:** La página web expone los servicios, testimonios, zonas de intervención, brochure digital y formularios de contacto. Centraliza la información institucional y permite que clientes potenciales accedan a los servicios sin intermediarios.
- **Impacto Esperado:** Mayor visibilidad corporativa y profesionalización de la imagen institucional. Elevar la difusión digital de servicios del 0% actual a 50%, fortaleciendo la captación de consultas desde el entorno digital.
- **Recomendaciones:** Incluir portafolio de servicios, formulario de contacto, enlaces a redes y optimizar la web para motores de búsqueda básicos (SEO).

5.4.4. Marketing Digital Estratégico

- **Objetivo:** Incrementar el posicionamiento institucional y generar nuevas oportunidades mediante contenido especializado y campañas digitales.
- **Cómo funciona:** Se desarrollan perfiles institucionales, se publican contenidos técnicos, se difunden servicios, se fortalece la identidad visual y se ejecutan campañas segmentadas para llegar a públicos específicos del sector ambiental y agropecuario.
- **Impacto Esperado:** Mayor alcance institucional y reconocimiento en nuevos mercados. Captar por medios digitales al menos 20% de los nuevos clientes, diversificando las fuentes comerciales.
- **Recomendaciones:** Diseñar un calendario digital, priorizar contenido de valor técnico y mantener coherencia visual con la web institucional.

5.4.5. Aplicación Móvil para Registro Operativo y Trazabilidad en Campo

- **Objetivo:** Asegurar un registro digital completo de actividades en campo con georreferenciación, formularios estandarizados y sincronización automática.
- **Cómo funciona:** Los técnicos registran en la app fotografías, coordenadas, listas de asistencia y observaciones en tiempo real. La información se sincroniza a la base central, elimina duplicidad, mejora la calidad de datos y reduce la dependencia de documentos físicos.
- **Impacto Esperado:** Mayor trazabilidad técnica y reducción del tiempo de consolidación de evidencias. Incrementar el registro digital de actividades del 50% actual al 100%, asegurando documentación completa en todos los servicios.
- **Recomendaciones:** Priorizar una app con funcionamiento offline, georreferenciación y conexión directa al sistema web. Capacitar al equipo en protocolos de registro en campo.

5.5. Matriz de priorización de solución tecnológica

Para la selección prioritaria de las alternativas de solución propuestas, se van a considerar los siguientes 5 aspectos.

- **Impacto en la Eficiencia Operativa (EO)** - (Medición: 1 = Impacto Mínimo; 5 = Impacto Total). Mide qué tanto la solución ayudará a la empresa a funcionar mejor, optimizando sus procesos, haciendo las cosas en menos tiempo y mejorando la gestión diaria del negocio.
- **Impacto en la Rentabilidad Financiera (RF)** - (Medición: 1 = Impacto Mínimo; 5 = Impacto Máximo). Evalúa en qué medida la estrategia propuesta aumentará las ganancias de la empresa, ya sea logrando más ingresos, reduciendo costos (como mermas o gastos operativos) o incrementando el valor total de la facturación.
- **Tiempo de Implementación (TI)** (Medición: 1 = Mayor Tiempo; 5 = Menor Tiempo). Se refiere al plazo o la duración que se estima necesario para que la solución esté lista y funcionando de manera práctica dentro de la empresa.
- **Dependencia Tecnológica (DT)** - (Medición: 1 = Dependencia Alta; 5 = Dependencia Baja). Determina cuántas otras herramientas o sistemas (como software o plataformas) se necesitan añadir o conectar para que la solución

funcione correctamente. A mayor dependencia, más compleja es la implementación.

- **Facilidad de Adopción por el Equipo (FA)** - (Medición: 1 = Adopción Difícil; 5 = Adopción Fácil). Mide qué tan sencillo será para los empleados (colaboradores) aprender a usar la nueva herramienta o proceso, considerando la cantidad de capacitación necesaria y la facilidad de su uso en el día a día.

Solución Tecnológica	EO	RF	TI	DT	FA	Total
Sistema Web de Gestión Técnica y Administrativa	5	4	3	4	3	19
Sistema Web de Gestión Comercial (CRM)	4	4	3	4	3	18
Página Web Institucional	3	2	5	5	4	19
Marketing Digital Estratégico	3	3	4	5	4	19
Aplicación Móvil de Registro y Trazabilidad	3	2	3	2	3	13

1. Sistema Tecnológico De Gestión Técnica Y Administrativa Empresarial (Total: 19)

Esta solución obtiene uno de los puntajes más altos debido a su máximo impacto en la eficiencia operativa (EO: 5), ya que centraliza cronogramas, requerimientos, asignación de técnicos y documentación, reduciendo las reprogramaciones (30%) y mejorando el control interno. Su aporte en Rentabilidad Financiera (RF: 4) es significativo al disminuir tiempos improductivos y errores administrativos. Aunque el tiempo de implementación es moderado (TI: 3) y requiere capacitación (FA: 3), su contribución directa al orden, trazabilidad y funcionamiento integral de la empresa justifica ampliamente su priorización.

2. Sistema Tecnológico de Gestión Comercial Empresarial (Total: 18)

Este sistema obtiene un puntaje alto por su relevancia en la organización y seguimiento comercial, una de las brechas más críticas de la empresa. Su impacto en la eficiencia (EO: 4) se refleja en el registro ordenado de clientes, automatización de seguimientos y mejora de la tasa de conversión (actualmente 5%). La rentabilidad (RF: 4) también aumenta al gestionar oportunidades con mayor precisión. Con tiempos de implementación moderados (TI: 3) y adopción media (FA: 3), su integración con la página web y su capacidad para

generar nuevos clientes lo posicionan como una herramienta fundamental para fortalecer la captación comercial.

3. Página Web Institucional (Total: 19)

La página web obtiene un puntaje alto debido a su tiempo de implementación corto (TI: 5) y su baja dependencia tecnológica (DT: 5), lo que permite desarrollarla rápidamente y a bajo riesgo. Aunque su impacto directo en eficiencia es moderado (EO: 3) y su contribución a la rentabilidad es inicial (RF: 2), es indispensable para visibilizar los servicios, centralizar información institucional y habilitar la captación digital (actualmente 0%). Su facilidad de adopción (FA: 4) y su papel estratégico en el posicionamiento justifican su alto puntaje total.

4. Marketing Digital Estratégico (Total: 19)

El marketing digital también alcanza un puntaje alto gracias a su baja dependencia tecnológica (DT: 5) y rápida ejecución (TI: 4). Su impacto en eficiencia (EO: 3) y rentabilidad (RF: 3) es progresivo, pero crucial para atraer nuevos clientes y fortalecer la presencia institucional. La facilidad de adopción (FA: 4) permite que el equipo implemente contenidos y campañas sin grandes barreras. Aunque no transforma procesos internos, su contribución al posicionamiento y a la captación de clientes digitales lo convierte en una prioridad dentro de las estrategias comerciales.

5. Aplicación Móvil de Registro y Trazabilidad (Total: 13)

Esta alternativa recibe el puntaje más bajo debido a su mayor dependencia tecnológica (DT: 2), ya que requiere conexión con el sistema web aún en desarrollo. Su impacto en eficiencia (EO: 3) es relevante para mejorar el registro de campo, pero es limitado comparado con las plataformas web. La rentabilidad (RF: 2) mejora principalmente en la calidad de evidencia, no en ingresos directos. Su adopción (FA: 3) implica capacitación a técnicos que hoy trabajan con registros físicos. Aunque es una herramienta valiosa para fortalecer la trazabilidad operativa, su implementación se recomienda en una etapa posterior.

5.6. Análisis Costo Beneficio

Datos económicos:

- Ingresos anuales: S/118,993
- Costos operativos estimados: S/ 71,395
- Utilidad operativa aproximada: S/47,598
- Margen operativo (%): 40%

5.6.1. Sistema Tecnológico De Gestión Técnica Y Administrativa Empresarial

Costo estimado: S/ 23,000

Beneficio esperado: Mejora operativa del 50%

$$71,395 \times 0.50 = 35,697.50$$

$$ROI = \left(\frac{35,679.50 - 23,000}{23,000} \right) \times 100 = 55.20\%$$

Tiempo de recuperación: 8 meses

Comentario: El sistema tecnológico administrativo ordena la información, mejora la trazabilidad y reduce reprocesos. La digitalización de los procesos técnicos optimiza tiempos y fortalece el control interno. La mejora operativa del 50% genera un ROI de 55.20% y permite recuperar la inversión en 8 meses, demostrando que la implementación es rentable y estratégica para la gestión interna.

5.6.2. Sistema Tecnológico de Gestión Comercial Empresarial

Costo estimado: S/ 21, 500

Beneficio esperado: Mejora comercial del 30%

$$118,993 \times 0.30 = 35,697.90$$

ROI:

$$ROI = \left(\frac{35,679.90 - 21,500}{21,500} \right) \times 100 = 66.04\%$$

Tiempo de recuperación: 7.23 meses

Comentario: El sistema comercial integra ventas, pedidos y gestión de clientes, reduciendo errores y agilizando la atención. La automatización de cotizaciones mejora la trazabilidad y evita la pérdida de oportunidades. La mejora comercial del 30% genera un

ROI de 66.04% y permite recuperar la inversión en 7 meses, demostrando que la implementación es estratégica para fortalecer la gestión comercial.

5.6.3. Página Web Institucional

Costo estimado: S/ 4, 500

Beneficio esperado: Incremento comercial mínimo del 10%

$$118,993 \times 0.10 = 11,899.30$$

ROI:

$$ROI = \left(\frac{11,899.30 - 4,500}{4,500} \right) \times 100 = 164.43\%$$

Tiempo de recuperación: 4.54 meses

Comentario: La página web institucional mejora la visibilidad digital y centraliza la información para los clientes, facilitando consultas y contacto directo. La presencia online genera nuevos leads y reduce tiempos de respuesta. La mejora comercial del 10% genera un ROI de 164.43% y permite recuperar la inversión en 4.54 meses, evidenciando que el desarrollo web es estratégico para ampliar el alcance comercial y fortalecer la captación de clientes.

5.6.4. Marketing Digital Estratégico

Costo estimado: S/ 6, 5000

Beneficio esperado: Captar un mínimo del 8% de nuevos clientes provenientes de canales digitales

$$118,993 \times 0.08 = 9,519.44$$

ROI:

$$ROI = \left(\frac{9,519.44 + 6,500}{6,500} \right) \times 100 = 46.45\%$$

Tiempo de recuperación: 7 meses

Comentario: El marketing digital estratégico, enfocado en contenido técnico y campañas segmentadas, permite aumentar el alcance comercial y mejorar la captación de clientes desde canales online. La mejora comercial del 8% genera un ROI de 46.45% y permite

recuperar la inversión en 7 meses, evidenciando que la implementación es rentable y contribuye al posicionamiento digital y la expansión comercial de la empresa.

5.6.5. Aplicación Móvil para Registro Operativo y Trazabilidad en Campo

Costo estimado: S/ 8, 000

Beneficio esperado: Eficiencia proyectada moderada del 13% sobre los costos operativos

$71,395 \times 0.13 = 9,281.35 \approx 9,281.35$

ROI:

$$ROI = \left(\frac{9,281.35 + 8,000}{8,000} \right) \times 100 = 16.02\%$$

Tiempo de recuperación: 10 meses

Comentario: Aunque la aplicación móvil genera beneficios y un ROI del 16.02%, su impacto operativo es limitado y el tiempo de recuperación es mayor que las soluciones priorizadas. Por ello, no se implementa en esta fase; se recomienda considerarla más adelante como complemento del sistema web técnico–administrativo.

Solución	Costo (S/.)	Beneficio Esperado	ROI Estimado	Payback Period
1. Sistema Tecnológico De Gestión Técnica Y Administrativa Empresarial	23,000	50% mejora operativa	55.20%	8 meses
2. Sistema Tecnológico de Gestión Comercial Empresarial	21,500	30% mejora comercial mínima	66.04%	7 meses
3. Página Web Institucional	4,500	10% mejora comercial mínima	164.43%	4.54 meses
4. Marketing Digital Estratégico	6,500	+8% nuevos clientes por canales digitales	45.45%	7 meses
5. Aplicación Móvil de Trazabilidad en Campo (<i>no priorizada</i>)	8,000	13% mejora operativa	16.02%	10 meses

L

as tres soluciones priorizadas Sistema Tecnológico de Gestión Técnica y Administrativa, Sistema Comercial (CRM) y Página Web Institucional representan una inversión estratégica de S/ 49,000, dirigida a resolver las brechas críticas de ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L.: desorden operativo, ausencia de trazabilidad y baja visibilidad comercial. Estas herramientas permiten ordenar procesos, formalizar la gestión comercial y generar nuevos canales de captación, con ROI entre 55.20% y 164.43% y periodos de recuperación de 4.54 a 8 meses, lo cual asegura una recuperación rápida y sostenida. Al enfocarse en estas soluciones, la empresa consolida su operación y amplía su base de clientes sin depender solo de redes de contactos, fortaleciendo su posición para crecer de forma escalable y competitiva.

CONCLUSIONES

ECO AMAZÓNICO PERÚ S.R.L. cuenta con una trayectoria sólida y un posicionamiento técnico relevante en servicios ambientales, agropecuarios y de desarrollo territorial, respaldado por la experiencia del equipo, la calidad de las intervenciones y la confianza generada con instituciones públicas, cooperativas y organizaciones productivas. Su principal fortaleza es el capital humano especializado, capaz de ejecutar consultorías y capacitaciones de alto nivel, lo que ha permitido mantener su vigencia en un mercado complejo y competitivo. No obstante, esta ventaja se sustenta en métodos de trabajo manuales y dispersos que limitan su crecimiento ordenado y sostenible.

El diagnóstico evidencia brechas críticas en planificación, trazabilidad, control documental y gestión comercial. La ausencia de un sistema digital integrado deriva en descoordinaciones internas, reprogramaciones frecuentes, tiempos de respuesta elevados y pérdida de información relevante. Un porcentaje importante de servicios carece de evidencia sistematizada y de georreferenciación formal, lo que debilita la capacidad de demostrar resultados e impacto institucional. Asimismo, la inexistencia de una página web corporativa, un sistema comercial estructurado y herramientas digitales que organicen la gestión y la prospección limita la visibilidad de la empresa y la mantiene en desventaja frente a competidores ya tecnificados.

La cultura organizacional se apoya en la experiencia empírica del equipo y en la ejecución operativa directa, sin protocolos estandarizados ni herramientas tecnológicas que respalden

la gestión. Esto genera debilidades en la administración interna, el control financiero, la comunicación y la capacidad de análisis para la toma de decisiones. A pesar de ello, existe una disposición clara hacia la transformación digital y un entendimiento realista de que modernizar los procesos es imprescindible para sostener el crecimiento, mejorar la eficiencia operativa y garantizar la calidad de los servicios ofrecidos.

En este escenario, ECO AMAZÓNICO tiene una oportunidad decisiva para fortalecer su competitividad mediante soluciones tecnológicas de alto impacto. Considerando los recursos disponibles y el alcance del proyecto, la prioridad es implementar un Sistema Web Técnico–Administrativo que ordene la planificación y ejecución de los servicios, junto con un Sistema Web Comercial (CRM) que permita una gestión formal de clientes y oportunidades. A esto se suma una Página Web Institucional, necesaria para consolidar la presencia corporativa y comunicar el portafolio profesional de manera oficial. Estas tres herramientas elevarán el nivel de madurez digital de la empresa y la posicionarán como una organización más eficiente, moderna y coherente con las demandas del mercado actual.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Miguel Jordan', is positioned above a horizontal dashed line.

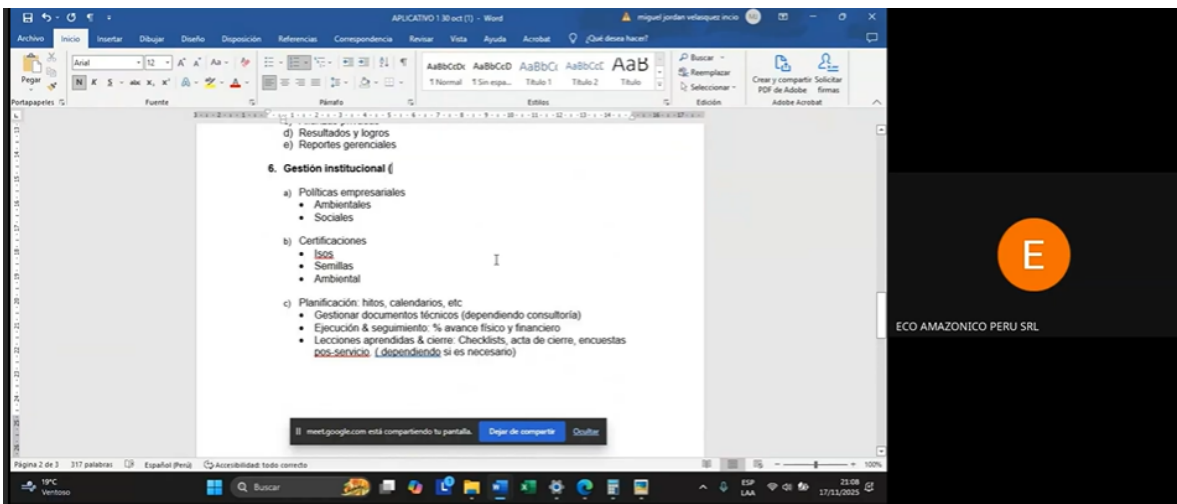
Lic. Velasquez Incio, Miguel Jordan.

DNI: 48536147

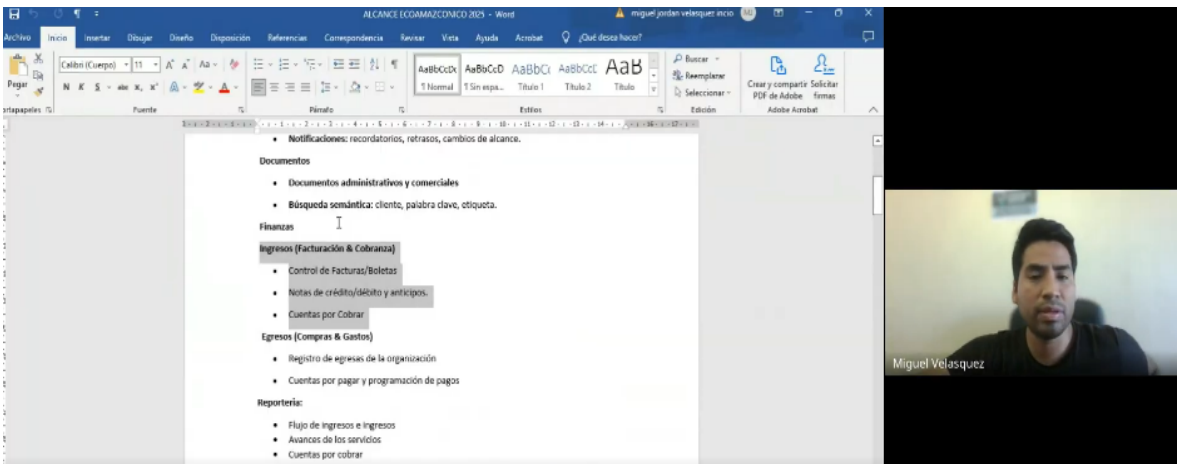
Consultor del diagnóstico

ANEXO

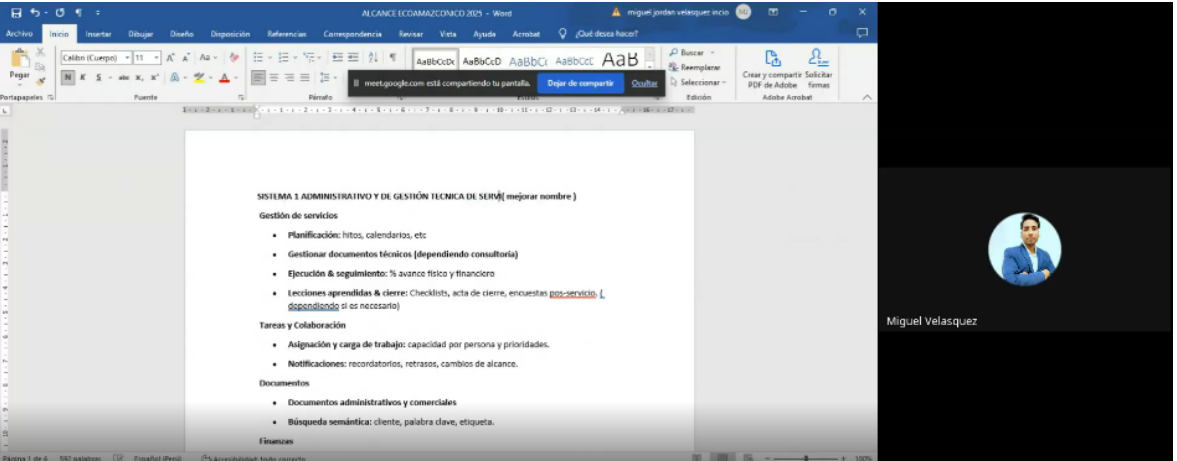
Anexo 1. Discusión de alcance final de alcance de implementación.



Anexo 2. Primera explicación de alcance inicial de alcance de implementación.



Anexo 3. Segunda reunión sobre alcance de implementación



Anexo 4. Visita presencial de consultor a oficina de la empresa.

<https://1drv.ms/v/c/ABD6DB38A08BECA2/IQAoJn1o-sc6SbRRoIFykMedAaAfK7VYksb2bOShH1N9rzA?e=yTuf1I>

ACTA DE VISITA

Fecha: 03 de Noviembre del 2025

Lugar: Ciudad de Lima

Nombre del Consultor: Miguel Jordan Velásquez Incio

Nombre de la Empresa Visitada: ECO AMAZONICO PERU SRL

Objeto de la Visita:

La presente visita se realizó en el marco de la consultoría de diagnóstico correspondiente al Proyecto " Fortalecimiento de la gestión interna, ejecución de servicios y la proyección comercial mediante la incorporación de herramientas digitales que optimicen procesos, mejoren la trazabilidad y amplíen el alcance institucional de ECO AMAZONICO PERU SRL "

Desarrollo de la Visita:

El consultor Miguel Jordan Velásquez Incio se presentó de manera presencial en las instalaciones de ECO AMAZONICO PERU SRL el día 03 de Noviembre del 2025. Durante la visita, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

1. Reunión inicial con el representante de la empresa
2. Evaluación de las operaciones actuales: Se recopiló información sobre los procesos actuales administrativos, contables, productivos.
3. Identificación de necesidades y oportunidades: Se identificaron áreas clave que pueden beneficiarse de una solución digital para optimizar los procesos y trazabilidad

Conclusiones:

La visita permitió recabar información relevante que servirá como insumo para el diagnóstico del proyecto.

Compromisos:

- El consultor preparará un informe de diagnóstico con su respectivo plan de implementación
- La empresa proporcionará información adicional que sea requerida para completar el análisis.


Firma del consultor de diagnóstico
MIGUEL JORDAN VELÁSQUEZ INCIO


Firma del coordinador general
MAX JOHN ZAVALA SOLORZANO



Informe de Evidencias

Fechas y Horas en UTC-05:00 (America/Lima)
Última actualización en December 2, 2025, 12:58



Documento

DIAGNOSTICO- ECOAMAZONICO[R].pdf

Fecha de creación

December 2, 2025, 12:37

Token

ec1c83bb-aaf5-4fb8-926d-8b57d9379068

Creado por

iprojectconsulting06@gmail.com

Enlace de validación: <https://app.firmeasy.legal/link-validez/electronica/ec1c83bb-aaf5-4fb8-926d-8b57d9379068>

Firmado

MIGUEL JORDAN VELASQUEZ INCIO

Fecha y hora de firma: 02/12/2025, 12:58:44

Identificador: IdNHZADH1RPFJ7K

Token: 809190ad-6f88-4a8c-a9e8-5c5beba56442

IP: 132.184.55.63

Dispositivo: (Móvil) Mozilla/5.0 (Linux; Android 10; K) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko)

Chrome/142.0.0.0 Mobile Safari/537.36

Correo: miguel.velasin@hotmail.com

Celular: +51 962905857

Firma

MIGUEL JORDAN VELASQUEZ INCIO

Puntos de Autenticación

Firma Holográfica