



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACION DE PRODUCTOS DE BELLEZA DE FRUTAS AMAZONICA, CIUDAD DE IQUITOS, 2020

AUTORAS:

**CANAYO GREFA, LUZ KAREN
CARDENAS OVALLE, FABIOLA ENELI**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADAS EN TURISMO Y HOTELERIA**

ASESOR: LIC. ADM. ENRIQUE ALVAN MORI, MGR.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y TERRITORIOS

IQUITOS-PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mis padres Octavio y Adrilda que con su apoyo incondicional, amor y confianza permitieron que logre culminar mi carrera profesional y así cumplir un objetivo más en mi vida.

Luz Canayo

A mis padres Ronaldo Cárdenas (Q.E.P.D) y Juana Ovalle por sus enseñanzas y amor incondicional.

Fabiola Cárdenas

AGRADECIMIENTO

Expreso gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida.

A toda mi familia por estar siempre presentes cuando los necesito.

A mi hermano Loreto Canayo por su confianza y apoyo durante el recorrido de mi vida universitaria.

Luz Canayo

A todas las personas que hicieron lo posible para realizar este plan de negocio, mi familia, profesores del programa de Suficiencia Profesional y a nuestro asesor quienes me apoyaron en lograr la Licenciatura de mi carrera profesional.

Fabiola Cárdenas

ACTA DE SUSTENTACION

FACULTAD DE
NEGOCIOS



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 200-2020-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 04 de setiembre del 2020, se designó el Jurado.

Los jurados expresaron dictamen: pase a sustentación.

Con Resolución Decanal N° 258-2020-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 16 de octubre de 2020, se autorizó la sustentación para el día martes 20 de octubre de 2020.

Siendo las 11.00 horas del día martes 20 de octubre de 2020 se constituyó de modo no presencial el Jurado para escuchar a través del programa virtual ZOOM, la presentación y defensa del: **"PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE BELLEZA DE FRUTAS AMAZÓNICA, CIUDAD DE IQUITOS, 2020"**.

Presentado por:


**CANAYO GREFA, LUZ KAREN
CÁRDENAS OVALLE, FABIOLA ENELI**

Para optar el título profesional de Licenciado en Turismo y Hotelería.

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: **APROBADO POR UNANIMIDAD.**

A las 12.30 horas culminó el acto público.
En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.

Lic. RR.II.  Salvador Calderón Ferreira, Mgr. Presidente del Jurado

Lic. NIT.  Claudia Patricia Lozano Rocha, Mgr. Miembro del Jurado

Lic. TyH.  Joanna Paola Flores Noriega Miembro del Jurado

Iquitos – Perú
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Sede Tarapoto – Perú
Leoncio Prado 1070 / Martines de Compagnon 933

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

HOJA DE ANTIPLAGIO



"Año de la Universalización de la Salud"

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE BELLEZA DE FRUTAS AMAZONICA, CIUDAD DE IQUITOS, 2020".

De los alumnos: **LUZ KAREN CANAYO GREFA Y FABIOLA ENELI CARDENAS OVALLE** de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **16% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 12 de agosto del 2020.


Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética - UCP

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Acta de sustentación.....	IV
Hoja de antiplagio.....	V
Índice de contenido.....	VI
Índice de cuadros.....	VIII
Índice de figuras-----	X
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	04
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING.....	06
2.1 Necesidades de los clientes.....	06
2.2 Demanda actual y tendencias.....	08
2.3 Oferta competitiva.....	11
2.4 Programa de marketing.....	12
2.4.1 El producto.....	12
2.4.2 El precio.....	14
2.4.3 La promoción.....	15
2.4.4 La cadena de distribución.....	19
III. PLAN DE OPERACIONES.....	20
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de FABKA Inversiones SRL.....	20
3.2 El proceso de aprovisionamiento de FABKA Inversiones SRL.....	23
3.3 El proceso de producción de FABKA Inversiones SRL.....	24
3.4 El proceso de atención al cliente de FABKA Inversiones SRL.....	26

IV.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	27
	4.1 La organización de FABKA Inversiones SRL.....	27
	4.2 Puestos, funciones.....	27
	4.3 Condiciones laborales.....	29
	4.4 Régimen tributario.....	30
V.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	31
	5.1 Estudio económico.....	31
	5.1.1 Mercado y ventas.....	31
	5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.....	31
	5.2 Estudio financiero.....	33
	5.2.1 Inversiones de FABKA Inversiones SRL.....	33
	5.2.2 Financiamiento de FABKA Inversiones SRL.....	35
	5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	36
	CONCLUSIONES.....	38
	BIBLIOGRAFIA.....	39
	ANEXOS.....	40

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de FABKA Inversiones SRL., 2020 – Comercialización.....	04
Cuadro N° 02 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de FABKA Inversiones SRL., 2020 – Producción.....	04
Cuadro N° 03 Mercado del producto, ciudad de Iquitos, 2020.....	08
Cuadro N° 04 Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, 2020.	08
Cuadro N° 05 Mercado por edades, ciudad de Iquitos, 2020.....	08
Cuadro N° 06 Mercado por condición socio económica, ciudad de Iquitos, 2020.....	09
Cuadro N° 07 Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, 2020.....	09
Cuadro N° 08 Negocios con giros similares, ciudad de Iquitos, 2020.....	11
Cuadro N° 09 Precio de los productos de FABKA Inversiones SRL 2020.....	14
Cuadro N° 10 Composición nutricional de la carambola, 110gr.....	22
Cuadro N° 11 Demanda del mercado: tendencia y participación.....	31
Cuadro N° 12 Ventas de los productos de FABKA Inversiones SRL.....	31
Cuadro N° 13 Costo de ventas de FABKA Inversiones SRL (soles).....	31
Cuadro N°14 Gastos administrativos de FABKA Inversiones SRL, 2020 (soles).....	32
Cuadro N° 15 Gastos comerciales de FABKA Inversiones SRL (soles)...	32
Cuadro N° 16 Gastos pre operativo de FABKA Inversiones SRL (soles).	33

Cuadro N° 17 Inversión en activos de FABKA Inversiones SRL (soles)...	33
Cuadro N° 18 Depreciación de los Activos de FABKA Inversiones SRL (soles).....	33
Cuadro N° 19 Costo laboral (%).....	33
Cuadro N° 20 Programa de endeudamiento de FABKA Inversiones SRL (soles).....	34
Cuadro N° 21 Capital de trabajo de FABKA Inversiones SRL (soles).....	35
Cuadro N° 22 Cálculo de la tributación de FABKA Inversiones SRL.....	35
Cuadro N° 23 Estado de resultados integrales de FABKA Inversiones SRL (soles).....	36
Cuadro N° 24 Estado de flujo de caja de FABKA Inversiones SRL (soles).....	36
Cuadro N° 25 VAN, TIR, Y B/C de FABKA Inversiones SRL (soles).....	37

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Ubicación de FABKA Inversiones SRL 2020.....	03
Figura N° 02 Tratamiento facial con productos naturales.....	07
Figura N° 03 Crema exfoliante de carambola 125ml.....	12
Figura N° 04 Crema exfoliante de carambola 250ml.....	13
Figura N° 05 Logo empresa FABKA Inversiones SRL.....	14
Figura N° 06 Afiche promocional de FABKA Inversiones SRL.....	15
Figura N° 07 Polo amarillo con logo de FABKA Inversiones SRL.....	16
Figura N° 08 Toma todo con logo de FABKA Inversiones SRL.....	16
Figura N° 09 Gorro con logo de FABKA Inversiones SRL.....	17
Figura N° 10 Fan page de FABKA Inversiones SRL.....	18
Figura N° 11 La cadena de distribución de FABKA Inversiones SRL.....	19
Figura N° 12 Árbol de carambola.....	20
Figura N° 13 Fruto de carambola.....	21
Figura N° 14 Proceso de aprovisionamiento de FABKA Inversiones SRL.....	23
Figura N° 15 Proceso de producción de FABKA Inversiones SRL.....	24
Figura N° 16 Proceso de atención al cliente de FABKA Inversiones SRL.....	26
Figura N° 17 Estructura orgánica de la FABKA Inversiones SRL.....	27

RESUMEN

PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACION DE PRODUCTOS DE BELLEZA DE FRUTAS AMAZONICA, CIUDAD DE IQUITOS, 2020

Luz Karen, Canayo-Grefa
Fabiola Eneli, Cárdenas-Ovalle

El estudio se encuentra en el rubro de productos naturales, la empresa se dedicará a la elaboración de productos de bellezas de forma natural y elaborada con frutos regionales.

En cuanto al aprovisionamiento de la materia prima se dará en la ciudad de Iquitos, se trabajará con productos regionales. En esta primera etapa se empezará con productos elaborados en base a carambola.

La estructura orgánica elaborada para la empresa FABKA Inversiones SRL, corresponde a la necesidad de una micro empresa, las funciones fueron consolidadas. La empresa se inscribirá en el Registro de la micro y pequeña empresa.

En el plan económico y financiero los ratios financiero han confirmado la rentabilidad del proyecto, el Valor actual neto económico (VAN) de S/. 75,557 y el Valor actual neto financiero de S/. 80,792. La Tasa interna de retorno económica (TIR) es de 112% y la Tasa interna de retorno financiera es de 330%. El índice beneficio costo económico es de S/.3.35 y el índice beneficio costo financiero es de S/.20.14.

Palabras claves: plan de negocio, productos regionales, carambola, productos naturales.

SUMMARY

BUSINESS PLAN FOR THE ELABORATION OF FRUIT BEAUTY

PRODUCTS AMAZONICA, CIUDAD DE IQUITOS, 2020

Luz Karen, Canayo-Grefa

Fabiola Eneli, Cárdenas-Ovalle

The study is in the area of natural products, the company will dedicate itself to the elaboration of beauty products in a natural way and made with regional fruits.

Regarding the supply of raw materials will be in the city of Iquitos, it will work with regional products. In this first stage, we will start with products made from carambola.

The organic structure developed for the company FABKA Inversiones SRL, corresponds to the need for a micro company, the functions were consolidated. The company will be registered in the Micro and Small Business Registry.

In the economic and financial plan, the financial ratios have confirmed the profitability of the project, the Economic Net Present Value (NPV) of S / . 75,557 and the Net Financial Present Value of S / . 80,792. The Internal Economic Rate of Return (IRR) is 112% and the Internal Financial Rate of Return is 330%. The economic cost benefit index is S / .3.35 and the financial cost benefit index is S / .20.14.

Key words: business plan, regional products, star fruit, natural products.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: Exfoliantes Naturales FABKA

Razón social: FABKA Inversiones S.R.L

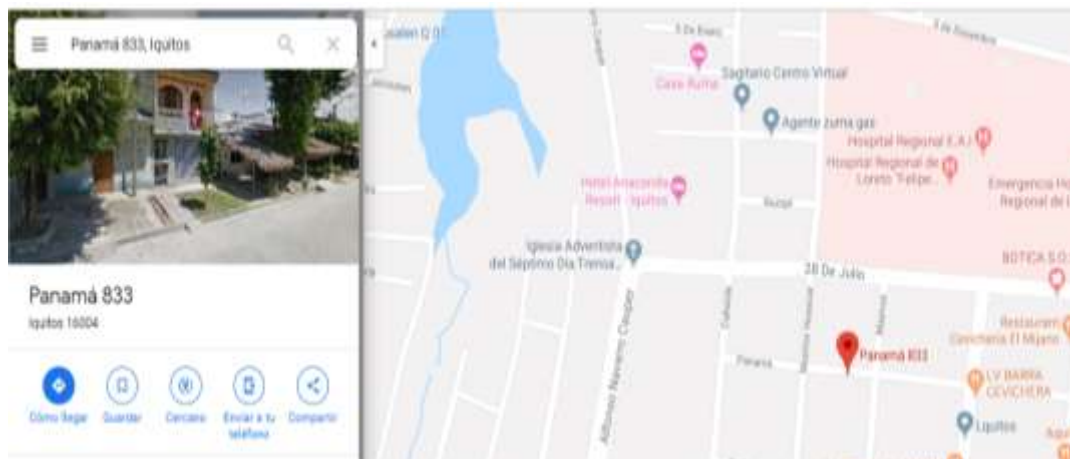
Sector de la actividad: elaboración de productos de belleza de frutas

Localización: calle Panamá Nro. 833, distrito de Punchana, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: producción

Figura 01

Ubicación de la empresa FABKA Inversiones SRL., 2020



Fuente: www.googlemaps.com

1.1 Actividad empresarial

Cuadro 1

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de FABKA Inversiones SRL., 2020 – Comercialización.

G	COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.		
	47	Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.	
		471	Venta al por menor de comercios no especializados.
			4719 Otras actividades de ventas al por menor en comercios no especializados.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

Cuadro 2

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de FABKA Inversiones SRL., 2020 – Producción.

C	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS		
	21	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico.	
		2100	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio.

Se busca satisfacer las necesidades de las personas de cuidar su salud al tener una piel más humectada y tonificada. Usar productos naturales para la belleza física y estética; para evitar enrojecimientos y problemas de reacciones de la piel al usar productos químicos. También, muchas personas buscan satisfacer la necesidad de tener siempre una piel lozana y joven (rejuvenecimiento), luciendo el brillo natural de la piel.

Los segmentos al cual se pretende llegar son las personas de 18 a 25: buscan seguir la moda, de 26 a 40 buscan ser más atractivas, de 41 a más buscan rejuvenecer y tener una piel lozana. Personas que cuenten con ingresos dependiente e independiente y que resida o trabaje en la ciudad de Iquitos, de los niveles Socioeconómico A, B y C.

Se ofrece un producto natural que busca la limpieza y mejoramiento de la piel con un costo accesible a las personas. La empresa se dedicará a la elaboración de productos de bellezas de forma natural y elaborada con frutos regionales. Utilizando como producto principal la carambola y otros productos regionales. Además, se aceptarán todos los medios de pagos.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes

Se han identificado a dos clases de consumidores, personas que están interesadas y tienen tendencia de consumir artículos naturales hecho a base de frutos regionales que son beneficiosos en el cuidado de la piel y su salud, otro tipo de consumidores sólo buscan satisfacer su necesidad de limpieza con un exfoliante con ingredientes químicos. Y Como se mencionó en el capítulo anterior se busca satisfacer la necesidad de:

- a. Necesidad del cuidado de la salud: Dentro del contenido mineral de este exfoliante tiene fuente de potasio, el cual es necesario tanto para la transmisión como para la generación del impulso nervioso, para una actividad muscular normal y ser el encargado principal de la hidratación y regulación celular. También el contenido tiene las vitaminas A y C que harán que tengamos una piel más hidratada.
- b. Necesidad de usar productos naturales: debido a la cantidad de ingredientes químicos en los contenidos de los exfoliantes comunes del mercado, surge la necesidad de un número de personas de usar solo exfoliantes que sean hechos a base de frutos naturales. Existe un segmento de consumidores que sufren de enfermedades dermatológicas, que necesita un producto que cubra una necesidad de limpieza de piel, productos que contengan mayor cantidad de insumos naturales que industriales o químicos.
- c. Necesidad de usar el producto sólo por estética: limpia los poros e impurezas del rostro, esto es especialmente beneficioso en todo tipo de pieles, las impurezas y el sebo que nuestra propia piel genera en exceso provocan problemas secundarios como acné, poros obstruidos, puntos negros, etc. Aclaran la piel, la tonifican y hacen tener un rostro más bello libre de impurezas.

- d. Necesidad de rejuvenecer: Personas adultas tienen la necesidad de usar el exfoliante como rejuvenecedor ya que tiene la propiedad de hidratar la piel y volverla más lozana. La vitamina A y C cumplen funciones antioxidantes, lo cual ayuda al cuidado y rejuvenecimiento de la piel, más ayuda a evitar el riesgo de múltiples enfermedades como las degenerativas y las cardiovasculares, incluso reduce las probabilidades de cáncer.

Figura 2
Tratamiento facial con productos naturales



Fuente: www.google.com/arch?q=crema+hidratante+para+la+cara+de+carambola&rlz=

2.2 Demanda actual y tendencias.

Cuadro 3

Mercado del producto, ciudad de Iquitos, 2020

Distritos que conforman el mercado a atender	Personas al 2007	Personas al 2015	Tasa de crecimiento o promedio anual	Personas al 2020 (proyectada)
Distrito Iquitos	169,599	150,484	-1.484%	139,647
Distrito Punchana	80,820	91,128	1.512%	98,228
Distrito Belén	73,015	75,685	0.450%	77,403
Distrito San Juan Bautista	106,834	154,696	4.736%	194,967
Población mercado ciudad Iquitos	430,268	471,993	1.164%	510,245

Fuente: elaboración propia

Cuadro 4

Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, 2020

Distritos	Población urbana (participación)	Personas
Distrito Iquitos (al 2020)	98.79%	137,957
Distrito Punchana (al 2020)	92.28%	90,645
Distrito Belen (al 2020)	87.55%	67,766
Distrito San Juan Bautista (al 2020)	89.46%	174,417
Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2020)		470,786

Fuente: elaboración propia

Cuadro 5

Mercado por edades, ciudad de Iquitos, 2020

	25 a 39 años	40 a 64 años	Total
Distrito Iquitos (%)	24.72%	25.63%	50.35%
Distrito Punchana (%)	24.63%	21.95%	46.58%
Distrito Belen (%)	24.25%	21.62%	45.87%
Distrito San Juan Bautista (%)	23.94%	21.59%	45.52%
Población por edades, ciudad Iquitos (2020)	114,615	107,551	222,167

Fuente: elaboración propia

Cuadro 6

Mercado por condición socio económica, ciudad de Iquitos, 2020

Tipo de segmento	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	0.0%	-
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	31,326
Segmento D ciudad de Iquitos	15.4%	34,214
Segmento E ciudad de Iquitos	0.0%	-
Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos	29.5%	65,539

Fuente: elaboración propia

Cuadro 7

Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, 2020

Promedio personas por vivienda		5.03
Viviendas ciudad de Iquitos (al 2020)		13,022
Consumo del producto (unidades por día/familia)		0.01
Consumo del producto (unidades por mes/familia)	30	0.25
Consumo del producto (unidades por año/familia)	12	14.89
Consumo del producto ciudad Iquitos (unidades)		193,924

Fuente: elaboración propia

La sociedad en la que vivimos hoy, toma la belleza y la juventud como dones muy preciados. Los peruanos actuales, son personas que se preocupan cada vez más por su imagen, son más modernos y buscan cambios que realcen su belleza y el cuidado de su cuerpo, este cambio es el que ha impulsado el desarrollo del mercado de productos para la belleza y cuidado personal en el país.

Un caso particular lo constituyen los productos a base de ingredientes naturales, específicamente los dirigidos hacia la belleza y el cuidado de la piel. La preocupación de los consumidores por su salud y bienestar y la creciente demanda por productos anti edad, anti caída del

cabello y la protección solar son aspectos que la industria cosmética no descuida. A esto se suma la exigente normativa en cuanto al uso de ingredientes cosméticos que sean seguros, la reducción del impacto medioambiental y el uso eficiente de los recursos. Surge así la mirada y atención especial de los consumidores, mujeres y hombres, por los productos cosméticos y para la salud de origen natural.

Al cierre de 2018, el canal retail representó el 20% del mercado de cosméticos e higiene personal, en cambio la venta directa, pesó el 49%.

El sector farmacéutico en el Perú. Expresado en un concepto per cápita, en el país se consumen 15 productos por persona, creciendo de 11.41% a 15.19%. En marzo de 2019 el gremio anunció un crecimiento del 5% para este año. Proyecciones para el mercado de la belleza en Perú, después de cerrar el primer semestre con un crecimiento del 3,6% en las ventas.

2.3. Oferta competitiva

La producción del exfoliante a base de frutas naturales va a ser una propuesta innovadora y beneficiosa para nuestro público; ya que; no solo brindará vitaminas a la piel, sino que también la protegerá de los fuertes rayos solares que atacan a nuestra ciudad.

La fruta principal que es la Carambola tiene como propiedad principal de absorción de grasas e impurezas y brinda vitaminas A y C para nuestra piel, la vitamina A contribuye a reducir las glándulas productoras de grasa y a remover las toxinas de la piel. Por otra parte, la vitamina C protege la piel contra la contaminación, las primeras arrugas y el daño provocado por el sol.

Cuadro 8

Negocios similares en la ciudad de Iquitos, 2019

Empresa	Unidad de medida	Empresas		
		Unique	Natura	Avon
Exfoliante natural - 250ml.	Frasco	S/59.00	S/50.00	S/40.00

Fuente: Elaboración propia.

2.4 Programa de marketing.

2.4.1 El producto

La empresa se dedicará a la elaboración de una crema exfoliante, elaborado de forma natural sin el uso de ingredientes químicos que alteren su estado. Como primera etapa se elaborará crema exfoliante de carambola por ser una fruta de producción permanente durante todo el año. Venta que se realizará a través del servicio delivery.

a) Categorías de productos.

Se ha considerado empezar la primera etapa lo siguiente:

- Crema exfoliante de carambola 125ml
- Crema exfoliante de carambola 250ml

Las cremas serán envasadas en plásticos en las distintas presentaciones.

Figura 3
Crema exfoliante de carambola 125 ml



Fuente: elaboración propia

Figura 4
Crema exfoliante de carambola 250 ml



Fuente: elaboración propia

b) La marca

La empresa ha diseñado un logo simple, cuyo objetivo es que se identifique los productos, el logo factor que sirve para distinguir a la empresa frente a los negocios similares.

El logo diseñado por la empresa, se ha elaborado con la finalidad de brindar un aspecto de natural, juvenil, además de brindar seguridad al consumidor.

Se ha diseñado el siguiente logo:

Figura 5

Logo de la empresa FABKA Inversiones S.R.L, 2020



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

Para la determinación del precio se ha tenido en cuenta los costos de la empresa, dividido en dos grupos, los costos fijos y los costos variables. El precio, es considerado uno de los factores de más importancia dentro del negocio, ya que garantiza el retorno de la inversión más el margen de utilidad y de esto dependerá el nivel de rentabilidad o no de la empresa. El objetivo que se busca en el presente plan de negocios es la maximización de la cuota de mercado local y regional.

Cuadro 9

Precio de los productos de FABKA Inversiones SRL.,2020

(soles)

Producto	Unidad de medida	Precio (soles)
Exfoliante natural de carambola de 125ml.	Frasco	25
Exfoliante natural de carambola de 250ml.	Pote	40

Fuente: elaboración propia

2.4.3 La promoción.

Las actividades elaboradas para desarrollar la promoción de la empresa, buscan hacer conocer los productos que produce la empresa, como también, lograr la finalidad que es la de persuadir al segmento de mercado elegido.

Se ha considerado al internet como principal herramienta de promoción, dentro de ellas se ha elegido a las redes sociales más usadas por nuestro segmento, dentro de ellas tenemos dos:

Facebook: Se creará un fan page para difundir los productos y actividades como sorteos, entre todos los clientes que den like y compartan nuestras publicaciones.

Twitter: En esa red social, se busca contar con la mayor cantidad de seguidores, para el cual se invitará masivamente, lo que demuestra la aceptación de los productos de la empresa.

Figura 6

Afiche promocional de FABKA Inversiones SRL



Fuente: elaboración propia.

Figura 7

Polos con logo de FABKA Inversiones SRL



Fuente: [google.com/search?q=polo+amarillo&rlz=1C1CHBD_esPE850P](https://www.google.com/search?q=polo+amarillo&rlz=1C1CHBD_esPE850P)

Figura 8

Toma todo de FABKA Inversiones SRL



Fuente: [google.com/search?q=TOMATODO&rlz=1C1CHBD](https://www.google.com/search?q=TOMATODO&rlz=1C1CHBD)

Figura 9
Gorro de FABKA Inversiones SRL



Fuente: [google.com/search?q=gorro+amarillo&rlz=1C1CHBD_esPE850PE](https://www.google.com/search?q=gorro+amarillo&rlz=1C1CHBD_esPE850PE)

El fan page por ser la herramienta más usadas por el segmento objetivo, será el principal medio de comunicación con los clientes, por este medio podrán realizar sus consultas, absolver sus dudas, cotizar, entre otros.

Se cuenta con merchandising para ser obsequios al cliente cuando realiza sus compras, como también, para los sorteos que se realizaran. También, se cuenta con un afiche de promoción, que será difundido por todos los medios posibles.

Figura 10
Fan page de FABKA Inversiones SRL



Fuente: elaboración propia

2.4.4 La cadena de distribución

El local comercial se encuentra ubicado en Calle Panamá Nro.833, Punchana, región Loreto. La Distribución será directa, es decir entre la empresa y el cliente no existe intermediarios.

La función de distribución es la de colocar los productos de la empresa en los lugares donde acude el cliente, para facilitar la compra de los productos de la empresa.

Figura 11

La cadena de distribución de FABKA Inversiones SRL



Fuente: elaboracion propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de FABKA Inversiones SRL.

La fuente de aprovisionamiento se dará en la ciudad de Iquitos, la adquisición se dará directamente con los productos. Se ha establecido contacto con los productores de la carretera Iquitos – Nauta, quienes abastecerán de materia prima a la empresa. Son escasas las empresas que venden estas frutas ya que comercialmente no es atractiva por su bajo costo. Motivo por el cual se acudió a los productores, que muchas veces dejan madurar en el árbol.

La carambola (*Averrhoa carambola L.*) es un arbusto, perteneciente a la familia de las oxalidaceae, muy decorativo, de una altura mediana entre 5m y 9 m, con ramas colgantes, hojas grandes. Sus flores son pequeñas de unos 4 mm de diámetro, moradas o rojas, dispuestas en racimos auxiliares o terminales.

Figura 12

Árbol de carambola



Fuente: elaboracion propia

El cultivo se reproduce por semilla, acodo o injerto. Su densidad de siembra varía mucho, pero generalmente está en un rango de 286 a 356 árboles por hectárea. Entra en producción a los tres años de edad, se considera un cultivo tropical y subtropical, que crece de 0 a 1200 msnm y preferiblemente con lluvias durante todo el año (1800 mm o un poco más). <http://www.floraguide.es/arboles/Averrhoacarambola.htm>.

Figura 13
Fruto de carambola



Fuente: elaboracion propia

La carambola de buena calidad se reconoce por su firmeza y color amarillo definido, sin manchas verdes. Ligeros visos de color café en los bordes son normales y no se consideran defectos. La pulpa debe ser jugosa y crocante. Si el producto está suave, golpeado, presenta manchas verdes o excesiva coloración café en sus bordes, picaduras de

insectos o pájaros, cicatrices de viento o marchitamiento, será rechazado o castigado en precio.

Cuadro 10
Composición nutricional de la carambola 110gr

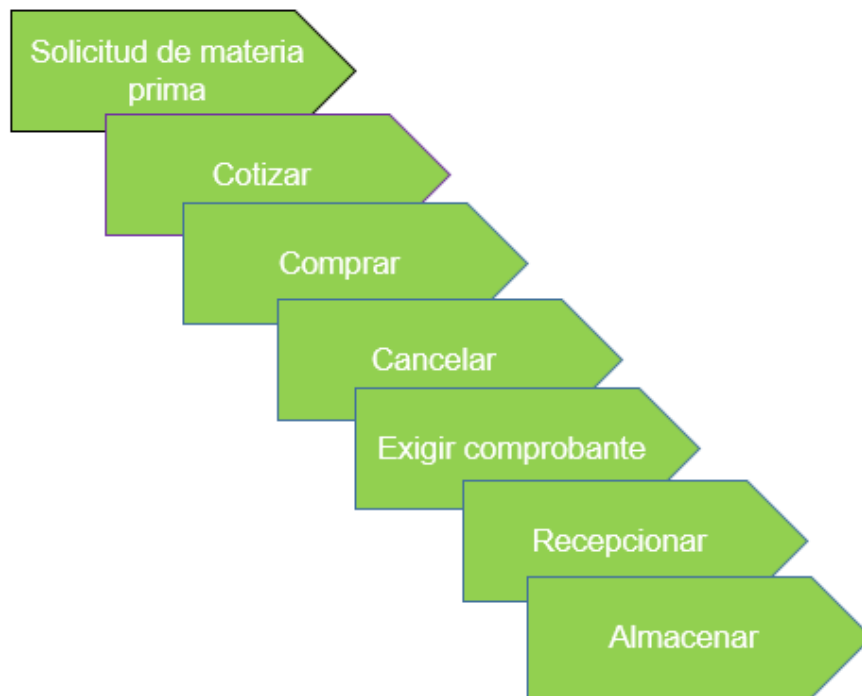
Componentes mayores (g)		Minerales (mg)		Vitaminas (mg)	
Agua	90.00	Calcio	5.00	Caroteno (A)	90.00
Proteína	0.50	Fósforo	18.00	Tiamina (B ₁)	0.04
Grasa	0.30	Hierro	0.40	Riboflavina (B ₂)	0.02
Carbohidrato	9.00			Niacina (B ₃)	0.30
Fibra	0.60			Vitamina C	35.00
Ceniza	0.40				

Fuente. Cañizares A., Bonafine O., & Vargas A. (2012). Frutales no tradicionales. Aprovechamiento industrial del tamarindo estrella o carambola. INIA Divulga. Revista de Difusión de Tecnología Agrícola, pecuaria, pesquera y acuícola, 23, 2-9.

3.2 El proceso de aprovisionamiento de FABKA Inversiones SRL.

Figura 14

Proceso de aprovisionamiento de FABKA Inversiones SRL.



Fuente: elaboracion propia

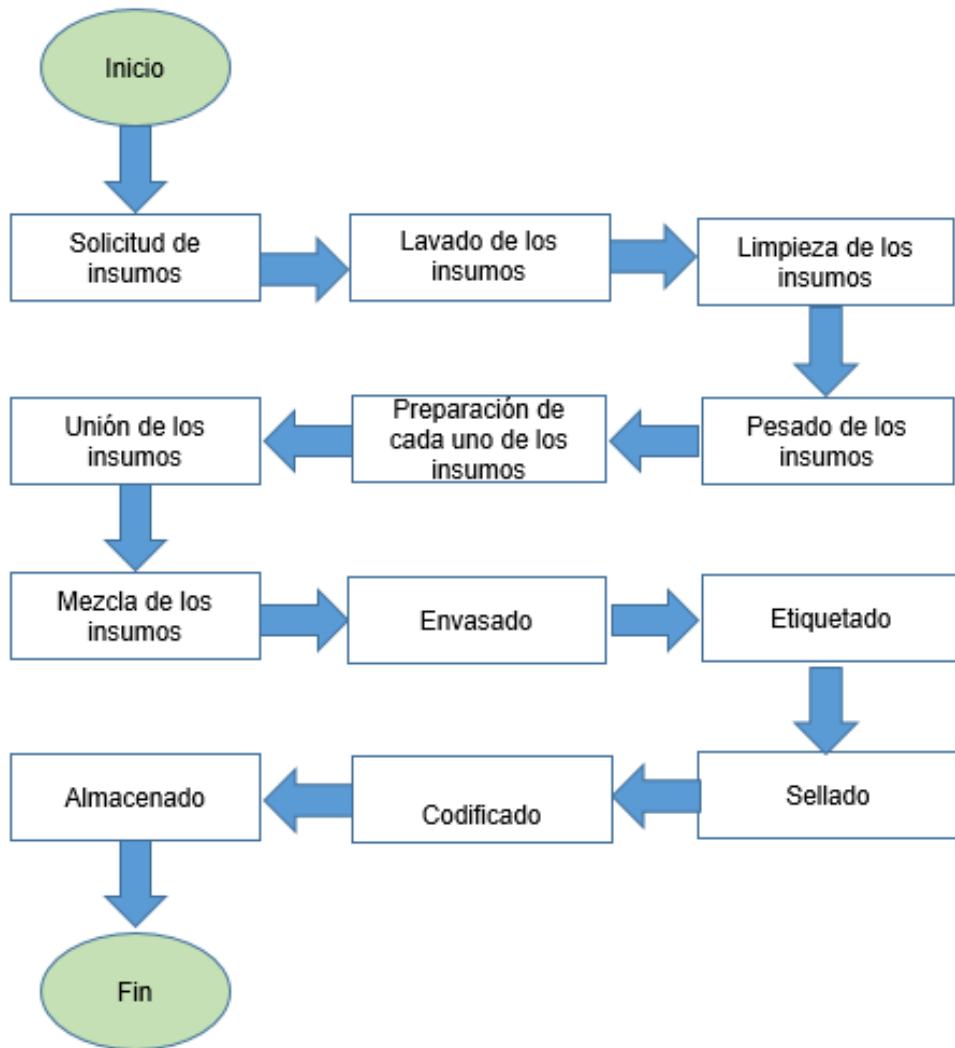
El proceso de aprovisionamiento empieza con la solicitud de materiales, en éste caso principalmente del fruto de la carambola, para luego proceder a cotizar, que no es más que preguntar a los proveedores. La compra se realizará por ciento por ser una fruta de mucha abundancia en la ciudad de Iquitos.

Como paso siguiente se realiza la compra, seguidamente se procede a cancelar el monto total, para seguidamente exigir el comprobante de pago, que al tratarse de agricultores la empresa FABKA inversiones contará con liquidaciones de compra, en cumplimiento a la normativa vigente. Seguidamente se recepciona la mercadería, de ser el caso se traslada al almacén, o se ingresa al almacén.

3.3 El proceso de producción de FABKA Inversiones SRL

Figura 15

Proceso de producción de FABKA Inversiones SRL



Fuente: elaboración propia.

El proceso de producción empieza con la solicitud de insumos naturales para la elaboración de la crema de belleza (exfoliante).

Como siguiente paso se procede a lavar, con agua y cloro, preparada previamente. Luego se procede con la limpieza de los insumos,

ya que muchas veces las, frutas traen puntos negros, asperezas, entre otros.

Posteriormente se procede con el pesaje de cada uno de los insumos que forman la fórmula. Luego se procede a preparar cada uno de los insumos, como puede ser molida, corte en trozos, etc.

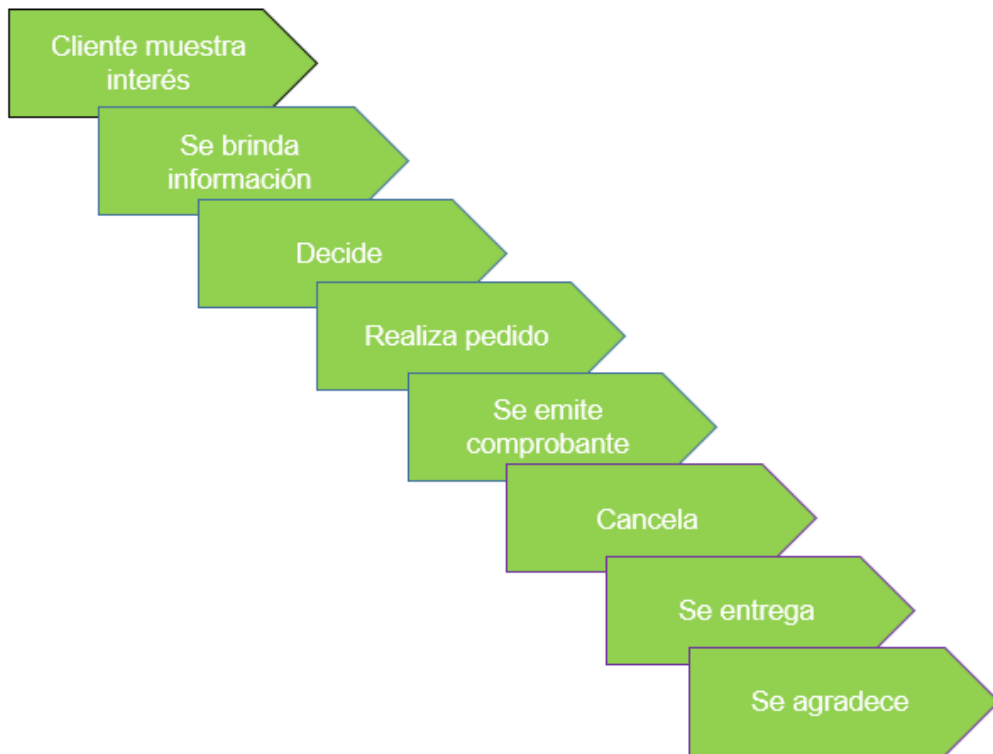
Después se procede con la unión o mezcla de los insumos hasta conseguir una mezcla homogénea. Luego se procede con el envasado de la crema, seguidamente se procede con el etiquetado, luego el sellado de la tapa.

A continuación se procede con el codificado, también se procede a registrar la fecha de expiración del producto. Por último se procede a ingresar al almacén.

3.4 El proceso de atención al cliente de FABKA Inversiones SRL

Figura 16

Proceso de atención al cliente de FABKA Inversiones SRL.



Fuente: elaboración propia.

El proceso de atención al cliente se da inicio cuando el cliente muestra interés, ya sea con una visita al local comercial o con una llamada telefónica, también puede ser con un mensaje a través de las redes sociales.

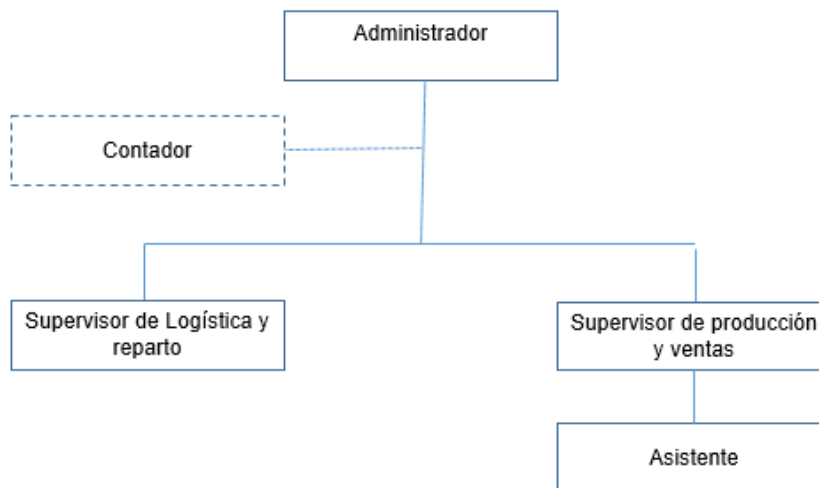
Seguidamente se brinda la información, posteriormente con toda la información brindada el cliente decide la compra. Seguidamente se realiza el pedido al área, se emite el comprobante, el cliente procede a cancelar, se entrega la mercadería comprada y finalmente se agradece al cliente.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Estructura organizacional de la empresa FABKA Inversiones SRL.

Figura 17

Estructura organizacional de la empresa FABKA Inversiones SRL.



Fuente: elaboración propia

4.2 PUESTOS Y FUNCIONES

a) Puesto: Administrador de FABKA Inversiones SRL.

Funciones:

1. Planificar los objetivos a corto, mediano y largo plazo de la empresa, considerando todas las actividades que implica.
2. Planificar y elaborar las funciones de todas las áreas de la organización.
3. Organizar las distintas áreas de la empresa.
4. Organizar los procesos de las distintas áreas.
5. Organizar la elaboración del manual de funciones de todas las áreas de la organización.

6. Organizar actividades para motivar a todo el personal a su cargo
7. Dirigir y monitorea el trabajo de los supervisores
8. Controlar la asistencia de los trabajadores
9. Controlar el logro avance para el logro de los objetivos
10. Controlar los costos y gastos de acuerdo a los presupuestado
11. Representar a la organización frente a otras empresas e instituciones.
12. Representar a la institución frente a la Sunat.
13. Representar a la empresa frente a las entidades bancarias.

b) Puesto: Supervisor de logística y repartos de FABKA Inversiones SRL.

Funciones:

1. Planificar el aprovisionamiento de los bienes y servicios
2. Planificar el proceso de reparto de los pedidos de los clientes
3. Organizar el área de logística de la organización
4. Organizar el área de reparto de la empresa
5. Organizar las actividades del área de logística y reparto
6. Dirigir el trabajo de logística y reparto
7. Dirigir la cotización de los bienes y servicios para la empresa.
8. Dirigir el requerimiento de las necesidades de las áreas de la empresa.
9. Controlar la producción diaria de los productos
10. Controlar la calidad de los productos

c) Puesto: Supervisor de producción y ventas de FABKA Inversiones SRL.

Funciones:

1. Planificar la producción de los productos de la empresa
2. Planificar las ventas, tanto mensual como anual de la empresa

3. Planificar el abastecimiento de los bienes y servicios que requiere la empresa.
4. Planificar y consolidar el requerimiento de las distintas áreas de la empresa, en cuanto a los bienes y servicios.
5. Organizar las cotizaciones de los bienes y servicios requeridos por las distintas áreas, como mínimo en tres proveedores.
6. Dirigir el proceso de producción de los productos de la empresa
7. Dirigir el proceso de ventas para el logro de las metas de la empresa
8. Dirigir el proceso de control del almacén
9. Dirigir las actividades de integración del área
10. Controlar el inventario del almacén de la empresa
11. Controlar el buen uso de los bienes de la empresa
12. Controlar la calidad de los productos terminados
13. Reportar las estadísticas de producción al administrador

4.3 Condiciones laborales

La empresa Inversiones FABKA Inversiones SRL, ha establecido las siguientes condiciones laborales:

- Se cumplirá con la jornada laboral de ocho horas diarias
- Se priorizará la elaboración de los contratos por tres meses para todos los trabajadores.
- La empresa FABKA Inversiones SRL, se acogerá a la Ley 28015 Ley de promoción de la Micro y Pequeña empresa.
- Previamente debe registrarse en el registro de la micro y pequeña empresa.
- La empresa FABKA Inversiones cumplirá con el protocolo para venta delivery según la legislación.

4.4 Régimen tributario.

La empresa FABKA Inversiones., se acogerá al régimen Mype tributario por ser un régimen que reduce el impuesto a la renta de 29.5% al 10% cada año. Siempre y cuando las utilidades no excedan las 15 UIT, de lo contrario se pagará el 29.50%, como un régimen general normal.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

5.1.1 Mercado y ventas.

Cuadro 11

Demanda de mercado: tendencia y participación

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (unidades)	193,924		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	2%	4%
Demanda estimada (unidades)	193,924	197,803	205,715
Participación de mercado (decisión empresa)	5.00%	6.00%	8.00%
Demanda del proyecto (unidades)	9,696	11,868	16,457

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12

Ventas de los productos de FABKA Inversiones FABKA SRL

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	9,696	11,868	16,457
Precio venta - decisión empresarial (soles x unidades)	25.00	25.00	25.50
Tendencia del precio en el mercado	0%	2%	3%
Precio de venta unitarios	S/.25.00	S/.25.50	S/.26.27
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.242,405	S/.302,638	S/.432,248

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

Cuadro13

Costo de ventas de FABKA Inversiones SRL. (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	9,696	11,868	16,457
Costo compra (unidades)	S/12	S/12	S/12
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/116,354	S/143,842	S/205,445

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14**Gastos administrativos de FABKA Inversiones SRL. (soles)**

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente - propietario	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,400	S/. 1,600
Supervisores	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,100	S/. 1,500
Asistente	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 1,000	S/. 1,200
Remuneraciones del personal	S/. 4,130	S/. 4,600	S/. 5,800
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 4,488	S/. 4,999	S/. 6,303
Servicios públicos	S/. 167	S/. 186	S/. 256
Utiles oficina	S/. 215	S/. 269	S/. 288
Servicio contable	S/. 250	S/. 280	S/. 300
Otros	S/. 180	S/. 224	S/. 220
Total mensual	S/. 5,300	S/. 5,958	S/. 7,367
TOTAL ANUAL	S/.63,599	S/.71,492	S/.88,400

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15**Gastos comerciales de FABKA Inversiones SAC. (soles)**

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 300.00	S/. 360.00	S/. 380.00
Alquiler local	S/. 600.00	S/. 750.00	S/. 800.00
Promociones	S/. 220.00	S/. 230.00	S/. 250.00
Otros	S/. 200.00	S/. 220.00	S/. 250.00
Total mensual	S/. 1,320.00	S/. 1,560.00	S/. 1,680.00
TOTAL ANUAL	S/.15,840.00	S/.18,720.00	S/.20,160.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16**Gastos pre operativos de FABKA Inversiones SRL. (soles)**

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 600.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 2,100.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio Financiero.

5.2.1 Inversiones de FABKA Inversiones SRL.

Cuadro 17

Inversión en activos de FABKA Inversiones SRL. (soles)

Activo fijo	Valor adquisic	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación a
Local/acondicionamiento	S/. 8,000	1	S/. 8,000	20	S/. 400
Terrenos	S/. 0	5	S/. 0	0	S/. 0
Equipos	S/. 3,000	1	S/. 3,000	5	S/. 600
Vehiculos	S/. 5,000	1	S/. 5,000	5	S/. 1,000
Muebles	S/. 2,000	1	S/. 2,000	5	S/. 400
Total			S/. 18,000		S/. 2,400

Fuente: elaboración propia

Cuadro 18

Depreciación de los activos de FABKA Inversiones SRL (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.19,500	-S/.2,850	-S/.2,850	-S/.2,850	S/.10,950
Amortización activo intangib	S/.1,750	-S/.350	-S/.350	-S/.350	S/.700
Total	S/.21,250	-S/.3,200	-S/.3,200	-S/.3,200	S/.11,650

Fuente: elaboración propia

Cuadro 19

Costo laboral (%)

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Aguinaldo	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Vacaciones	30	15	15	8.33%	4.17%	4.17%
Subtotal				25.00%	12.50%	4.17%
CTS	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
ESSALUD				9.00%	9.00%	4.50%
Total				42.33%	25.67%	8.67%

Fuente: elaboración propia

5.2.2 Financiamiento de FABKA Inversiones SRL.

Cuadro 20

Programa de endeudamiento de FABKA Inversiones SRL (soles)

Deuda a tomar				
	S/. 28,000			
34.49%	Anual	2.5%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	28,000	700	778	1,478
2	27,222	681	778	1,458
3	26,444	661	778	1,439
4	25,667	642	778	1,419
5	24,889	622	778	1,400
6	24,111	603	778	1,381
7	23,333	583	778	1,361
8	22,556	564	778	1,342
9	21,778	544	778	1,322
10	21,000	525	778	1,303
11	20,222	506	778	1,283
12	19,444	486	778	1,264
		7,117	9,333	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	18,667	467	778	1,244
14	17,889	447	778	1,225
15	17,111	428	778	1,206
16	16,333	408	778	1,186
17	15,556	389	778	1,167
18	14,778	369	778	1,147
19	14,000	350	778	1,128
20	13,222	331	778	1,108
21	12,444	311	778	1,089
22	11,667	292	778	1,069
23	10,889	272	778	1,050
24	10,111	253	778	1,031
		4,317	9,333	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	9,333	233	778	1,011
26	8,556	214	778	992
27	7,778	194	778	972
28	7,000	175	778	953
29	6,222	156	778	933
30	5,444	136	778	914
31	4,667	117	778	894
32	3,889	97	778	875
33	3,111	78	778	856
34	2,333	58	778	836
35	1,556	39	778	817
36	778	19	778	797
		1,517	9,333	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 21

Capital de trabajo de FABKA Inversiones SRL. (soles)

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3
Caja	5.0%	1.0%	1.0%	1.0%
Monto	-S/.12,120	-S/.602	-S/.1,296	S/.0
Cuentas x cobrar				
Número de días		7	7	7
Monto		-S/.4,713	-S/.1,171	-S/.2,520
Inventario				
Número de días		45	45	45
Monto		-S/.14,544	-S/.3,436	-S/.7,700
Cuentas x pagar				
Número de días		15	15	15
Monto		S/.4,848	S/.1,145	S/.2,567
TOTAL	-S/.12,120	-S/.15,012	-S/.4,758	-S/.7,654

Fuente: elaboración propia

Cuadro 22

Calculo de la tributación de FABKA Inversiones SRL. (soles)

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN				
		Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades (comercio y restaurante)		0%	0%	0%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)		29.5%	29.5%	29.5%
Tasa tributaria (TAX)		29.50%	29.50%	29.50%
Para efectos de pago a SUNAT Regimen MYPE				
Participación utilidades (menos de 20 trabajadores)		0.00%	0.00%	0.00%
Impuesto a la renta (hasta 15 UIT)		10%	10%	10%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)		29.5%	29.5%	29.5%
	Al 2020	Cantidad	Importe	
Unidad Impositiva Tributaria	4,300	15	64,500	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 23

Estado de resultados integrales de FABKA Inversiones SRL. (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.242,405	S/.302,638	S/.432,248
Costo ventas	-S/.116,354	-S/.143,842	-S/.205,445
Margen Bruto	S/.126,051	S/.158,796	S/.226,803
Gastos administrativos	-S/.63,599	-S/.71,492	-S/.88,400
Depreciación	-S/.2,820	-S/.2,820	-S/.2,820
Gastos comerciales	-S/.15,840	-S/.18,720	-S/.20,160
Margen operativo	S/.43,791	S/.65,764	S/.115,423
Gastos financieros	-S/.7,117	-S/.4,317	-S/.1,517
Margen antes de tributos	S/.36,675	S/.61,447	S/.113,906
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/36,675	S/61,447	S/113,906
Pago impuesto a la renta	-S/.10,819	-S/.18,127	-S/.33,602
Utilidad neta	25,856	43,320	80,304

Fuente: elaboración propia

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

Cuadro 24

Flujo de caja de FABKA Inversiones SRL. (soles)

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.242,405	S/.302,638	S/.432,248	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.20,100				S/.11,640
Capital de trabajo	-S/.12,120	-S/.15,012	-S/.4,758	-S/.7,654	S/.39,544
Compras		-S/.116,354	-S/.143,842	-S/.205,445	
Gastos administrativos		-S/.63,599	-S/.71,492	-S/.88,400	
Gastos comerciales		-S/.15,840	-S/.18,720	-S/.20,160	
Pago impuestos		-12,918	-19,400	-34,050	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.32,220	S/.18,681	S/.44,426	S/.76,539	S/.51,184
Préstamo recibido	S/.28,000				S/0
Amortización		-S/.9,333	-S/.9,333	-S/.9,333	
Gastos financieros		-S/.7,117	-S/.4,317	-S/.1,517	
Escudo fiscal		S/.2,099	S/.1,273	S/.447	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.4,220	S/.4,330	S/.32,049	S/.66,137	S/.51,184
FCE	-S/.32,220	S/.18,681	S/.44,426	S/.127,723	
FCF	-S/.4,220	S/.4,330	S/.32,049	S/.117,321	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 25
VAN, TIR y B/C de Inversiones Bora. (soles)

VAN Económico	S/.75,557
Tasa de descuento (CAPM)	25.47%
TIR Económica	112%
Indice B/C	3.35
VAN Financiero	80,792
Tasa de descuento (WACC)	24.47%
TIR Financiero	330%
Indice B/C	20.14

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES:

- a. En el plan de marketing se ha determinado que hay varias necesidades que se pretende satisfacer, como la necesidad del cuidado de la salud, necesidad de usar productos naturales, necesidad de usar producto por estética, como también satisfacer la necesidad de rejuvenecer.
- b. En plan de operaciones, La fuente de aprovisionamiento considerado será la ciudad de Iquitos se ha determinado, comerciantes mayoristas, como también agricultores de la zona sur de la ciudad de Iquitos. Presenta abundante producción todo el año, el abastecimiento es permanente.
- c. En cuanto al plan de recurso humano, la estructura orgánica, es simple, con las funciones de planeamiento, organización y control para todos los puestos, con funciones integradas, claras, que buscan evitar la duplicidad de funciones.
- d. Se han determinado los precios, igual y por debajo de la competencia. El principal valor de nuestro producto es que es un producto natural, elaborado de manera artesanal.
- e. Los ratios encontrados en el Plan Económico y Financiero confirman la rentabilidad del proyecto, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 112% y un Valor Actual Neto (VAN) del S/.75,557.00 y un Índice Beneficio Costo (B/C) de S/.3.55

BIBLIOGRAFÍA:

ALBAN & TOURNON, J. 1984. Investigación sobre las plantas medicinales de los Shipibo-Conibo del Ucayali. Amazonía Peruana.

Cañizares A., Bonafine O., & Vargas A.(2012). Frutales no tradicionales. Aprovechamiento industrial del tamarindo estrella o carambola. INIA Divulga. Revista de Difusión de Tecnología Agrícola, pecuaria, pesquera y acuícola.

DIAZ, M. G. 1991. Determinación de alcaloides en especies vegetales de la región. Informe de prácticas pre-profesionales. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Facultad Ing. Química. Iquitos.

DOCUMET, M. T. 1989. Inventario y estudio preliminar de plantas medicinales usadas en medicina tradicional. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Fac. de Medicina.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2007. Censos Nacionales 2015: XII de Población y VI de Vivienda. Lima, Perú.
Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2015 IV Censo Nacional Económico por departamento. Lima, Perú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: www.inei.gob.pe

[www. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.gob.pe](http://www.Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.gob.pe)

www.floraguide.es/arboles/Averrhoacarambola.htm

ANEXOS:

Anexo 01

Pack Natura Agua de Carambola mas jabones



Fuente: www.natura.com.pe/p/agua-carambola-jabones/85502pe

Anexo 01

Pack Natura Agua de Carambola mas jabones



Fuente: www.google.com/search?q=exfoliante+de+carambola&tbm