



**FACULTAD DE NEGOCIOS  
TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**PLAN DE NEGOCIO ENVASES DE PRODUCTOS  
RECICLADOS, CIUDAD DE IQUITOS, 2022**

**AUTORES:**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**BURGA PANAIFO, MARCELL JUNIOR**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**NOVOA ELESCANO, CARLOS**

**LINEA DE INVESTIGACION: PROSPECTIVAS DE  
MERCADOS Y TERRITORIOS**

**IQUITOS - PERÚ**

**2022**

## DEDICATORIA

A mis queridos padres que tanto los amo, Ángel Burga y Enith Panaifo. gracias a ellos que me ayudaron a salir adelante en mis momentos difíciles de mi vida y siempre están ahí apoyándome a culminar mis metas, siempre brindándome su apoyo en todo como para salir adelante como persona y profesional.

A mi hija Marcela Alexandra

A mis hermanas Melissa y Priscilla que siempre están ahí apoyando y con la bendición de Dios todo se puedo, ruego a Dios que cuide a mi familia.

Marcell Burga

El presente trabajo va dedicado a mis hijos y esposa quienes son el motor y el motivo para salir adelante y nunca rendirme.

Carlos Novoa

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme la vida y darme muchas bendiciones

A toda mi familia y no abandonarme en ni ningún momento.

A nuestros Docentes por su enseñanza, asesoramiento y comprensión en nuestro camino para obtener nuestro título profesional de la Universidad Científica del Perú. Gracias a todos.

Marcell Burga

A mis padres quienes son un ejemplo a seguir del trabajo honrado y de la sonrisa alentadora.

A Dios por la vida que me dio y la oportunidad de elegir mi camino profesional.

Carlos Novoa

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 157-2023-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 17 de marzo de 2023, se autorizó la sustentación para el día jueves 23 de marzo de 2023.

Siendo las 11.00 horas del día 23 de marzo se constituyó de modo presencial Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO ENVASES DE PRODUCTOS RECICLADOS, CIUDAD DE IQUITOS, 2022.

Presentado por:

BURGA PANAIFO MARCELL JUNIOR

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

NOVOA ELESCANO CARLOS


Para optar el título profesional de Contador Público


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 12.26 PM. horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.

  
CPC. Luis Alberto Barriga Roa  
Presidente del Jurado

  
Lic. Adm. Enrique Alvan Mori, Mgr.  
Miembro del Jurado

  
Dra. Olga Mireya Pinedo Flores  
Miembro del Jurado



*"Año de la Unidad, la paz y el desarrollo"*

**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 ENVASES DE PRODUCTOS RECICLADOS,  
CIUDAD DE IQUITOS, 2022"**

De los alumnos: **MARCELL JUNIOR BURGA PANAIFO Y CARLOS NOVOA  
ELESCANO**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión  
por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **11% de plagio**.

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

San Juan, 22 de Febrero del 2023.

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

CIRA/rh-a  
75-2023

## 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.....	03
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING.....	05
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	07
2.3 Oferta competitiva.....	10
2.4 Programa de marketing.....	11
2.4.1 El producto.....	14
2.4.2 El precio.....	14
2.4.3 La promoción.....	15
2.4.4 La cadena de distribución.....	18
III. PLAN DE OPERACIONES.....	19
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	19
3.2 El proceso de aprovisionamiento.....	20
3.3 El proceso de producción.....	21
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	23
4.1 La estructura organizacional.....	23

4.2 Puestos, funciones.....	23
4.3 Condiciones laborales.....	25
4.4 Régimen tributario.....	25
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	28
5.1 Estudio económico.....	26
5.1.1 Mercado y ventas.....	26
5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.....	26
5.2 Estudio financiero.....	28
5.2.1 Inversiones de Inversiones.....	28
5.2.2 Financiamiento de Inversiones.....	29
5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	32
VI. CONCLUSIONES.....	34
BIBLIOGRAFÍA.....	35

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Página</b>
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Inversiones Machelita EIRL, año 2021.....	04
Cuadro N° 02 Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2022....	07
Cuadro N° 03 Mercado por zona de residencia, Ciudad de Iquitos, año 2022.....	08
Cuadro N° 04 Mercado por grupo de edades, ciudad de Iquitos. año 2022.....	08
Cuadro N° 05 Mercado por condición socio económico, ciudad de Iquitos, año 2021.....	08
Cuadro N° 06 Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, año 2022.....	09
Cuadro N° 07 Negocios con giros similares a Inversiones Machelita EIRL, ciudad de Iquitos, año 2022.....	10
Cuadro N° 08 Precio de los productos de Inversiones Machelita EIRL....	15
Cuadro N° 09 Demanda del negocio a desarrollar, año 2022.....	26
Cuadro N° 10 Ventas de los productos de la empresa Inversiones Machelita EIRL.....	26
Cuadro N° 11 Costo de ventas de la empresa Inversiones Machelita EIRL (soles).....	26
Cuadro N°12 Gastos administrativos de Inversiones Machelita EIRL, 2021 (soles).....	27



Cuadro N° 13 Gastos comerciales de Inversiones Machelita EIRL (soles).....	27
Cuadro N° 14 Gastos pre operativo de Inversiones Machelita EIRL (soles).....	29
Cuadro N° 15 Inversión en activos de Inversiones Machelita EIRL (soles).....	28
Cuadro N° 16 Depreciación de los Activos de Inversiones Machelita EIRL (soles).....	28
Cuadro N° 17 Costo laboral (%).....	28
Cuadro N° 18 Programa de endeudamiento primer año de Inversiones Machelita EIRL (soles).....	29
Cuadro N° 19 Capital de trabajo de Inversiones Machelita EIRL (soles).....	30
Cuadro N° 20 Estado de situación financiera de Inversiones Machelita EIRL (soles).....	31
Cuadro N° 21 Estado de resultados integrales de Inversiones Machelita EIRL (soles).....	31
Cuadro N° 22 Cálculo de la tributación de Inversiones Machelita EIRL (soles).....	32
Cuadro N° 23 Estado de flujo de caja económico de Inversiones Machelita EIRL (soles).....	32
Cuadro N° 24 VAN, TIR, Y B/C de Inversiones Machelita EIRL (soles).....	35

## ÍNDICE DE FIGURA

Figura N° 01 Localización de la empresa Inversiones Machelita EIRL, 2022.....	03
Figura N° 02 Conservación de alimentos de forma ordenada.....	06
Figura N° 03 Envase de plástico de 1kg.....	12
Figura N° 04 Envase de plástico reciclado, diversos tamaños.....	12
Figura N° 05 Envase de plástico reciclado con tapa de madera.....	13
Figura N° 06 Envase de vidrio reciclado con tapa de madera.....	13
Figura N° 07 Logo de Inversiones Machelita EIRL,2022.....	14
Figura N° 08 Polo con el logo de Inversiones Machelita EIRL, 2022.....	17
Figura N° 09 Fan page de Inversiones Machelita EIRL, 2022.....	17
Figura N° 10 Canal de distribución de Inversiones Machelita EIRL, 2022	18
Figura N° 11 Proceso de aprovisionamiento de Inversiones Machelita EIRL,2021.....	20
Figura N° 12 Proceso de producción de inversiones Machelita EIRL, 2021.....	21
Figura N° 13 Estructura organizacional de Inversiones Machelita EIRL	23

## RESUMEN

### Plan de negocios envases de productos reciclados ciudad de Iquitos, 2022

Marcell Junior, Burga-Panaifo

Carlos Novoa-Elescano

La presente investigación se encuentra en el rubro de industrias manufactureras, dedicado a la elaboración y comercialización de envases, elaborados a base de botellas de plástico y vidrio.

En cuanto al plan de marketing se ha determinado una demanda creciente por los productos reciclados, por reusar los productos de vidrio y por usar accesorios decorativos para el hogar. La herramienta principal para la promoción serán las redes sociales a través del fan page.

El aprovisionamiento de los artículos se da en la ciudad de Iquitos, de manera directa con el proveedor. Los procesos fueron diseñados de manera simple y eficiente.

El factor humano considerado en el presente proyecto, gozará de todos los beneficios que otorga una micro empresa, la estructura orgánica es simple. Se ha determinado las funciones para cada colaborador.

En cuanto al plan económico y financiero, los ratios arrojados son: el Valor actual neto económico (VANE) S/ 179,264, la Tasa interna de retorno económica (TIRE), S/ 138% y el Índice beneficio costo S/ 4.26, lo que demuestra la viabilidad del negocio.

Palabras claves: plan de negocio, reciclado envases, vidrio, plástico

## **SUMMARY**

### **Business plan for containers of recycled products city of Iquitos, 2022**

Marcell Junior, Burga-Panaifo

Carlos Novoa-Elescano

The present investigation is in the field of manufacturing industries, dedicated to the elaboration and commercialization of containers, made from plastic and glass bottles.

Regarding the marketing plan, a growing demand for recycled products, for reusing glass products and for using decorative accessories for the home has been determined. The main tool for promotion will be social networks through the fan page.

The supply of the articles occurs in the city of Iquitos, directly with the supplier. The processes were designed to be simple and efficient.

The human factor considered in this project will enjoy all the benefits that a micro-enterprise provides, the organic structure is simple. The functions have been determined for each collaborator.

Regarding the comic and financial plan, the ratios obtained are: the Economic Net Present Value (VANE) S/ 179,264, the Economic Internal Rate of Return (TIRE), S/ 138% and the Cost Benefit Index S/ 4.26, which It demonstrates the viability of the business.

Keywords: business plan, recycled containers, glass, plastic

## CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

### 1.1 Nombre del negocio.

Nombre comercial: Loreto recicla

Razón social: inversiones Machelita E.I.R.L.

Sector de la actividad: manufactura

Localización: calle Panamá # 920, distrito de Punchana, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Sector: manufactura

**Figura 1**

**Localización de la empresa Inversiones Machelita E.I.R.L, 2022**



Panamá 920

Fuente: <https://www.google.com>

### 1.2 Actividad empresarial.

En el siguiente cuadro se puede apreciar la clasificación industrial internacional uniforme (CIIU) de la actividad de la empresa.

## Cuadro 1

### Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Machelita E,I,RL, 2022

I	Industrias Manufactureras			
	32	Otras industrias Manufactureras		
		329	Otras industrias Manufactureras n.c.p	
			3290	Otras industrias Manufactureras n.c.p

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

### 1.3 Idea de negocio.

Se busca satisfacer la necesidad de conservar los alimentos, también la necesidad de mantener ordenados los artículos pequeños en el hogar, la oficina o el negocio. Además, satisfacer la necesidad de conservar el medio ambiente a través del uso de productos reciclados.

Los segmentos al cual se va dirigir son las familias, quienes desean contar con una diversidad de envases para todo tipo de uso. También las personas de 25 a 60 años de edad quienes valoran el uso de reciclaje, para darles un segundo uso. Personas que cuenta con ingresos independientes y dependientes de los NSE, C y D.

Se ofrece envases de todos tipos, modelos, diseños y tamaños, elaborados a base de botellas de vidrio y de plástico reciclados. El que se expondrán en un lugar físico y virtual, para apreciar todas las presentaciones. Los que serán estampados con el logo de la empresa. Se entregarán los pedidos en el punto de tienda o delivery. Además, se aceptarán los distintos medios de pagos.

## **II. PLAN DE MARKETING.**

### **2.1 Necesidades de los clientes**

Se busca satisfacer las siguientes necesidades:

#### **a) Necesidad de conservar alimentos**

Las personas necesitan conservar sus alimentos para evita el crecimiento de microorganismos (como las levaduras) u otros microorganismos (aunque algunos métodos funcionan introduciendo bacterias u hongos benignos en los alimentos), además de reducir la oxidación de las grasas que causan rancidez.

La responsabilidad por el trabajo, por el negocio, las empresas, por los estudios hace que las personas tengan cada vez menos tiempo para dedicarse a las compras diarias. Por lo que se esta se realiza una o dos veces por semana y es necesario preservar y ordenar los alimentos en lugares cada vez pequeños.

#### **b) Necesidad de mantener ordenados artículos pequeños en el hogar**

Realizar un adecuado almacenamiento de las materias primas y productos es muy importante para evitar contaminaciones. Un almacenamiento adecuado facilita también la gestión de las caducidades, así como mantener el grado de frescura y las características organolépticas de los productos.

Los que van en bolsitas, como especias o sopas instantáneas, pueden ponerse en un mismo envase. Los alimentos, una vez abiertos, pueden guardarse en el mismo envase bien tapado o pueden ponerse en un bote con cierre hermético o en frascos o envases medianos y pequeños. No deben almacenarse los alimentos junto a los productos de limpieza.

c) Necesidad de conservar el medio ambiente

La importancia de conservar el medio ambiente reside en la propia importancia del medio ambiente, ya que todos vivimos en él. Por tanto, si queremos asegurar nuestra propia supervivencia y bienestar, y del resto de seres vivos, debemos preocuparnos por su cuidado y protección.

**Figura 2**

**Conservación de alimentos de forma ordenada**



Fuente: <https://thesweetmolcajete.com/tips-para-organizar-la-despensa/>



## 2.2 Demanda actual y tendencias

En el presenta plan, para la proyección de la demanda se ha valido de la información publicada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, información extraída de la página web.

Se ha considerado las siguientes características en cuanto a la demanda:

- a. La población de los distritos de San Juan Bautista, Belén, Punchana e Iquitos.
- b. La población de la zona urbana de todos los distritos señalados líneas arriba.
- c. Los dos últimos censos del 2007 y del 2015, para realizar la proyección de crecimiento al 2022.
- d. Personas que priorizan el orden, la conservación de los alimentos y la conservación del medio ambiente utilizando productos reciclados.--
- e. Personas de los niveles socio-económicos C y D.

### Cuadro 2

#### Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2022

Distritos que conforman el mercado a atender	Personas al 2007	Personas al 2015	Tasa crecimiento promedio anual	Personas al 2022 (proyectada)
Distrito Iquitos	169,599	150,484	-1.484%	135,534
Distrito Punchana	80,820	91,128	1.512%	101,220
Distrito Belen	73,015	75,685	0.450%	78,101
Distrito San Juan Bautista	106,834	154,696	4.736%	213,871
<b>Población mercado ciudad Iquitos</b>	<b>430,268</b>	<b>471,993</b>	<b>1.164%</b>	<b>528,727</b>

Fuente: INEI

### Cuadro 3

#### Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, año 2021

	Población urbana (participación)	Personas
Distrito Iquitos (al 2022)	98.00%	132,824
Distrito Punchana (al 2022)	92.00%	93,123
Distrito Belen (al 2022)	88.00%	68,729
Distrito San Juan Bautista (al 2022)	85.00%	181,791
<b>Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2022)</b>		<b>476,466</b>

Fuente: INEI

### Cuadro 4

#### Mercado por grupo de edades, ciudad de Iquitos, año 2021

	25 a 39 años	40 a 64 años	65 años a más	Total
Distrito Iquitos (%)	24.72%	25.63%	6.11%	56.46%
Distrito Punchana (%)	24.63%	21.95%	3.98%	50.56%
Distrito Belen (%)	24.25%	21.62%	4.54%	50.41%
Distrito San Juan Bautista (%)	23.94%	21.59%	3.63%	49.15%
Población por edades, ciudad Iquitos (2022)	115,955	108,579	21,547	246,081

Fuente: INEI

### Cuadro 5

#### Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Iquitos, año 2021

	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	0.0%	-
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	34,697
Segmento D ciudad de Iquitos	15.4%	37,896
Segmento E ciudad de Iquitos	0.0%	-
<b>Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2022)</b>	<b>29.5%</b>	<b>72,594</b>

Fuente: INEI

## Cuadro 6

### Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, año 2022

Población objetivo		235007
Persona que priorizan el cuidado del medio ambiente	65%	152755
Personas que gustan ordenar sus alimentos y art. Pequeños	35%	53464.2
Consumo del producto ciudad Iquitos (unidades)		213,857

Fuente: INEI

El Ministerio del Ambiente-Minam Reglamento, Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos, señala entre sus objetivos minimizar la generación de residuos sólidos en el origen (viviendas, empresas, industrias, comercios, entre otros); así como promover su recuperación y valorización a través de procesos como el reciclaje de plásticos, metales, vidrios y otros, lo cual impulsará una industria moderna del reciclaje, incluyendo a los pequeños recicladores en las cadenas de valor del reciclaje.

Asimismo, con el objetivo de minimizar y regular el uso del plástico en el Perú, el Minam viene discutiendo la propuesta de Ley del Plástico con la Comisión de Pueblos Andinos, Amazónicos, Afroperuanos, Ambiente y Ecología del Congreso de la República, la cual busca eliminar el uso de bolsas plásticas pequeñas y cañitas o sorbetes, que se consideran inútiles, así como el tecnopor en la distribución de alimentos.

### 2.3. Oferta competitiva

Se ha identificado la oferta competitiva de los negocios similares al propuesto, se ha determinado tres negocios, en la cobertura nacional, ya que en la cobertura local son escasas.

#### Cuadro 7

**Negocios con giros similares de Inversiones Machelita EIRL,  
Ciudad de Iquitos, 2022  
(Soles)**

Detalle	Unidad de medida	Negocios similares		
		Angel Rodriguez	Chino Mould	Manualidades Herme
Envases de plastico reciclado	Unidad	S/6.00	S/5.00	S/5.00

Fuente: elaboración propia

Las empresas determinadas como negocios similares ofrecen sus productos en las redes sociales, principalmente en el facebook. Una de las cuales además de la venta de envases reciclados se dedica a las manualidades con productos reciclados.

Para cuidar el ambiente y la salud e incrementar la cultura del reciclaje es necesario que los ciudadanos sigan las siguientes prácticas ambientales:

Evitar las cañitas o sorbetes y el uso indiscriminado de bolsas plásticas; cuando vaya de compras lleve sus propias bolsas de tela u otro material resistente

Segregar (separar) en casa los residuos sólidos que podemos reaprovechar como:

- Papel (hojas bond, revistas, recibos, guías telefónicas, periódicos, etc.)

- Cartón (conos de papel higiénico, cono de papel toalla, cajas, empaques, etc.)
- Plástico (botellas de bebidas, de yogurt, lejía, envases de champú, etc.).
- Metales (latas de leche, atún, conservas de frutas y menestras, etc.).
- Vidrio (bebidas, salsas, etc.)

## **2.4 Programa de marketing**

### **2.4.1 El producto**

La empresa se dedicará a la elaboración de todo tipo de envases, en diversos modelos, diseños y tamaños, elaborados a base de botellas de vidrio y de plástico reciclados. El que se expondrán en un lugar físico y virtual, para apreciar todas las presentaciones. Los que serán estampados con el logo de la empresa. Se entregarán los pedidos en el punto de tienda o delivery.

Los envases contarán con tapa elaborado de madera reciclada, pintados al natural.

#### **a) Categorías de productos.**

Se contará con una variedad de envases:

- |   |        |         |                     |
|---|--------|---------|---------------------|
| - | Envase | 1.00 kg | botella de vidrio   |
| - | Envase | 1.00 kg | botella de plástico |
| - | Envase | 0.50 kg | botella de vidrio   |
| - | Envase | 0.50 kg | botella de plástico |

**Figura 3**  
**Envase de plástico reciclado de 1 kg.**



Fuente: elaboración propia

**Figura 4**  
**Envases de plástico reciclado, diversos tamaños**



Fuente: elaboración propia

**Figura 5**

**Envases de plástico reciclado con tapa de madera**



Fuente: elaboración propia

**Figura 6**

**Envases de vidrio reciclado con tapa de madera**



Fuente: elaboración propia

## b) La marca

Es término, letrero, símbolo, diseño o una combinación de dichos elementos, que permiten identificar los productos o servicios de un productor o de un vendedor o grupo de vendedores y la diferenciación respecto a los demás negocios.

La marca propuesta en el presente plan de negocios será *Recicla Loreto*, el principal valor es la conservación del medio ambiente, con una empresa eco amigable que busca la armonía entre la empresa y el medio ambiente.

**Figura 7**  
**Logo de Inversiones Machelita E.I.RL, 2022**



Fuente: elaboración propia

### 2.4.2 El precio

Todos los productos tienen un precio, del mismo modo que tiene un valor. Las empresas que comercializan sus productos les fijan unos precios como representación del valor de transacción para intercambiarlos en el mercado, de forma que les permitan recuperar los costes en los que han incurrido y obtener cierto excedente.



En el sentido más estricto, el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o por un servicio, o la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar productos.

### **Cuadro 8**

#### **Precio de los productos de Inversiones Machelita EIRL, 2022**

Detalle	Unidad de medida	Precio
Envases de plástico y vidrio reciclado	Unidad	S/5.00

Fuente: elaboración propia

El mayor carácter táctico que supone la fijación de precios lleva a que la competencia en el precio se haya convertido en uno de los grandes problemas al que se enfrentan las empresas, siendo muchas de ellas las que todavía no han conseguido resolver esta problemática

Las estrategias de fijación de precios son un conjunto de normas y formas de actuar con la variable precio que van encaminadas a distintos objetivos que deben ser acordes con los objetivos generales de la empresa. El objetivo del precio que se desea alcanzar la empresa, es la de maximización de mercado.

#### **2.4.3 La promoción**

La promoción de ventas engloba al conjunto de actividades de corta duración dirigidos a intermediarios, vendedores o consumidores que donde se realización actividades, tratan de estimular la demanda a corto plazo o aumentar la eficacia de intermediarios o vendedores

Para realizar la promoción de la empresa, se contará con la principal herramienta que son las redes sociales, que sirve como un canal de captación del público objetivo, el cual resulta de largo alcance y bajo

costo. La empresa contará con un fan page (Facebook), ya que es una herramienta que permite incrementar la visibilidad y el posicionamiento de la marca, como motivar y fidelizar los clientes.

También, se contará con Twitter, Instagram y el Whatsapp, para realizar las actividades de promoción a través de estos dos medios de alto alcance.

Para el caso del fan page, se difundirá las ofertas que cuenta la empresa, como las promociones, también se realizaran los sorteos, entre las personas que compartan y den like a las publicaciones.

Entre los principales objetivos planteados en un plan de promoción al consumidor podemos encontrar:

- a. Lograr la prueba de un producto.
- b. Modificar los hábitos de compra existentes.
- c. Estimular un mayor uso por parte de los consumidores.
- d. Combatir la actividad promocional de un competidor.
- e. Aumentar la compra impulsiva.
- f. Recompensar a los clientes fieles

En este caso se buscará modificar los hábitos de compra existente de los consumidores.

**Figura 8**

**Polos con el logo de Inversiones Machelita EIRL, 2021**



Fuente: elaboracion propia

**Figura 9**

**Fan page de Inversiones Machelita EIRL, 2021**



Fuente: elaboracion propia

#### 2.4.4 La cadena de distribución

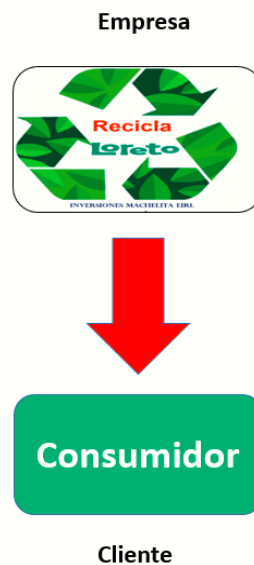
La distribución como herramienta del marketing recoge la función que relaciona la producción con el consumo. Es decir, poner el producto a disposición del consumidor final o del comprador industrial en la cantidad demandada, en el momento en el que lo necesite y en el lugar donde desea adquirirlo

La empresa Inversiones Machelita EIRL, contará con un local comercial, de donde se repartirán los pedidos, ubicado en Calle Panamá Nro. 920, distrito de Punchana, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Como política de distribución el canal será directo, es decir que entre la empresa y los clientes no habrá intermediarios, tal como se puede apreciar en la figura Nor.13.

**Figura 10**

**Canal de distribución de Inversiones Machelita EIRL, 2021**



Fuente: elaboracion propia

### **III. PLAN DE OPERACIONES**

#### **3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento**

La empresa ha diseñado un plan estratégico operativo, donde se detallan todos los aspectos técnicos y organizacionales, se han establecidos dos procesos a seguir, los cuales se detalla en las líneas siguientes.

#### **3.2 El proceso de aprovisionamiento**

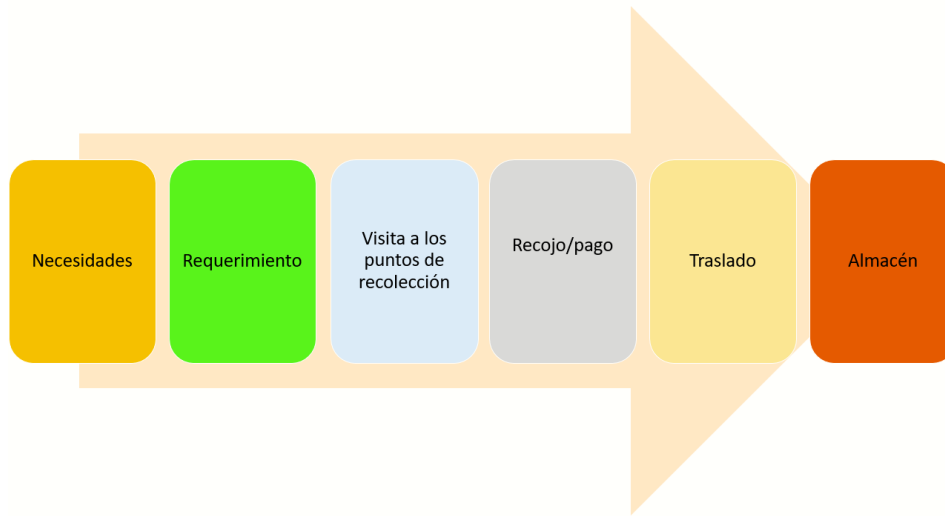
Para la elaboración de los productos se requieren envases de vidrio y de plásticos reciclados el que se va acopiar de forma directa de los negocios, comercios, supermercados de la ciudad de Iquitos. Muchas veces se encuentra en las calles. La madera también será materia reciclados de los aserraderos de la ciudad.

La empresa contará con una unidad móvil que le permitirá el acopio de estos materiales, y con perifoneo se recorrerá la ciudad para el respectivo recojo.

En cuanto al proceso de aprovisionamiento desarrollado, este será de la siguiente manera:

**Figura 11**

**Proceso de aprovisionamiento de Inversiones Machelita EIRL, 2021**



Fuente: elaboracion propia

El proceso de aprovisionamiento del negocio consta de 6 pasos:

a. Necesidades

En este paso se determina las necesidades de bienes y servicios que van hacer posible la producción de los bienes que la empresa comercializará, es decir para la marcha de la empresa.

b. Requerimiento:

Se deberá llenar una solicitud de requerimiento detallada con los insumos, materia prima, que se requiere para la elaboración de los envases de vidrio y plástico reciclado. Se debe considerar, la cantidad, peso, medida, entre otros.

c. Visita a los puntos de recolección:

Seguidamente se procede a elegir el proveedor, teniendo en cuenta las necesidades de la empresa, como también ciertas características como precio, calidad, tiempo de entrega, forma de pago, lugar de entrega.

- d. Recojo/pago:  
Se recoge los productos en los puntos de acopio determinados previamente, si es necesario cancelar se debe cancelar, caso contrario se recoge.
  
- e. Traslado:  
Se procede a trasladar los productos reciclados al punto de producción de la empresa, en la unidad móvil.
  
- f. Almacén:  
Se ingresa al almacén para la custodia, limpieza, selección, desinfección y control de los bienes ingresados.

### 3.3 El proceso de producción

El proceso de atención al cliente en consta de los siguientes pasos:

**Figura 12**

**Proceso de producción de Inversiones Machelita EIRL, 2021**



Fuente: elaboración propia

## **Pasos del proceso de producción:**

### **Paso 01: Materiales**

Se solicita los materiales para la producción del día al área de almacén , los envases deben llegar sin tapas.

### **Paso 02: Selección**

Se procede a seleccionar los envases, se debe trabajar con los envases completos, ya sea de vidrio o plástico.

### **Paso 03: Limpieza**

En este paso se procede a limpiar cada uno de los envases quitar los stickers, sacar las impurezas que tenga.

### **Paso 04: Preparación**

Se alista, ya que se debe marcar donde se realizaran los cortes de acuerdo al tamaño, magnitud o diámetro.

### **Paso 05: Corte**

Se realiza el corte de acuerdo a lo señalado, este realizará con tijera, cúter, sierra.

### **Paso 06: Lijado**

Seguidamente se procede a lijar el corte, con mucho cuidado.

### **Paso 07: Empaquetado**

Se realizada en empaquetado en papel biodegradable.

### **Paso 08: Almacenado**

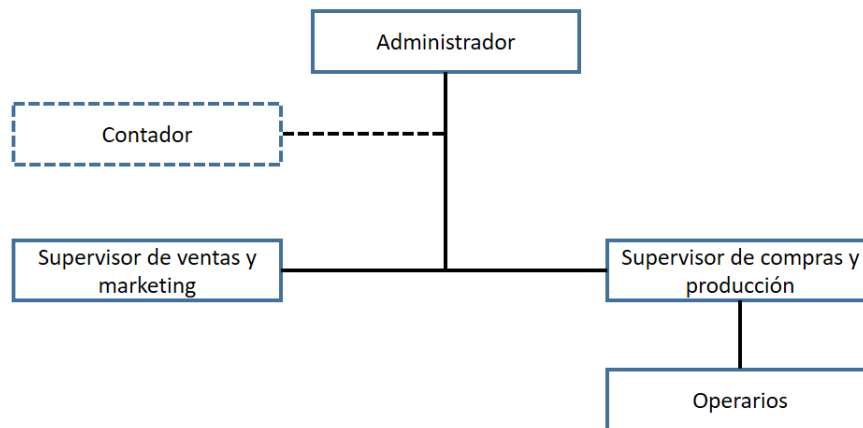
Se ingresa el almacén



## IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### 4.1 Estructura organizacional de Inversiones Machelita EIRL

**Figura 13**  
**Estructura organizacional**



Fuente: elaboración propia

### 4.2 PUESTOS, TAREAS Y FUNCIONES

#### a) Puesto: Administrador

##### Funciones:

1. Planifica las ventas de la empresa
2. Planifica las compras de la empresa
3. Determinas las metas tanto mensual como anual
4. Representa a la empresa frente a terceros
5. Controla la asistencia de los demás trabajadores
6. Representa y gestiona los préstamos ante los bancos
7. Representa a la empresa frente a la Sunat
8. Monitorea la productividad y controla los costos de la empresa.
9. Atiende las consultas, sugerencias, reclamos y quejas de los clientes.
10. Tiene a su cargo los supervisores de ventas y producción.
11. Busca financiamiento a través de los fondos concursables con renovables.

**b) Puesto: Supervisor de ventas y marketing**

**Tareas:**

1. Organiza y ejecuta las actividades para el cumplimiento de la meta de ventas
2. Elabora y ejecuta el plan de marketing de la empresa
3. Recibe las sugerencias sobre diseños y tamaños de los clientes
4. Administra las redes sociales de la empresa
5. Propone las estrategias de marketing
6. Elaborar el presupuesto para el área de ventas y marketing
7. Realiza las activaciones de la empresa

**c) Puesto: Supervisor de compra y producción**

**Tareas:**

1. Responsable del aprovisionamiento para la producción
2. Centraliza el requerimiento de materiales e insumos para la producción.
3. Realiza las cotizaciones con los proveedores
4. Controla y custodia los productos terminados de la empresa.
5. Cumple las metas de producción de la empresa
6. Lleva el control diario de la producción
7. Lleva el control del almacén de la empresa.

**d) Puesto: Asistente de producción**

**Tareas:**

1. Realiza la limpieza del área de producción
2. Mantiene en perfecto estado los equipos del área de producción
3. Sirve de apoyo al supervisor
4. Controlar y custodiar los equipos y herramientas de la empresa
5. Reporta directamente al supervisor de compra y producción.
6. Lleva el control diario de la producción.

7. Apoya en las actividades de compras

### **4.3 Condiciones laborales**

La empresa otorgará todos los beneficios a los trabajadores de una micro empresa y se acogerá a la Ley 28015 Ley de promoción de la Micro y Pequeña empresa, previamente se registrará en el registro de la micro y pequeña empresa. (Remype).

Se respetará el horario de 8 horas laborales de trabajo y de 48 horas semanales. Se contarán con contrato de 6 meses y se priorizará el pago de todos sus derechos laborales que exige para una micro empresa.

### **4.4 Régimen tributario.**

Al tratarse de una empresa a formalizar se cuenta con 5 regímenes tributarios al cual se puede acoger:

- Nuevo régimen simplificado - NRUS
- Régimen especial de renta –RER
- Régimen general
- Régimen Mype tributario – RMT
- Régimen de la Amazonia

La empresa, se acogerá al régimen Mype Tributario por los beneficios que brinda este régimen, como reducir el impuesto a la renta del 29.5% al 10% al año, siempre y cuando las utilidades antes de impuestos no superen las 15 unidades impositivas tributarias.

## V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 5.1 Estudio económico.

#### 5.1.1 Mercado y ventas.

**Cuadro 9**

#### **Demanda de negocio a desarrollar**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Demanda total (unidades)	213,857		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	1%	1%
Demanda estimada (unidades)	213,857	215,995	218,155
Participación de mercado (decisión empresa)	28.00%	35.00%	38.00%
<b>Demanda del proyecto (unidades)</b>	<b>59,880</b>	<b>75,598</b>	<b>82,899</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 10**

#### **Ventas de los productos de Inversiones Machelita EIRL**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Ventas anuales (unidades)	59,880	75,598	82,899
Precio venta (soles x unidades)	5.00	5.00	5.39
Tendencia del precio en el mercado	0%	8%	8%
Precio de venta (soles x unidades)	S/5.00	S/5.39	S/5.80
<b>VENTA TOTAL EMPRESA</b>	<b>S/299,399</b>	<b>S/407,097</b>	<b>S/480,785</b>

Fuente: elaboración propia

#### 5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

**Cuadro 11**

#### **Costo de ventas de Inversiones Machelita EIRL (soles)**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Ventas	59,880	75,598	82,899
Costo del servicio (unidades)	S/2.00	S/2.01	S/2.01
<b>Costo de producción</b>	<b>S/119,760</b>	<b>S/151,650</b>	<b>S/166,794</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 12**

**Gastos administrativos de Inversiones Machelita EIRL (soles)**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,700	S/. 1,900
Supervisor:ventas/producción	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,400	S/. 1,500
Operario (asistente)	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 1,100	S/. 1,200
<b>Remuneraciones del personal</b>	<b>S/. 4,830</b>	<b>S/. 5,600</b>	<b>S/. 6,100</b>
Costo laboral	13.17%	13.17%	13.17%
<b>Remuneracion total mensual</b>	<b>S/. 5,466</b>	<b>S/. 6,337</b>	<b>S/. 6,903</b>
Servicios públicos	S/. 230	S/. 250	S/. 310
Utiles oficina	S/. 180	S/. 250	S/. 285
Servicio contable	S/. 400	S/. 450	S/. 500
Otros	S/. 400	S/. 550	S/. 610
<b>Total mensual</b>	<b>S/. 6,676</b>	<b>S/. 7,837</b>	<b>S/. 8,608</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/.80,111</b>	<b>S/.94,048</b>	<b>S/.103,298</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 13**

**Gastos comerciales de Inversiones Machelita EIRL (soles)**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Alquiler de local	1,200	1,500	1,600
Publicidad	S/. 320.00	S/. 350.00	S/. 380.00
Promociones	S/. 400.00	S/. 450.00	S/. 480.00
Otros	S/. 350.00	S/. 360.00	S/. 380.00
Total mensual	S/. 2,270.00	S/. 2,660.00	S/. 2,840.00
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/.27,240.00</b>	<b>S/.31,920.00</b>	<b>S/.34,080.00</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 14**

**Gastos pre operativos de Inversiones Machelita EIRL (soles)**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Estudio de mercado	S/. 800.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 650.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Otros gastos	S/. 3,000.00			
<b>Total</b>	<b>S/. 4,450.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>

Fuente: elaboración propia

## 5.2 Estudio Financiero.

### 5.2.1 Inversiones de Inversiones Machelita EIRL

**Cuadro 15**

**Inversión en activos de Inversiones Machelita EIRL (soles)**

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Motofurgon	S/. 15,000	1	S/. 15,000	5	S/. 3,000
Computadora	S/. 2,000	1	S/. 2,000	4	S/. 500
Impresora Epson	S/. 2,500	1	S/. 2,500	4	S/. 625
Accesorios	S/. 250	1	S/. 250	10	S/. 25
Estantes de aluminio	S/. 150	6	S/. 900	10	S/. 90
<b>Total</b>			<b>S/. 20,650</b>		<b>S/. 4,240</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 16**

**Depreciación de los activos de Inversiones Machelita EIRL (soles)**

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.20,650	-S/.4,240	-S/.4,240	-S/.4,240	S/.7,930
Amortización activo intangible	S/.4,450	-S/.890	-S/.890	-S/.890	S/.1,780
<b>Total</b>	<b>S/.25,100</b>	<b>-S/.5,130</b>	<b>-S/.5,130</b>	<b>-S/.5,130</b>	<b>S/.9,710</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 17**

**Costo laboral (%)**

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	16.67%	8.33%	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%	9.00%
<b>Total</b>				<b>42.33%</b>	<b>25.67%</b>	<b>13.17%</b>

Fuente: elaboración propia

## 5.2.2 Financiamiento de Inversiones Machelita EIRL

El programa de endeudamiento en relación al presente plan de negocios, corresponde al financiamiento de un préstamo a corto plazo, que provendría de un préstamo a una entidad financiera, con el fin de poder financiar el capital de trabajo de la empresa.

### Cuadro 18

#### Programa de endeudamiento primer año de Inversiones Machelita EIRL. (Soles)

Deuda a tomar S/. 40,000				
26.82% Anual		2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	40,000	800	1,111	1,911
2	38,889	778	1,111	1,889
3	37,778	756	1,111	1,867
4	36,667	733	1,111	1,844
5	35,556	711	1,111	1,822
6	34,444	689	1,111	1,800
7	33,333	667	1,111	1,778
8	32,222	644	1,111	1,756
9	31,111	622	1,111	1,733
10	30,000	600	1,111	1,711
11	28,889	578	1,111	1,689
12	27,778	556	1,111	1,667
		8,133	13,333	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	26,667	533	1,111	1,644
14	25,556	511	1,111	1,622
15	24,444	489	1,111	1,600
16	23,333	467	1,111	1,578
17	22,222	444	1,111	1,556
18	21,111	422	1,111	1,533
19	20,000	400	1,111	1,511
20	18,889	378	1,111	1,489
21	17,778	356	1,111	1,467
22	16,667	333	1,111	1,444
23	15,556	311	1,111	1,422
24	14,444	289	1,111	1,400
		4,933	13,333	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	13,333	267	1,111	1,378
26	12,222	244	1,111	1,356
27	11,111	222	1,111	1,333
28	10,000	200	1,111	1,311
29	8,889	178	1,111	1,289
30	7,778	156	1,111	1,267
31	6,667	133	1,111	1,244
32	5,556	111	1,111	1,222
33	4,444	89	1,111	1,200
34	3,333	67	1,111	1,178
35	2,222	44	1,111	1,156
36	1,111	22	1,111	1,133
		1,733	13,333	

Fuente: elaboración propia

### Cuadro 19

#### Capital de trabajo de Inversiones Machelita EIRL. (soles)

		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	10.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.29,940	-S/.1,077	-S/.737	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		7	7	7	
Monto		-S/.5,822	-S/.2,094	-S/.1,433	
Inventario					
Número de días		30	30	30	
Monto		-S/.9,980	-S/.2,658	-S/.1,262	
Cuentas x pagar					
Número de días		1	1	1	
Monto		S/.333	S/.89	S/.42	
TOTAL	-S/.29,940	-S/.16,546	-S/.5,400	-S/.2,653	S/.54,539

Fuente: elaboración propia



**Cuadro 20**

**Estado de situación financiera de Inversiones Machelita EIRL (soles)**

	<b>Año 0</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>S/29,940</b>
Caja Bancos	S/29,940
Cuentas por cobrar	
Inventarios	
<b>Activo no corriente</b>	<b>S/25,100</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/55,040</b>
Pasivo corriente	
Pasivo No Corriente	S/40,000
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>S/40,000</b>
Patrimonio	
Capital	S/15,040
Utilidades retenidas	
Resultado del ejercicio	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>S/15,040</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>S/55,040</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 21**

**Estado de resultados integrales de Inversiones Machelita EIRL (soles)**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Ingresos por ventas</b>	S/.299,399	S/.407,097	S/.480,785
Costo ventas	-S/.119,760	-S/.151,650	-S/.166,794
<b>Margen Bruto</b>	<b>S/.179,640</b>	<b>S/.255,447</b>	<b>S/.313,990</b>
Gastos administrativos	-S/.80,111	-S/.94,048	-S/.103,298
Depreciación	-S/.5,130	-S/.5,130	-S/.5,130
Gastos comerciales	-S/.27,240	-S/.31,920	-S/.34,080
<b>Margen Operativo</b>	<b>S/.67,158</b>	<b>S/.124,349</b>	<b>S/.171,482</b>
Gastos financieros	-S/.8,133	-S/.4,933	-S/.1,733
<b>Margen antes de tributos</b>	<b>S/.59,025</b>	<b>S/.119,415</b>	<b>S/.169,749</b>
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/59,025	S/119,415	S/169,749
Pago impuesto a la renta	-S/.4,542	-S/.22,358	-S/.37,206
<b>Utilidad Neta</b>	<b>54,483</b>	<b>97,058</b>	<b>132,543</b>

Fuente: elaboración propia

## Cuadro 22

### Cálculo de la tributación de Inversiones Machelita EIRL (soles)

<b>CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN</b>			
	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 (IMPUESTO A LA RENTA)	10.00%	10.00%	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 2022	Cantidad	Importe
Unidad Impositiva Tributaria	4,600	15	69,000
<b>Calculo del IR</b>	<b>S/59,025</b>	<b>S/119,415</b>	<b>S/169,749</b>
HASTA 15 UIT 10%	S/69,000.00	S/69,000.00	S/69,000.00
POR EL EXCESO DE 15UIT	-S/9,975.11	S/50,415.46	S/100,749.09
IMPUESTO DEL 10%	S/0.00	S/6,900.00	S/6,900.00
IMPUESTO DEL 29.50%	S/5,902.49	S/14,872.56	S/29,720.98
<b>TOTAL</b>	<b>S/5,902.49</b>	<b>S/21,772.56</b>	<b>S/36,620.98</b>

Fuente: elaboración propia

### 5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

## Cuadro 23

### Flujo de caja de Caja Económico de Inversiones Machelita EIRL (soles)

<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Liquidación</b>
Ingresos por ventas		S/.299,399	S/.407,097	S/.480,785	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.25,100				S/.9,710
Capital de trabajo	-S/.29,940	-S/.16,546	-S/.5,400	-S/.2,653	S/.54,539
Compras		-S/.119,760	-S/.151,650	-S/.166,794	
Gastos administrativos		-S/.80,111	-S/.94,048	-S/.103,298	
Gastos comerciales		-S/.27,240	-S/.31,920	-S/.34,080	
Pago impuestos		-6,716	-12,435	-50,587	
<b>Flujo Caja Económico (FCE)</b>	<b>-S/.55,040</b>	<b>S/.49,026</b>	<b>S/.111,644</b>	<b>S/.123,372</b>	<b>S/.64,249</b>
Préstamo recibido	S/.40,000				S/.0
Amortización		-S/.13,333	-S/.13,333	-S/.13,333	
Gastos financieros		-S/.8,133	-S/.4,933	-S/.1,733	
Escudo fiscal		S/.813	S/.493	S/.511	
<b>Flujo Caja Financiero (FCF)</b>	<b>-S/.15,040</b>	<b>S/.28,373</b>	<b>S/.93,871</b>	<b>S/.108,817</b>	<b>S/.64,249</b>
FCE	-S/.55,040	S/.49,026	S/.111,644	S/.187,621	
FCF	-S/.15,040	S/.28,373	S/.93,871	S/.173,066	

Fuente: elaboración propia

### Cuadro 24

#### Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) e Índice Beneficio /Costo (B/C) Económica de Inversiones Machelita EIRL (soles)

VAN Económico	S/.179,264
Tasa de descuento (CAPM)	18.35%
TIR Económica	136%
Indice B/C	4.26

VAN Financiero	164,612
Tasa de descuento (WACC)	22.56%
TIR Financiero	310%
Indice B/C	11.95

Fuente: elaboración propia

## **VI. CONCLUSIONES:**

1. En la presente investigación, ha sido elaborada considerando la necesidad del cliente, es decir, quien es el consumidor de los productos de la empresa, quien desea contar con la variedad de productos de calidad con que cuenta la empresa, y que han sido elaborados cumpliendo todos los protocolos de bioseguridad que se exigen en estos tiempos.
2. El cuanto al plan de operaciones fue elaborado de manera sencilla. Los clientes prospectos cuentan con la posibilidad de contar con un producto a precio accesible y en el tiempo oportuno. Se cuenta con la fuente de aprovisionamiento de calidad, la que nos garantiza la correcta elaboración de los productos a ofertar, con los que se establecerá un acuerdo para la compra de los envases.
3. En cuanto al plan de recursos humanos, se otorgaran todos los beneficios que otorga la ley. Se han determinado funciones específicas para cada uno de las áreas de la empresa.
4. Los ratios económicos y financieros, determinados en el plan económico y financiero, confirman la viabilidad del proyecto, confirman la rentabilidad del mismo. El Valor Actual Neto es s/.179,264 y la Tasa Interna de Retorno es 136%, el índice Beneficio- Costo está en s/.4.26.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

El Universal (2014), *Facebook como herramienta de marketing*, Blog del diario El Universal, Medellín, Colombia.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. 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, (2020) Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: [www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)

Ministerio del Ambiente 2020. Reglamento de la Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos .

Kotler, P. y Armstrong, G. (2007), *“Marketing: versión para Latinoamérica”*. 11ª Edición, Pearson Educación, México.

McCarthy, E.J. (1964): *Basic Marketing: A Managerial Approach*, 2ª ed., R.D. Irwin, Homewood.

McCarthy, E.J. (1964): *Basic Marketing: A Managerial Approach*, 2ª ed., R.D. Irwin, Homewood.

Rockcontent (2018), *“El Marketing”*, Revista digital sobre actualidad en marketing, México.

Rockcontent (2018). *El Marketing*, Revista digital sobre actualidad en marketing, México.