FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO BIO BOLSOS, CIUDAD DE IQUITOS, 2023

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTORES:

FLORES PINEDO, YAJAIRA

GRANDA MURRIETA, REMY ABRAHAMJR

LINEA DE INVESTIGACION:

PROSPECTIVAS DE MERCADOS Y TERRITORIOS

IQUITOS - PERÚ

2024

DEDICATORIA

A mis padres, Juan Flores Ramírez y Margolith Pinedo Pezo, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mí y en mis expectativas, gracias por darme su apoyo en todo momento, la motivación constante que uno siempre necesita, también por todos los valores enseñados que me han permitido desarrollarme para ser una persona de bien. Este logro en gran parte es gracias a ellos.

A mis hermanos, por su cariño y consejos, por estar siempre presente acompañándome y por todo el apoyo moral que me brindaron a lo largo de esta etapa.

A mi novio y compañero de vida, Kevin Arnold Hayacc Aquino por ser mi soporte y mi mano derecha todos los días, la ayuda y el amor que me brinda es sumamente importante para mí porque siempre está motivándome y dándome ánimos para salir adelante y sé que juntos seguiremos logrando grandes cosas.

Yajaira Flores

A Dios, por ser nuestro Creador y Maestro en todos los momentos de la vida, que guía nuestro camino hacia la sabiduría y al éxito para realizarnos como profesionales, llenándonos de bendición familiar y personal.

A mis padres, por haberme forjado a ser la persona que soy hoy en día; muchas de las cosas que he logrado se las debo a ellos, en donde incluyo este trabajo. Me formaron con reglas, pero al mismo tiempo con ciertas libertades y siempre me motivaron para que pudiera alcanzar mis sueños.

Remy Granda

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios, por darme salud y por permitirme cada día sacar todas las fuerzas posibles para desempeñarme en lo que quiero lograr y brindarme lo necesario para poder salir adelante.

A mi familia, amigos y compañeros de clase por sus consejos y alegrías. De igual manera a mis docentes por todas las enseñanzas transmitidas en cada clase, por los consejos brindados, que gracias a sus cátedras contribuyeron enormemente en mi crecimiento profesional.

Así mismo, a la Universidad Científica del Perú por darnos la oportunidad de formarnos como profesionales compartiendo cada ilusión, anhelo, esfuerzo y dedicación para alcanzar nuestros sueños.

Yajaira

A todos los miembros de mi familia, amigos y compañeros, por todo el apoyo que me han brindado a lo largo del camino.

A mis docentes, por las enseñanzas inculcadas durante todo el camino para mi formación profesional.

Remy

FACULTAD DE NEGOCIOS

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N°971-2024-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 12 de diciembre de 2024, se autorizó la sustentación para el día miércoles 18 de diciembre de 2024.

Siendo las 11.00 horas del día 18 de diciembre se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO BIO BOLSOS, CIUDAD DE IQUITOS, 2023.

Presentado por:

FLORES PINEDO YAJAIRA
Para optar el título profesional de Contador Público

GRANDA MURRIETA REMY ABRAHAMJR
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 MAYORÍA

A las 12.30 pm horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta y comunican en acto público.

CPC. Luis Alberto Barriga Roa
Presidente del Jurado

CPC- Carlos Anibal García del Castillo, Mag.
Miembro del Jurado

CPC. Jorge Gonzales Bardales, Mag.
Miembro del Jurado

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

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 BIO BOLSOS,CIUDAD DE IQUITOS, 2023"

De los alumnos: **YAJAIRA FLORES PINEDO Y REMY ABRAHAMJR GRANDA MURRIETA,** de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **10% de similitud**.

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

San Juan, 10 de Diciembre del 2024.

Mgr. Arq. Jorge L. Tapullima Flores
Presidente del Comité de Ética – UCP

JLTF/ri-a
403-2024

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

UCP_CONTABILIDAD_2024_TSP_YAJAIRA_FLORES_REMY_GRANDA_V1

10% Textos sospechosos

7% Similitudes
0% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
3% Idiomas no reconocidos
0% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: UCP_CONTABILIDAD_2024_TSP_YAJAIRA_FLORES_REMY_GRANDA_V1.pdf
ID del documento: c5d380606f3df0e25a94c34326b9a19f8478129d
Tamaño del documento original: 849,51 kB
Autores: []

Depositante: Chris Angela Ramirez Flores
Fecha de depósito: 9/12/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 9/12/2024

Número de palabras: 5264
Número de caracteres: 36.667

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.minam.gob.pe | En el Perú solo se recicla el 1.9% del total de residuos sólidos ... https://www.minam.gob.pe/notas-de-prensa/en-el-peru-solo-se-recicla-el-1-9-del-total-de-residu... 3 fuentes similares	4%		Palabras idénticas: 4% (224 palabras)
2	Documento de otro usuario #3b418d El documento proviene de otro grupo 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (62 palabras)
3	Documento de otro usuario #3c7f28 El documento proviene de otro grupo 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (41 palabras)
4	econo.uniovi.es https://econo.uniovi.es/c/document_library/get_file?uuid=84eb5271-74a3-46cb-acd4-351b040f1d... 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #34b630 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (38 palabras)
2	Documento de otro usuario #01ff8a El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (28 palabras)
3	lpderecho.pe | Ley que regula el uso del plástico y otros descartables (Ley 30884) [ac... https://lpderecho.pe/ley-30884-regula-uso-plastico-otros-descartables/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
4	Documento de otro usuario #a99943 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)

Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1 https://artesanias.boyaca.gov.co/bolso/

ÍNDICE DE CONTENIDO

Página

Dedicatoria……..……II
Agradecimiento……III
Acta de sustentación……...…IV
Hoja de antiplagio……...……...…V
Índice de contenido……VII
Índice de cuadros……IX
Índice de figuras…..……..……..……..…..……XI

RESUMEN 1
ABSTRAC 2
I. INFORMACIÓN GENERAL 3
1.1. Nombre del negocio. 3
1.2. Actividad empresarial 3
1.3. Idea de negocio 4
II. PLAN DE MARKETING. 5
2.1. Necesidades de los clientes 5
2.2. Demanda actual y tendencias 7
2.3. Oferta competitiva 10
2.4. Programa de marketing 11
2.4.1. El producto 11
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 19
3.3. El proceso de producción 24

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS 26
4.1. Estructura organizacional de la empresa 26
4.2. Puestos, tareas y funciones 26
4.3. Condiciones laborales 28
4.4. Régimen tributario 28
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO 29
5.1. Estudio económico 29
5.1.1. Mercado y ventas. 29
5.2. Estudio Financiero 31
5.2.1. Inversiones 31
5.2.2. Financiamiento de la empresa 32
5.2.3. Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad 35
VI. CONCLUSIONES 36
BIBLIOGRAFÍA 37

ÍNDICE DE CUADROS

Página

Cuadro Nº 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de la empresa, año 2023…….....04

Cuadro Nº 02 Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2023….07

Cuadro Nº 03 Mercado por zona de residencia, Ciudad de Iquitos, año 2023..…….....08

Cuadro Nº 04 Mercado por grupo de edades, ciudad de Iquitos. año 2023…..……....08

Cuadro Nº 05 Mercado por condición socio económica, ciudad de Iquitos, año 2023……..08

Cuadro Nº 06 Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, año 2023……..09

Cuadro Nº 07 Negocios con giros similares, ciudad de Iquitos, año 2023..……...……...10

Cuadro Nº 08 Precio de los productos de la empresa 2023...……..15

Cuadro Nº 09 Costo de ventas de la empresa soles…….……...20

Cuadro Nº 10 Demanda del negocio a desarrollar, año 2023… …….29

Cuadro Nº 11 Ventas de los productos de la empresa …….....29

Cuadro Nº 12 Costo de ventas de la empresa (soles)……....29

Cuadro Nº13 Gastos administrativos de la empresa (soles).....30

Cuadro Nº 14 Gastos comerciales de la empresa (soles)……...30

Cuadro Nº 15 Gastos pre operativo de la empresa (soles)..……..30

Cuadro Nº 16 Inversión en activos de la empresa (soles)……...…31

Cuadro Nº 17 Depreciación de los Activos de la empresa (soles)…….…31

Cuadro Nº 18 Costo laboral (%).....31

Cuadro Nº 19 Programa de endeudamiento de la empresa (soles).....32

Cuadro Nº 20 Capital de trabajo de la empresa (soles)……..….33

Cuadro Nº 21 Estado de situación financiera de la empresa (soles)…….33

Cuadro Nº 22 Estado de resultados integrales de la empresa (soles).....34

Cuadro Nº 23 Cálculo de la tributación de la empresa (soles).....34

Cuadro Nº 24 Flujo de caja económico de la empresa (soles)……...35

Cuadro Nº 25 VAN, TIR, e I/BC de la empresa (soles)……..….35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01 Localización de la empresa 2023…..……..03
Figura N° 02 Uso de bolsos…….....06
Figura N° 03 Dimensiones del bolso…….....12
Figura N° 04 Bolso de cepa de plátano…….....12
Figura N° 05 Individual y posa vasos…….....13
Figura N° 06 Bolso media luna…….....13
Figura N° 07 Logo de la empresa…….....14
Figura N° 08 Polos con el logo de la empresa, 2023……..……16
Figura N° 09 Gorro con el logo de la empresa, 2023……..……17
Figura N° 10 Fan page de la empresa, 2023…….....17
Figura N° 11 Canal de distribución de la empresa, 2023…….....18
Figura N° 12 El platanero……..…….....20
Figura N° 13 El árbol del platanero…….…….....21
Figura N° 14 La cepa del platanero…….....21
Figura N° 15 Cepa cortada del platanero……..…….....22
Figura N° 16 Corte transversal de la cepa del platanero……..…22
Figura N° 17 Cepa de plátano seca……..…23
Figura N° 18 Proceso de aprovisionamiento de la empresa, 2023.....23
Figura N° 19 Proceso de producción de la empresa, 2023.....24
Figura N° 20 Estructura organizacional de la empresa……26

RESUMEN

Plan de negocios Bio Bolsos, ciudad de Iquitos, 2023

Yajaira, Flores-Pinedo

Remy AbrahamJr Granda-Murrieta

El presente plan de negocios se ubica en el sector de manufacturas, la empresa estará dedicada a la elaboración y comercialización de bolsos, confeccionados a base de la cepa del árbol del plátano.

En el plan de marketing se ha definido al requerimiento cada vez mayor por los productos que no contaminan o destruyen el medio ambiente y las herramientas serán las redes sociales, dentro de ellos el fan page.

El aprovisionamiento de la materia prima para la elaboración de los bolsos se llevará a cabo en la ciudad de Iquitos de forma directa con los proveedores. Los procesos fueron elaborados de forma pura y efectiva.

En el plan de recursos humanos, determinado en la presente investigación, los colaboradores percibirán todos los privilegios que se brinda en una micro empresa, el sistema orgánico es simple.

En cuanto al plan económico y financiero, los ratios arrojados son:

- El Valor actual neto económico (VANE) s/.168,087.00.
- La Tasa interna de retorno económica (TIRE), S/ 122% y el Índice beneficio costo (I/BC) S/ 3.68 lo que demuestra la viabilidad del negocio.

Palabras claves: plan de negocio, cepa, plátano, bolso.

ABSTRAC

Bio bags business plan, city of Iquitos, 2023

Yajaira, Flores-Pinedo
Remy AbrahamJr Granda-Murrieta

The business plan is located in the manufacturing sector, the company will be dedicated to the production and marketing of bags, made from the strain of the banana tree.

In the marketing plan, the increasing requirement for products that do not pollute or destroy the environment has been defined and the tool will be social networks, including the fan page.

The supply of raw materials for the production of the bags will be carried out in the city of Iquitos directly with the suppliers. The processes were prepared in a pure and effective way.

In the human resources plan, determined in this research, collaborators will receive all the privileges that are provided in a micro company, the organic system is simple.

Regarding the economic and financial plan, the ratios shown are: the current economic net value (VANE) s/.168,087.00 the economic internal rate of return (EIRR), S/ 122% and the benefit-cost index (I/BC) S / 3.68 which demonstrates the viability of the business.

Keywords: business plan, strain, banana, bag.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Nombre del negocio.

Nombre comercial: Reya bio bolsos

Razón social: Reya bio inversiones S.R.L.

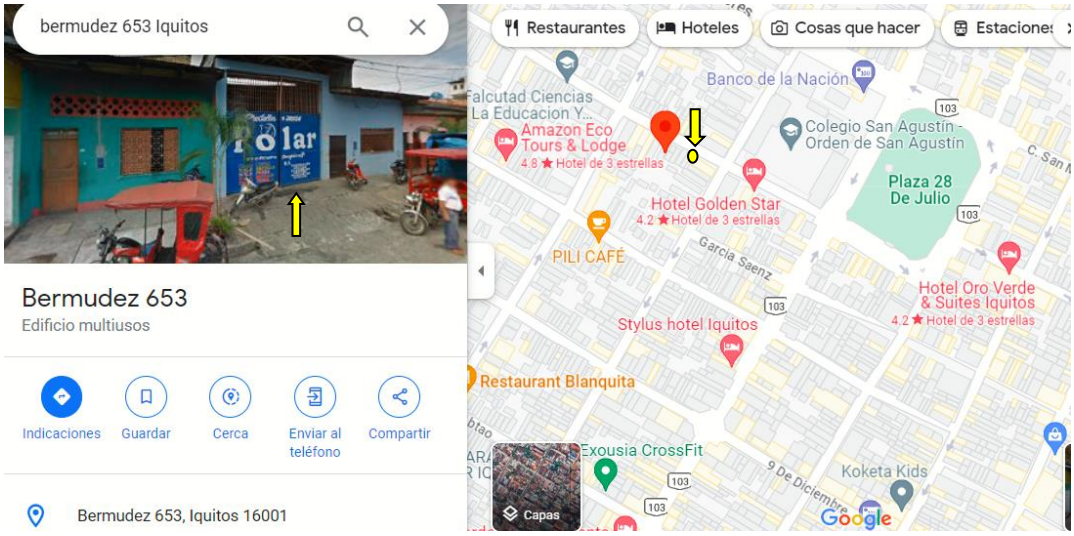
Tipo de la actividad: Elaboración y comercialización de bolsos ecológicos, en base a la cepa de plátano

Localización: calle Bermúdez Nro. 653, distrito Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Sector de actividad: manufactura.

Figura 1

Localización de la empresa, 2023



Fuente: 4

Leyenda : ⇧ ⇩ = Ubicación del local

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 la emrpesa, 2023

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

Con el presente proyecto se desea satisfacer la necesidad de transportar objetos de un lugar a otro; también satisfacer la necesidad de comodidad y la necesidad de cuidar de nuestro medio ambiente usando recursos renovables que disminuyan y no permitan depredar los bosques.

Los segmentos al cual se busca atender son las personas hombres y mujeres entre 25 a más años de edad, con ingresos independientes y dependientes, de los niveles socio económicos C y D, y que gustan comprar productos amigables con el medio ambiente.

Se ofrecen, carteras elaboradas a base de corteza de plantas, sin dejar de guardar armonía con el medio ambiente, como es el caso de la corteza del plátano. En diversos, tamaños, diseños y modelos. Como también se usarán tintes y accesorios biodegradables. Se aceptarán todos los medios de pago (billeteras digitales) y otros; los clientes comprarán de modo presencial y virtual.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1. Necesidades de los clientes

En el capítulo anterior se ha detallado los distintos tipos de necesidades que pretende satisfacer dentro de ellas tenemos:

a) Necesidad de transportar objetos de un lugar a otro.

En nuestros tiempos se ha vuelto muy necesario contar con un bolso para el traslado de objetos de todo tipo, desde el traslado de alimentos hasta objetos de aseo personal, prendas de vestir entre otros. Es vital el uso de un bolso que le permita o facilite transportar los objetos necesarios y si estos bolsos son de material bio degradable, que al desecharse no contaminen o afecten el medio ambiente, contara con aceptación de las personas que valoran mucho esta política ambiental (Krugman P., 2019).

b) Necesidad de comodidad al traslado de objetos de un lugar a otro

De acuerdo a Schiffman, L.G. (2010), llevar varios objetos de un lugar a otro en el bolsillo de la camisa o del pantalón no representa comodidad para la persona, por lo pequeño que sean estos. Por lo que es necesario contar con un bolso que pueda cumplir tal función en la comodidad del traslado sin incomodar a la persona, que muchas veces lleva consigo diversos objetos necesarios e imprescindibles de contar con ellos, en sus actividades del quehacer diario y movilizarlos de un lugar a otro.

c) Necesidad de conservar el medio ambiente

Según Gómez J.G. (2016), definitivamente que el uso del plástico de un solo uso nos trajo mucha comodidad en los años de uso, pero lo que no se pudo preveer, controlar y cuantificar es el daño que se le ha causado al medio ambiente, daño originado por este material, por otro lado, la conservación del medio ambiente nos garantiza y asegura los

servicios ambientales, mejor conocido como servicios eco sistémicos, que nos brinda la naturaleza por medio de los cuales satisfacemos nuestras necesidades básicas (regulación y soporte de la vida).

Existe en nuestro país la legislación que regula el uso de las bolsas de plásticos de un sólo uso, Ley N° 30884, que cuenta con el objetivo de regular el plástico de único uso, otros plásticos no reutilizables y los recipientes o envases descartables de poliestireno expandido (Tecnopor), los cuales se usan para el traslado de diversos alimentos y bebidas de consumo humano a nivel nacional.

Figura 2

Uso de bolsos



Fuente: google.com/search?q=personas+usando+bolsos&rlz=1C1PNBB_e

2.2. Demanda actual y tendencias

Para la elaboración del presente proyecto, para la elaboración de la proyección de la demanda se ha considerado información relevante publicada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, información recogida de la web.

Las siguientes características fueron consideradas para la proyección de la demanda:

a. Habitantes de la provincia de Maynas: San Juan Bautista, Belén, Punchana e Iquitos.

b. Habitantes de la zona urbana de los distritos señalados.

c. Censos del 2007 y del 2015, para realizar la proyección de crecimiento al 2023.

d. Personas de los niveles socio-económicos C y D.

e. Ciudadanos que cuenten con la prioridad del cuidado del medio ambiente.

Cuadro 2

Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2023

	Personas al 2007	Personas al 2015	Tasa crecimiento promedio anual	Personas al 2023 (proyectada)
Distrito Iquitos	169,599	150,484	-1.484%	133,523
Distrito Punchana	80,820	91,128	1.512%	102,751
Distrito Belen	73,015	75,685	0.450%	78,453
Distrito San Juan Bautista	106,834	154,696	4.736%	224,000
Población mercado ciudad Iquitos 2023	**430,268**	**471,993**	**1.164%**	**538,727**

Fuente: INEI

Cuadro 3

Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, año 2023

	Población urbana (participación)	Personas
Distrito Iquitos (al 2023)	98.00%	130,853
Distrito Punchana (al 2023)	92.00%	94,531
Distrito Belen (al 2023)	88.00%	69,038
Distrito San Juan Bautista (al 2023)	85.00%	190,400
Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2023)		**484,822**

Fuente: INEI

Cuadro 4

Mercado por grupo de edades, ciudad de Iquitos, año 2023

	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 (2023)	117,950	110,308	21,809	250,068

Fuente: INEI

Cuadro 5

Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Iquitos, año 2023

	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	0.0%	-
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	35,260
Segmento D ciudad de Iquitos	15.4%	38,510
Segmento E ciudad de Iquitos	0.0%	-
Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2023)	**29.5%**	**73,770**

Fuente: INEI

De acuerdo al cuadro líneas arriba la población objetivo socio económica en la ciudad de Iquitos es de 73,770 personas. Considerando que se ha determinado como segmento objetivo el segmento C y D.

Cuadro 6

Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, año 2023

Población objetivo		73770
Persona que priorizan el ciudado del medio ambiente	65%	47951
Personas que gustan usar eco bolsos	50%	23975
Consumo del producto ciudad Iquitos (unidades)		95,901

Fuente: INEI

En el cuadro 6 de ha determinado el cálculo de la demanda de la ciudad de Iquitos principal plaza de la empresa. La población objetivo determinado en el cuadro 05 fue de 73,770 personas. Dentro de ellas sólo el 65% priorizan el cuidado del medio ambiente, haciendo un total de 47,951. De este total solo el 50% gustan de usar eco bolsos, es decir 23, 975 personas con un promedio de 4 unidades de consumo al año, hacen una demanda proyectada de 95,501 unidades.

El Ministerio del Ambiente-Minam (2017, DL N°1278) Reglamento, Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos, detalla dentro los 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 (2019) 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

Los negocios similares incluidos en el presente proyecto, el que se ha considerado tres negocios, con cobertura nacional.

Cuadro 7

Negocios con giros similares, ciudad de Iquitos, 2023

(Soles)

Detalle	Unidad de medida	Negocios similares		
		Ecole Bolsas ecologicas	**Dj Bolsos ecológicos**	**Jute Love Bolsos ecológicos**
Bio bolsos	Unidad	S/15.00	S/16.00	S/12.00

Fuente: elaboración propia

Las empresas que se han considerado como negocios similares, fueron encontradas en las redes sociales, ya que en la ciudad de Iquitos se cuenta con muy poca oferta de estos productos ecológicos. La principal fuente de promoción son las redes sociales y todas tiene cobertura nacional. En muchos casos usa tela reciclada y en otros casos retazos de telas.

Una política que puede permitir cuidar el medio ambiente y la salud es sensibilizar para la cultura del reciclaje, es imprescindible que las personas sigan las siguientes prácticas ambientales:

Frenar el uso de las cañitas o popotes y el uso indiscriminado de bolsas plásticas; cuando realice compras lleve sus propias bolsas de tela u otro material.

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, 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 y comercialización de bolsas a base de cepa de plátano en diversos modelos, tamaños y diseños. Los mismos que se van exhibir en un lugar público y de forma virtual, en todas las redes sociales, merchandising, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, Linkedin, etc, para que puedan verse todas las presentaciones. Se va estampar el logo de la empresa, en polos y gorras y se contará con el servicio delivery para la entrega de nuestros productos.

Además de los bolsos, si la situación es favorable y las condiciones lo permiten, se elaborará otros productos como individuales, posa vasos, y otros artículos, los mismos que serán elaborados en base a la cepa, vástago o calceta del plátano.

a) Categorías de productos.

Bolsos:

- 45cm de alto x 35 de ancho x 40cm de alto del asa y 2.5cm de ancho del asa.

Figura 3

Dimensiones del bolso



Fuente: elaboración propia

Figura 4

Bolso de cepa de platano



Fuente: https://artesanias.boyaca.gov.co/bolso/

Figura 5

Individual y posa vasos



Fuente: Caracol.com.co/2023/05/28/artesanias-con-residuos-de-platano

Figura 6

Bolso media luna



Fuente: manavicrafts.com/products/bolso-de-hoja-de-platano

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 del presente proyecto, cuenta como principal valor la conservación del medio ambiente. Es decir, como una empresa eco amigable que busca mantener la armonía entre las actividades de la empresa y el medio ambiente.

Figura 7

Logo de empresa



Fuente: elaboración propia

2.4.2. El precio

El precio es (en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio"

Es decir, 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 empresa 2023

Detalle	Unidad de medida	Precio (soles)
Bio bolsas simples	unidad	S/10.00
Bio bolsas con detalles	unidad	S/15.00

Fuente: elaboración propia

“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 acuerdo a Stanton, Etzel y Walker (2007) refieren que promoción es: “como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”.

La propuesta del presente proyecto, referente a la promoción es usar una herramienta de bajo costo y de alta cobertura, como son las redes sociales. La empresa contará con Fan Page, por ser una herramienta que nos va permitir aumentar la visibilidad y el posicionamiento de la marca, como también incrementar la fidelidad de los consumidores. Atreves del cual se realizarán las promoción y sorteos con los clientes y público en general.

También, se contará con Twitter, Instagram y el Whatsapp, para realizar las actividades de promoción.

Los objetivos determinados son:

a. Conseguir la evaluación o prueba del producto.
b. Cambiar las costumbres de compra existente
c. Alentar un superior empleo por parte de los consumidores.
d. Responder las acciones promocionales de la competencia
e. Incrementar la adquisición compulsiva.
f. Resarcir a los clientes fidelizados

Se investigará modificar las costumbres de adquisición existente de los clientes

Figura 8

Polos con el logo de la empresa 2023



Fuente: elaboración propia

Figura 9

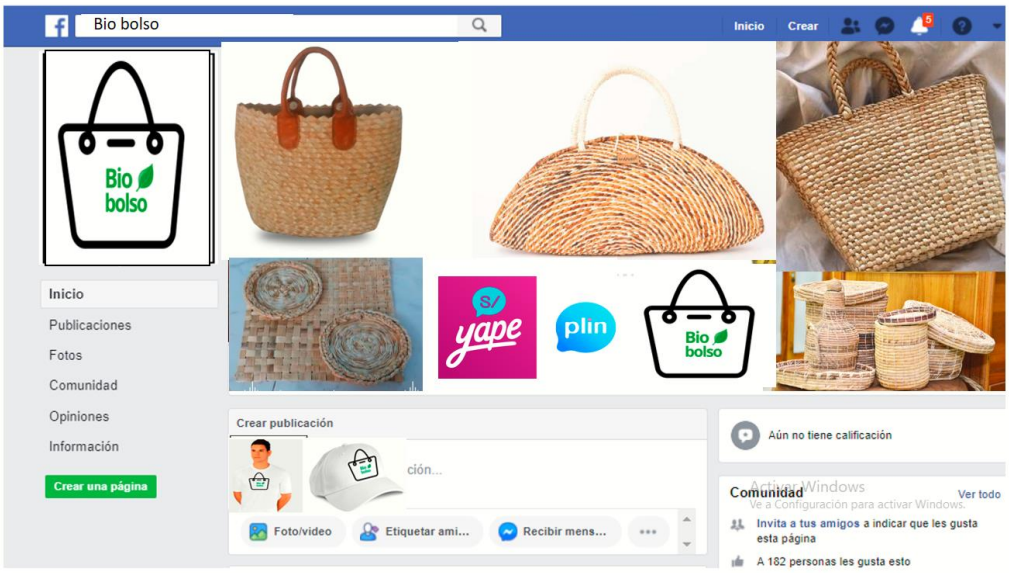
Gorro con logo de la empresa, 2023



Fuente: elaboración propia

Figura 10

Fan page de la empresa, 2023



Fuente: elaboración propia

2.4.4. La cadena de distribución

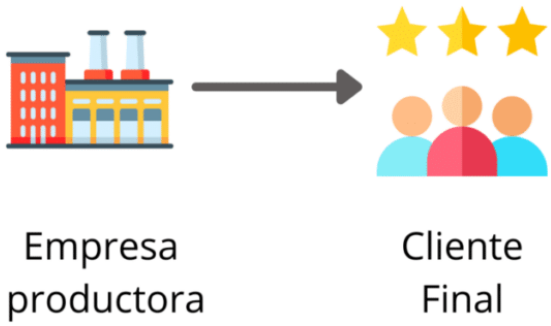
La promoción de ventas consiste en un conjunto de herramientas de incentivos a corto plazo, diseñadas para estimular rápidas y / o grandes compras de un producto particular por el consumidor o por el mercado.

La empresa presentará un local comercial donde se va exhibir los productos, el mismo que estará ubicado en la calle Bermúdez Nro. 653, distrito Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Dentro las políticas de distribución se han considerado la distribución directa, en esta etapa, posteriormente se evaluará la distribución indirecta.

Figura 11

Canal de distribución de la empresa, 2023



Fuente: elaboracion propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento

Dentro del plan estratégico operativo elaborado y diseñado por la empresa se han detallado todos los factores técnicos y organizaciones, con procesos simples, eficientes que a continuación de describen.

3.2. El proceso de aprovisionamiento

El proceso de aprovisionamiento de la materia prima, en este caso la cepa del plátano se ha previsto proveerse de dos lugares identificados, como es el caso de la zona de Mazan y de la carretera de Iquitos-Nauta, el Milagro, zonas que se dedican a la siembra de plátano en cantidades mayores.

Se ha previsto contar con una furgoneta para el traslado de la materia prima desde los centros de acopio de la cepa, vástago o calceta, hasta las instalaciones de la calle Bermúdez N° 653, se ha contactado con los proveedores de la materia prima, para el acopio en estado deshidratado de las cepas

El plátano presenta las siguientes características técnicas:

Especie : Plátano
Nombre científico : Musa paradisiaca
Familia : Musácea
Origen : Asiática

Es un árbol monoico, caducifolio de ramas abiertas y amplia copa. Su corteza, de color ceniciento o verdoso, castaño en los troncos viejos, se desprende en placas escamosas que dejan al descubierto manchas irregulares amarillentas o blanquecinas de la corteza interna.

Cuadro 9

Costo de ventas de la empresa (soles)

Detalle	Unidad de medida	Precio
Compra de cepa deshidratrada	unidad	S/4.00
	Total	S/4.00

Fuente: elaboración propia

Figura 12

El platanero



Fuente: elaboracion propia

Figura 13

El árbol del platanero



Fuente: elaboracion propia

Figura 14

La cepa del platanero



Fuente: elaboracion propia

Figura 15

Cepa cortada del platanero



Fuente: elaboracion propia

Figura 16

Corte transversal de la cepa del platanero



Fuente: elaboracion propia

Figura 17

Cepa de plátano seca



Fuente: elaboracion propia

El proceso de aprovisionamiento elaborado, se dará de la siguiente manera:

Figura 18

Proceso de aprovisionamiento de la empresa, 2023



Fuente: elaboracion propia

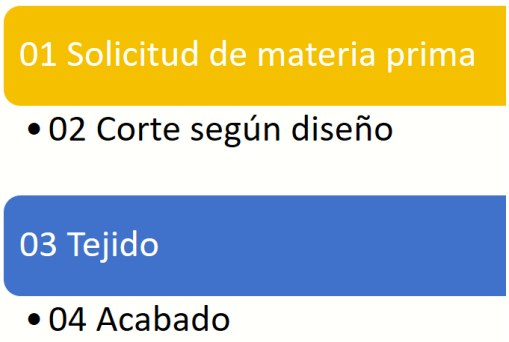
El proceso de aprovisionamiento se da inicio con el acopio de las cepas en los puntos designados dentro de la región Loreto. Seguidamente se procede a Limpiarlas de todas las asperezas con que cuente. Luego se procede con el corte, según las dimensiones solicitadas por el área de producción y por último se sigue con el secado de forma natural por un espacio de 7 días.

3.3. El proceso de producción

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

Figura 19

Proceso de producción de la empresa, 2023



Fuente: elaboracion propia

Pasos del proceso de producción:

Paso 01: Solicitud de materia prima

El requerimiento de materiales estará en función a la modelos, diseños y tamaños de la producción programada y se solicitará al área de almacén. Estas operaciones o maniobras serán de forma inter diaria o semanal con el fin de asegurar la producción continua de los productos de la empresa.

Paso 02: Corte según diseño

Se procede a cortar de acuerdo al tamaño del modelo a producir

Paso 03: Tejido

Se procede con el tejido del bolso

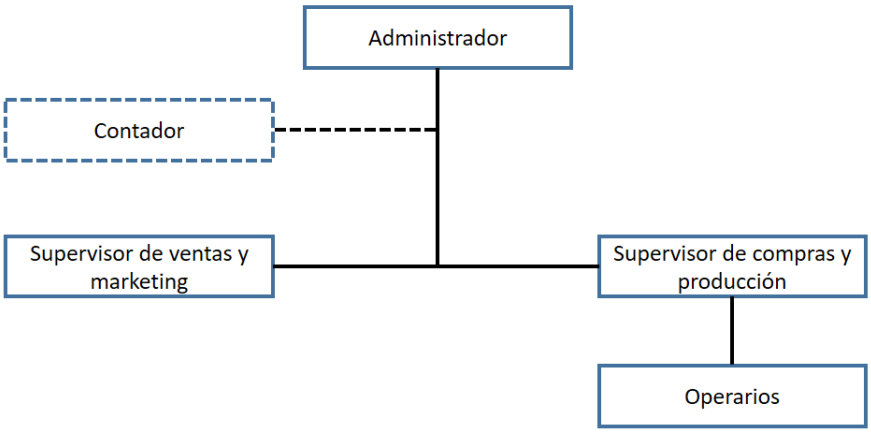
Paso 04: Acabado

Se revisa y se retira las asperezas que quedaron.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1. Estructura organizacional de la empresa

Figura 20
Estructura organizacional de la empresa



Fuente: elaboración propia

4.2. Puestos, tareas y funciones

a) Puesto: Administrador

Funciones:

1. Planificar las ventas, mensual y anual.
2. Planificar las compras de materiales de la empresa.
3. Determinar las metas de todas las áreas.
4. Representar a la organización ante las entidades públicas y privadas
5. Controlar los depósitos a los bancos.
6. Gestionar prestamos ante las entidades financieras
7. Representar a la empresa ante la Sunat
8. Monitorear la productividad y controlar los costos de la empresa.

b) Puesto: Supervisor de ventas y marketing

Tareas:

1. Elaborar el presupuesto.
2. Organizar y ejecutar todas las actividades que acarre el cumplimiento de metas.
3. Elaborar y ejecutar el plan estratégico de marketing
4. Recibir las sugerencias sobre diseños, modelos y tamaños de productos.
5. Administrar y darles mantenimiento a las redes sociales.
6. Proponer las estratégicas de marketing para la empresa.
7. Realizar las activaciones programadas de la empresa.

c) Puesto: Supervisor de compra y producción

Tareas:

1. Responsable del aprovisionamiento de los bienes y servicios que requiere la empresa para el funcionamiento.
2. Centralizar la solicitud de materiales de todas las áreas
3. Realizar las diversas cotizaciones de los proveedores
4. Controlar y custodiar los productos que ya pasaron el control de calidad
5. Cumplir las metas de producción
6. Llevar y controlar diariamente los resultados de la producción
7. Controlar y realizar arqueos e inventarios sobre los productos del almacén de la empresa.

d) Puesto: Operario

Tareas:

1. Realizar la limpieza del área permanentemente del inmueble.
2. Mantener en buenas condiciones los equipos y muebles
3. Servir de soporte al supervisor
4. Controlar y custodiar los equipos y herramientas de la empresa

5. Reportarse directamente al supervisor de compras y producción.
6. Llevar las estadísticas diarias de la producción.
7. Apoyar en todas las acciones de compras

4.3. Condiciones laborales

Se ha considerado brindas todos los beneficios exigidos por ley, a todos los trabajadores, acogiéndose a la Ley 28015 Ley de promoción de la Micro y Pequeña empresa (Mype), antes se registrará en el registro de la micro y pequeña empresa. (Remype).

Se respetará las 8 horas laborales diarias y de 48 horas semanales. Todos los trabajadores contaran con contrato de 6 meses y con todos los derechos laborales que se norma para una micro empresa.

4.4. Régimen tributario

Se acogerá al régimen Mype Tributario y todos los privilegios con que cuenta el régimen, dentro de ellas bajar el impuesto a la renta del 29.5% al 10% al año, con la condición de que 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 10

Demanda del negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (unidades)	95,901		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	1%	1%
Demanda estimada (unidades)	95,901	96,860	97,829
Participación de mercado (decisión empresa)	30.00%	40.00%	45.00%
Demanda del proyecto (unidades)	**28,770**	**38,744**	**44,023**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11

Ventas de los productos de la empresa

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales (unidades)	28,770	38,744	44,023
Precio venta (soles x unidades)	10.00	10.00	10.77
Tendencia del precio en el mercado	0%	8%	8%
Precio de venta (soles x unidades)	S/.10.00	S/.10.77	S/.11.60
VENTA TOTAL EMPRESA	**S/.287,703**	**S/.417,273**	**S/.510,634**

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos

Cuadro 12

Costo de ventas de la empresa(soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	28,770	38,744	44,023
Costo del servicio (unidades)	S/4.00	S/4.01	S/4.02
Costo de producción	**S/115,081**	**S/155,441**	**S/177,150**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13

Gastos administrativos de la empresa (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,400	S/. 1,500	S/. 1,600
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/. 1,000	S/. 1,100	S/. 1,200
Remuneraciones del personal	**S/. 4,800**	**S/. 5,400**	**S/. 5,800**
Costo laboral	13.17%	13.17%	13.17%
Remuneracion total mensual	**S/. 5,432**	**S/. 6,111**	**S/. 6,564**
Servicios públicos	S/. 250	S/. 280	S/. 320
Utiles oficina	S/. 210	S/. 260	S/. 295
Servicio contable	S/. 300	S/. 350	S/. 400
Otros	S/. 300	S/. 380	S/. 400
Total mensual	**S/. 6,492**	**S/. 7,381**	**S/. 7,979**
TOTAL ANUAL	**S/.77,904**	**S/.88,572**	**S/.95,744**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14

Gastos comerciales de la empresa (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Alquiler de local	1,500	1,600	1,800
Publicidad	S/. 400.00	S/. 350.00	S/. 300.00
Promociones	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 350.00
Otros	S/. 300.00	S/. 350.00	S/. 400.00
Total mensual	S/. 2,600.00	S/. 2,700.00	S/. 2,850.00
TOTAL ANUAL	**S/.31,200.00**	**S/.32,400.00**	**S/.34,200.00**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15

Gastos pre operativos de la empresa (soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 600.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Otros gastos	S/. 3,000.00			
Total	**S/. 4,800.00**	**S/. 0.00**	**S/. 0.00**	**S/. 0.00**

Fuente: elaboración propia

5.2. Estudio Financiero

5.2.1. Inversiones

Cuadro 16

Inversión en activos de la empresa (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
Excritorios	S/. 2,500	2	S/. 5,000	4	S/. 1,250
Sillas	S/. 600	6	S/. 3,600	4	S/. 900
Accesorios	S/. 250	1	S/. 300	10	S/. 30
Estantes de aluminio	S/. 150	4	S/. 700	10	S/. 70
Total			**S/. 29,100**		**S/. 6,375**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17

Depreciación de los activos de la empresa (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.29,100	-S/.6,375	-S/.6,375	-S/.6,375	S/.9,975
Amortización activo intangible	S/.4,800	-S/.960	-S/.960	-S/.960	S/.1,920
Total	**S/.33,900**	**-S/.7,335**	**-S/.7,335**	**-S/.7,335**	**S/.11,895**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 18

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%
Total				42.33%	25.67%	13.17%

Fuente: elaboración propia

5.2.2. Financiamiento de la empresa

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 19

Programa de endeudamiento de la empresa (Soles)

Deuda a tomar	S/. 50,000			
26.82% Anual		2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	50,000	1,000	1,389	2,389
2	48,611	972	1,389	2,361
3	47,222	944	1,389	2,333
4	45,833	917	1,389	2,306
5	44,444	889	1,389	2,278
6	43,056	861	1,389	2,250
7	41,667	833	1,389	2,222
8	40,278	806	1,389	2,194
9	38,889	778	1,389	2,167
10	37,500	750	1,389	2,139
11	36,111	722	1,389	2,111
12	34,722	694	1,389	2,083
		10,167	16,667	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	33,333	667	1,389	2,056
14	31,944	639	1,389	2,028
15	30,556	611	1,389	2,000
16	29,167	583	1,389	1,972
17	27,778	556	1,389	1,944
18	26,389	528	1,389	1,917
19	25,000	500	1,389	1,889
20	23,611	472	1,389	1,861
21	22,222	444	1,389	1,833
22	20,833	417	1,389	1,806
23	19,444	389	1,389	1,778
24	18,056	361	1,389	1,750
		6,167	16,667	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	16,667	333	1,389	1,722
26	15,278	306	1,389	1,694
27	13,889	278	1,389	1,667
28	12,500	250	1,389	1,639
29	11,111	222	1,389	1,611
30	9,722	194	1,389	1,583
31	8,333	167	1,389	1,556
32	6,944	139	1,389	1,528
33	5,556	111	1,389	1,500
34	4,167	83	1,389	1,472
35	2,778	56	1,389	1,444
36	1,389	28	1,389	1,417
		2,167	16,667	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 20

Capital de trabajo de la empresa. (soles)

		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	10.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.28,770	-S/.1,296	-S/.934	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de dias		7	7	7	
Monto		-S/.5,594	-S/.2,519	-S/.1,815	
Inventario					
Número de dias		30	30	30	
Monto		-S/.9,590	-S/.3,363	-S/.1,809	
Cuentas x pagar					
Número de dias		1	1	1	
Monto		S/.320	S/.112	S/.60	
TOTAL	-S/.28,770	-S/.16,160	-S/.6,704	-S/.3,564	S/.55,199

Fuente: elaboración propia

Cuadro 21

Estado de situación financiera de la empresa (soles)

	Año 0
Activo corriente	**S/28,770**
Caja Bancos	S/28,770
Cuentas por cobrar	
Inventarios	
Activo no corriente	**S/33,900**
TOTAL ACTIVO	**S/62,670**
Pasivo corriente	
Pasivo No Corriente	S/50,000
TOTAL PASIVO	**S/50,000**
Patrimonio	
Capital	S/12,670
Utilidades retenidas	
Resultado del ejercicio	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	**S/62,670**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 22

Estado de resultados integrales de la empresa (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.287,703	S/.417,273	S/.510,634
Costo ventas	**-S/.115,081**	-S/.155,441	-S/.177,150
Margen Bruto	**S/.172,622**	**S/.261,832**	**S/.333,485**
Gastos administrativos	-S/.77,904	-S/.88,572	-S/.95,744
Depreciación	-S/.7,335	-S/.7,335	-S/.7,335
Gastos comerciales	-S/.31,200	-S/.32,400	-S/.34,200
Margen Operativo	**S/.56,183**	**S/.133,525**	**S/.196,206**
Gastos financieros	-S/.10,167	-S/.6,167	-S/.2,167
Margen antes de tributos	**S/.46,016**	**S/.127,359**	**S/.194,039**
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/46,016	S/127,359	S/194,039
Pago impuesto a la renta	-S/.4,602	-S/.23,092	-S/.42,763
Utilidad Neta	**41,415**	**104,267**	**151,276**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 23

Cálculo de la tributación de la empresa (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 (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	4,950	15	74,250

Calculo del IR	S/46,016	S/127,359	S/194,039
HASTA 15 UIT 10%	S/74,250.00	S/74,250.00	S/74,250.00
POR EL EXCESO DE 15UIT	-S/28,233.73	S/53,108.52	S/119,789.06
IMPUESTO DEL 10%	S/0.00	S/7,425.00	S/7,425.00
IMPUESTO DEL 29.50%	S/4,601.63	S/15,667.01	S/35,337.77
TOTAL	**S/4,601.63**	**S/23,092.01**	**S/42,762.77**

Fuente: elaboración propia

5.2.3. Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad

Cuadro 24

Flujo de caja Económico de la empresa (soles)

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.287,703	S/.417,273	S/.510,634	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.33,900				S/.11,895
Capital de trabajo	-S/.28,770	-S/.16,160	-S/.6,704	-S/.3,564	S/.55,199
Compras		-S/.115,081	-S/.155,441	-S/.177,150	
Gastos administrativos		-S/.77,904	-S/.88,572	-S/.95,744	
Gastos comerciales		-S/.31,200	-S/.32,400	-S/.34,200	
Pago impuestos		-5,618	-13,353	-57,881	
Flujo Caja Económico (FCE)	**-S/.62,670**	**S/.41,739**	**S/.120,803**	**S/.142,096**	**S/.67,094**
Préstamo recibido	S/.50,000				S/.0
Amortización		-S/.16,667	-S/.16,667	-S/.16,667	
Gastos financieros		-S/.10,167	-S/.6,167	-S/.2,167	
Escudo fiscal		**S/.1,017**	**S/.617**	**S/.639**	
Flujo Caja Financiero (FCF)	**-S/.12,670**	**S/.15,923**	**S/.98,587**	**S/.123,902**	**S/.67,094**
FCE	-S/.62,670	S/.41,739	S/.120,803	S/.209,190	
FCF	-S/.12,670	S/.15,923	S/.98,587	S/.190,996	

Cuadro 25

Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) e Índice Beneficio /Costo (B/C) Económica de la empresa (soles)

VAN Económico	S/.168,087
Tasa de descuento (CAPM)	21.96%
TIR Económica	122%
Indice B/C	3.68

VAN Financiero	165,534
Tasa de descuento (WACC)	23.70%
TIR Financiero	307%
Indice B/C	14.06

Fuente: elaboración propia

VI. CONCLUSIONES

a) El presente proyecto se elaboró teniendo en cuenta la necesidad de los clientes, ya que el cliente requiere transportar cómodamente sus productos que va consumir, y a su vez sean ecológicos y amigables con el medio ambiente, nuestro producto, va a contar con una variedad de modelos, diseños y tamaños. Producto de calidad elaborado de forma artesanal cuya finalidad es el cuidado del medio ambiente.

b) El plan de operaciones se ha construido de manera sencilla, procesos cortos bien definidos, que nos garantizarán una correcta elaboración de los bolsos. Se ha determinado la fuente de aprovisionamiento de la materia prima, la misma que estará en la ciudad de Iquitos.

c) En el plan de recurso humano, se ha considerado brindar todos los beneficios para los trabajadores, considerados por ley. Las funciones son claras y específicas para cada uno de los miembros de las distintas áreas de la empresa. Todos los trabajadores contaran con sus beneficios laborales de las Mypes y se respetará la jornada laboral de 8 horas diarias.

d) Los ratios económicos y financieros, determinados en el plan económico y financiero, demuestran la viabilidad del proyecto. El Valor Actual Neto es s/.168,087.00, la Tasa Interna de Retorno es 122% y el índice Beneficio- Costo está en s/.3.68.

BIBLIOGRAFÍA

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

Gómez, J.G. (2016). El Comportamiento del consumidor. Escuela de negocios Peter J. Tobin. Universidad de St. Jhon. EEUU.

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

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

KRUGMAN P. Y OBSTFELD. International economics: Theory and policy, Boston: Pearson 8va Edición 2019.

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.

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

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

Schiffman, G. (2010). El Comportamiento del consumidor. Escuela de negocios Peter J. Tobin. Universidad de St. Jhon. EEUU.

Stanton J., Etzel J., Walker J. (2007). Fundamentos de Marketing, 14ava Ed. McGraw-Hill Interamericana.