

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

**Producción de bolsas de compra para
amas de casa en la provincia de
Huancayo con impacto social positivo
que fomente el consumo responsable.**

DOCENTE:

JOSE ANTONIO ALVAREZ HUAMAN

SECCIÓN:

11235

HUANCAYO - PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

APELLIDOS Y NOMBRES	CÓDIGO	CARRERA	DOMICILIO	CELULAR	CORREO ELECTRÓNICO
CASAS CHUMBE JOCABED	41039335	MEDICINA HUMANA	AV. PRÓCERES 242	981821404	41039335@CONTINENTAL. EDU.PE
ESPINOZA LEON YOSELIN ELIANA	73272278	ING. INDUSTRIAL	JR LOS OLIVOS 416, EL TAMBO	941430228	73272278@CONTINENTAL. EDU.PE
LAYNES GAMARRA DIONELLA	70038880	TECNOLOGÍA A MÉDICA	CALLE LOS LAURELES 297 URB. ALTO LA MERCED	968050605	70038880@CONTINENTAL. EDU.PE
QUISPE GUZMAN BRITTANY	72478130	PSICOLOGÍA	AV. FERROCARRI L 5029- EL TAMBO	972072010	72478130@CONTINENTAL. EDU.PE

FORMATO DEL PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. TÍTULO DEL PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL

Producción de bolsas de compra para amas de casa en la provincia de Huancayo con impacto social positivo que fomente el consumo responsable.

1.2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

El problema que se identificó en las amas de casa es que generalmente usan bolsas plásticas para todas sus compras por lo que se ha planteado la producción de bolsas de compra que incentiva la reutilización y la reducción del uso de bolsas plásticas. La organización Ecologistas en acción (2011) señaló que “La bolsa de plástico está considerada como el símbolo emblemático de la cultura de un solo uso, del derroche y la demostración de un consumo abusivo e innecesario” esto se sustenta en el tiempo que tarda en degradarse, su efecto sobre la fauna y el entorno, el derroche de recursos limitados como el petróleo, el agua y la energía necesarios para su fabricación. La solución es reducir de forma radical su consumo y fomentar un comportamiento responsable, pero ello supone un desafío ambiental determinante: exige replantear completamente la forma en la que producimos, usamos y gestionamos el plástico. Por ello se han propuesto eliminar progresivamente el consumo de plástico en oficinas e instalaciones y cumplir así con el Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS-12 que aspira a cambiar el modelo actual de producción y consumo para conseguir una gestión eficiente de los recursos naturales, una disminución de la generación de desechos y una mejora de su gestión. Además, de promover el uso de materiales biodegradables, reciclables o reutilizables, en sus actividades, actuando bajo criterios de sostenibilidad.

Se ha popularizado el uso de bolsas biodegradables sobre todo en supermercados; sin embargo, las bolsas biodegradables nunca llegan a descomponerse del todo. De acuerdo con Juan Carlos Riveros, Director de Ciencias de OCEANA (2018) “los plásticos componen hasta el 95% de la basura



marina que puede ser consumida por aves, peces y otros seres vivos; muchos de los cuales pueden llegar a nuestras mesas”.

Las bolsas biodegradables no son la solución. Se ha popularizado su uso en supermercados, pero nunca llegan a descomponerse del todo. Estas bolsas necesitan condiciones particulares de luz y temperatura para fragmentarse en partes más pequeñas y estas partículas terminan en el mar o en los ríos; además no es posible reciclarlas, proponer estas bolsas como un reemplazo transmitirá el mensaje errado de que este tipo de bolsas no contaminan y, por lo tanto, no es necesario reducir su uso.

Las bolsas a base de biopolímeros como maíz, yuca, papa, entre otros materiales; si bien generan menos contaminación, utilizan mucho más recursos, agua y energía; y emiten mayor carbono para su producción que una bolsa convencional, por lo que no es sostenible promover su uso como reemplazo a las bolsas convencionales si a la vez no se reduce drásticamente la demanda de bolsas en general.

La solución es un cambio de hábitos para reducir el consumo de plásticos de un solo uso. Lo ideal es andar con nuestras propias bolsas. En este momento lo que se tiene que hacer es ganar tiempo, para eso lo primero es la conciencia pública y políticas públicas y compromisos por ello nace nuestro plan: Producción de bolsas de compra para amas de casa en la provincia de Huancayo con impacto social positivo que fomente el consumo responsable.

Las bolsas de compra están hechas de yute, ya que es un material idóneo por ser una fibra vegetal ecológica, muy resistente, que se usa en múltiples actividades, desde la fabricación de alfombras, o de tejidos para la casa y la tapicería, hasta la producción de papel, o en la industria. El color de la fibra del yute puede ser blanco, amarillo, marrón o gris. Las fibras de yute están compuestas primordialmente de celulosa (principal componente de las fibras vegetales) y lignina (componentes principales de las fibras leñosas). Además, vienen reforzadas para que su uso y reúso sea mayor y llevan un proceso de impresión con tintas ecológicas durables para que el diseño de nuestros clientes dure más y su imagen no se desvirtúe, Puede ser impresa en variedad de colores y gamas,



son impresas con tintas a base de agua que no contamina ni a los usuarios ni al ambiente al descomponerse. Se puede doblar y llevar en la bolsa, y cargan hasta más de 10 kilos de peso, dependiendo de lo que nos requieran reforzar y su tamaño. bajo ciertas condiciones de humedad y calor, se deshacen solas y sus componentes se regresan a la madre tierra sin dañar, además su confección es en un proceso muy sencillo de no tejer la tela, lo cual ocupa mucha menos energía, agua y otros recursos naturales en su fabricación, y, por último, no producen residuos tóxicos

Según datos del MINAM (Ministerio del ambiente: menos plástico más vida - cifras del Perú y el mundo, 2018) en promedio, se usan al año aproximadamente 30 kilos de plástico por ciudadano, mientras que al año se suman cerca de 3 mil millones de bolsas plásticas, casi 6 mil bolsas por cada minuto.

En Perú, un plástico biodegradable, es aquel que se degradación hasta CO_2 , CH_4 , agua y biomasa por la acción de microorganismos, contiene un mínimo del 50 % de sólidos volátiles, en concentraciones limitadas de sustancias químicas peligrosas y su degradación se realiza en un tiempo razonable: Degradación del 90 % en 6 meses en presencia de O_2 y 2 meses es ausencia de O_2 .

El material con el que se pretende producir las bolsas de compra, la fibra de yute, es 100% biodegradable y reciclable. por estas razones inofensivo para el medio ambiente. Una hectárea de plantas de yute consume cerca de 15 toneladas de dióxido de carbono y libera 11 toneladas de oxígeno. En las rotaciones, el cultivo del yute enriquece la fertilidad del suelo para la cosecha siguiente. Su combustión no genera gases tóxicos.

El Fondo Común para los Productos Básicos (FCPB) está llevando a cabo diversos proyectos en Bangladesh para mejorar la capacidad de los productores de yute y respaldar la diversificación de la industria. El cultivo de esta fibra vegetal es respetuoso con el medio ambiente, y el yute se puede cosechar rápidamente. El yute proviene del árbol *Corchorus Capsularis*, que se cultiva en la India. El yute no requiere productos químicos para crecer, y su cultivo no afecta al ecosistema. Como no se usan productos químicos en su cultivo, los costes de producción son relativamente bajos. La gran mayoría del yute procede del delta del Gange, donde el clima es casi siempre caluroso y húmedo. Además,

el yute se puede cosechar cada seis meses, y no hace falta cortar al árbol que lo produce durante la cosecha.

1.3. CARACTERÍSTICAS INNOVADORAS Y CREATIVAS DEL PRODUCTO

Sustituir	El uso de bolsas plásticas está siendo reguladas por Ley N.º 30884 que busca prohibir la entrega de bolsas plásticas en cualquier establecimiento en el Perú.
Combinar	Combinamos la idea de evitar el material de plástico por la fibra de yute
Adaptar	La dimensión del producto se adecuará al tamaño de un llavero
Modificar	Se modifica el aspecto estructural de la bolsa
Permutar	El producto es impermutable
Eliminar	Eliminar el uso de plástico
Reordenar	Podemos hacerlo más pequeño y ligero, ya que el material es adaptable

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.1.1. CARACTERÍSTICAS COMPARATIVAS DE LA COMPETENCIA

VARIABLES/COMPETIDORES	Saga Falabella S.A.	C.C Gamarrita Huanca Centro comercial	Plásticos J y F Baldeon EIRL.
MARCA	Falabella	C.C Gamarrita Huanca	Plásticos Baldeon
URL	https://www.falabella.com.pe/	https://www.facebook.com/pages/CC-Gamarrita-Huanca/562536510803061	- https://www.paginamarillas.com.pe/empresas/plasticos-jy-fbaldeon-eirl/huancayo-451618
DIRECCIÓN	Prolongación San Carlos, Huancayo 12001	Jr. Huánuco N.º 248, Huancayo	Amazonas, Huancayo 12001
HORARIO DE ATENCIÓN	11:00 - 22:00	7:00 - 22:00	Lunes a sábado 9:00 a 19:30
PRODUCTO	Bolsas	Bolsas de tela y	Bolsas de plástico

	Reutilizables	tocuyo	y de rafia
PRECIOS	s/ 10.00 a 15.00 soles	s/. 30.00 a 80.00 soles (al por mayor)	s./ 1.00 sol a s/.50.00
INFRAESTRUCTURA	Tienda de dos pisos de material noble, con buena iluminación y acabados en cerámico.	Centro comercial de dos pisos, de material noble, mala iluminación y señalización.	Tienda de un piso de material noble, con poca iluminación y puertas enrollables.
PUNTO DE VENTA	Tienda comercial ubicada dentro de centro comercial Open Plaza	Stand 23 al 35	Tienda ubicada cerca al Mercado Maltería
PUBLICIDAD	Comerciales en TV, Internet, paneles publicitarios, volantes.	Volantes y tarjetas de presentación empresarial.	Ninguna
UNIFORME	Polo cuello camisa color verde, y pantalón gris.	Ninguno	Ninguno
ATENCIÓN	Atención personalizada, directa y virtual, con trato amable y cordial.	Atención directa con el cliente.	Atención directa con el cliente.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.2.1. LA SEGMENTACIÓN

En este caso nuestro segmento está definido por la población económicamente activa (PEA) de la provincia de Huancayo; expresamente por damas modernas que pertenezcan al nivel socioeconómico A-C, De acuerdo con la encuesta realizada por Target Group Index, Ola II + I 2005-2012, realizada a personas entre 12 a 64 señaló que en el Junín un 15% de las personas pertenecen al nivel socioeconómico A-C y tienen conciencia ambiental.

CRITERIOS	HABITANTES	PEA por provincia	Habitantes PEA	ZONA				EDAD (15-54)	%	SEXO				NSE (A-C)	%	UNIVERSO
				URBANA	%	RURAL	%			MASCULINO	%	FEMENINO	%			
HUANCAYO	545615	65.8%	359130	334142	93.04	24988	6.96	359130	65,82	165384	30,31%	193746	35,51%	83311	15%	83311

Fuente: Inei - Resultado del Censo Nacional del 2017

Determinación del tamaño muestral para una población finita:

$$n = \frac{N \cdot Z_a^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot e^2 + Z_a^2 \cdot p \cdot q}$$

donde:

- N = Total de la población
- $Z_a^2 = 1.96^2$ (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 50% = 0.5)
- q = 1 - p (en este caso 1-0.5 = 0.5)
- e = precisión (en este caso deseamos un 5%).

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5) \cdot 83311}{(1.96^2)(0.5)(0.5) + (0.05^2)(83311 - 1)}$$

$$n = 382,40$$

$$n = 383 \text{ mujeres}$$

El tamaño de muestra necesario para estimar la proporción poblacional de mujeres pertenecientes a la PEA con edad entre 15 a 54 años, para un 95% nivel de confianza y un error de 0.05, es de 383 mujeres.

2.2.2.FICHA TÉCNICA ESTADÍSTICA

Universo Poblacional	83311
Ámbito Geográfico	Provincia de Huancayo
Método de Muestreo	Aleatorio Simple
Tamaño muestral	350
Perfil del encuestado	Personas modernas con conciencia ambiental
Nivel de confianza	95%
Error de muestreo	5%
Responsable	Yoselin Espinoza
Fecha	07 de octubre del 2019

2.2.3.LA ENCUESTA

ENCUESTA PARA LOS COMPRADORES

Su opinión es valiosa para ayudarnos a conocer sus necesidades y preferencias en relación al inicio de un nuevo proyecto para la producción de bolsas de compras, por favor tómese unos minutos para completar la siguiente información.

FECHA:

--	--	--

HORA: ____ AM / PM

Lugar de Encuesta:

I. INFORMACIÓN GENERAL DEL INFORMANTE

Edad:

- A. 15 a 29 años B. 30 a 39 años C. 40 a 50 años D. 60
a más años

¿Grado de instrucción?

- A. Primaria B. Secundaria C. Sup. Técnica D. Sup. Universitaria

¿Cuál es su actividad económica?

- A. Comercio B. Transporte Empleado D. Otra

2. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. ¿hace uso de bolsas de compra?

- A. SI B. NO

2. ¿estaría dispuesto a adquirir bolsas de compras hechas de yute?

- A. SI B. NO

3. ¿con qué frecuencia usa bolsas de compras?

- A. DIARIO B. INTERDIARIO C. ENTRE 5 Y 10 VECES AL MES D.
MÁS DE 10 VECES AL MES

4. ¿cuántas bolsas compra al mes en mercados, supermercados o tiendas comerciales?

- A. ENTRE 1 Y 4 VECES AL MES B. ENTRE 5 Y 10 VECES AL MES C. MÁS DE 10
VECES AL MES

5. ¿dónde adquiere con más frecuencia las bolsas de compra?

- A. TIENDAS B. SUPERMERCADOS C. FERIA D. MERCADO

6. ¿por qué razón compraría una bolsa de compra?

- A. por utilidad o necesidad B. por moda C. por costumbre D. por
conciencia ambiental

7 Se le presenta una imagen con el prototipo de bolsa de compra hecho de yute 100% orgánico que viene en un empaque que reduce su tamaño ¿Le interesa nuestro producto?



- A. SI B. NO

8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bolsa de compra hecha de yute? (escriba el monto en soles)

Rpta. S/_____.

9 ¿Cuántas veces compraría nuestro producto?

- A. 1 VEZ B. 2 A MÁS VECES

10 ¿Por qué elegirías una bolsa de yute a diferencia de otro?

- A. CALIDAD B. PRECIO C. DISEÑO D. ECO-AMIGABLE

11. ¿Tiene alguna preferencia de colores en las bolsas de compras que utiliza?

- a. Blanco
b. Negro
c. Crema
d. otro

12. ¿Cuál es la probabilidad que recomiende nuestro producto a otras personas?

- a. Extremadamente probable
b. Muy probable
c. Un poco probable
d. Nada probable

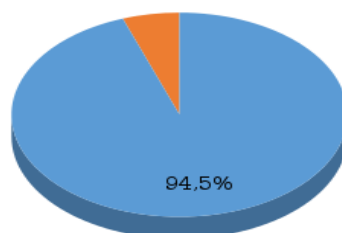
¡GRACIAS!

A continuación, mostramos gráficos estadísticos que muestran las respuestas en porcentaje a cada pregunta que hicimos en la encuesta:

- Para la pregunta 1, un 94,5% mostraron la cantidad de personas que hacen uso de bolsas de compras.

¿Hace uso de bolsas de compra?

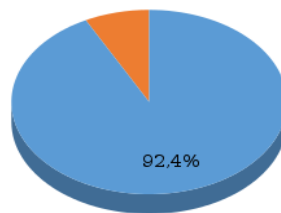
● SI ● NO



- En la pregunta 2, un 92,4% mostraron intención de compra.

¿ESTARÍA DISPUESTO A ADQUIRIR BOLSAS DE COMPRAS HECHAS DE YUTE?

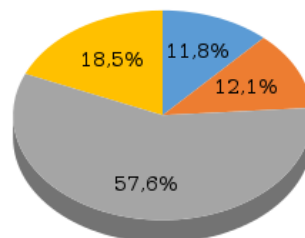
● SI ● NO



- En la pregunta 3 un 57,6% evidenciaron que su frecuencia de uso de bolsas de compra es entre 5 y 10 veces al mes, mientras que un 18,5% mostró que usan bolsas de compra más de 10 veces al mes.

¿CON QUE FRECUENCIA USA BOLSAS DE COMPRAS?

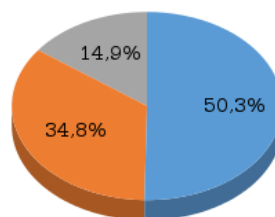
● Diario ● Interdiario ● entre 5 y 10 veces al mes ● mas de 10 veces al mes



- En la pregunta 4 un 50,3% evidenciaron que su volumen de compra es de 10 unidades a más.

¿CUANTAS BOLSAS COMPRA AL MES EN MERCADOS, SUPERMERCADOS O TIENDAS COMERCIALES?

● Entre 1 y 4 bolsas al mes ● Entre 5 y 10 bolsas al mes ● Mas de 10 veces al mes



2.2.4.DETERMINACIÓN DE LOS MERCADOS

2.2.4.1. MERCADO POTENCIAL

Existe un gran sector de la población que a la hora de solicitar una bolsa para hacer sus comprar, no tiene en cuenta el material de este, ni las consecuencias que trae consigo el adquirirlas, lo único que les importa es que les facilita el traslado de sus compras de la tienda a su casa.

TIPO DE MERCADO	REFERENCIA	CANTIDAD
MERCADO POTENCIAL	SEGMENTACIÓN	83311

2.2.4.2. MERCADO DISPONIBLE

TIPO DE MERCADO	REFERENCIA	CANTIDAD
MERCADO DISPONIBLE	ENCUESTA PREGUNTA NÚMERO 2 (92,4%)	76980

2.2.4.3. MERCADO OBJETIVO

TIPO DE MERCADO	REFERENCIA	CANTIDAD
MERCADO OBJETIVO	CAPACIDAD PRODUCTIVA (2%)	1540

2.2.5.DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

Frecuencia anualizada de compra= $5 \times 12 = 60$

$Q = \text{Mercado Objetivo} \times \text{Frecuencia anualizada de compra} \times \text{volumen de compra}$

$Q = 1540 \times 60 \times 1$

$Q = 92400$

Cantidad de productos que se tienen que fabricar durante el primer año para satisfacer la demanda de 1540 personas.

2.2.6.PROYECCIÓN DE LAS VENTAS A 5 AÑOS

Se considera una tasa de crecimiento poblacional 0.9% según fuentes del INEI - PERÚ: TASAS DE CRECIMIENTO GEOMÉTRICO MEDIO ANUAL SEGÚN DEPARTAMENTOS, 1995-2015.

BOLSAS DE COMPRA DE YUTE						
	UNIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
% CRECIMIENTO POBLACIONAL	%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%
MERCADO POTENCIAL	PERSONAS	83311	84061	84818	85582	86353
MERCADO DISPONIBLE	PERSONAS	76980	77673	78372	79078	79791
MERCADO OBJETIVO	PERSONAS	1540	1554	1568	1582	1596

FRECUENCIA DE CONSUMO ANUAL	AL MES	60	60	60	60	60
UNIDADES CONSUMIDAS AL MES	UNIDADES	1	1	1	1	1
UNIDADES ESTIMADAS	UNIDAD	92400	93240	94080	94920	95760
VALOR DE VENTA	S/.	S/.5.90	S/.5.90	S/.5.90	S/.5.90	S/.5.90
VENTAS ESTIMADAS	S/.	S/.545160	S/.550116	S/.555072	S/.560028	S/.564984

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5							
ANUAL	20000	20180	20362	20545	20730							
Periodo	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MENSUAL	1667	1667	1667	1667	1667	1667	1667	1667	1667	1667	1667	1667
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5							
PRECIO	S/ 5.90	S/ 5.90	S/ 5.90	S/ 5.90	S/ 5.90							
PERIODO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MENSUAL	9833.33	9833.33	9833.33	9833.33	9833.33	9833.33	9833.33	4916.67	4916.67	4326.67	4916.67	5506.67

2.3. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

2.3.1. ESTRATEGIAS GENÉRICAS

Nuestro objetivo es incrementar el valor de la marca, fidelizar a los clientes y posicionar el valor agregado de las bolsas de compra a través de una estrategia de marketing de **diferenciación**.

Según Jaime Carrió Fiore y Carolina Consolación, director de Cario Consultores” y Profesora Titular de la UPC, “dotar a un producto o servicio de una característica intrínseca o un atributo periférico que lo haga percibir como único y apreciado por el cliente, se convierte en un arma empresarial eficaz para conseguir resultados comerciales óptimos”

Para ello nos proponemos cumplir ciertas metas:

- Ser distinto, un producto que no se vea en la competencia, y con el material de fabricación apuntamos a ello.
- Ser comunicable, que nuestro producto sea fácil de introducir en la mente del consumidor.
- Ser “costeable” para el cliente, nuestro producto tiene que tener un precio razonable para que el cliente pueda ser capaz de pagar por los beneficios que le va a producir.
- Ser rentable para la empresa.
- Que vaya cambiando conforme pase el tiempo, para que nos podamos mantener en el mercado.

2.3.2.MARKETING MIX

2.3.2.1. PRODUCTO

Dada la importancia del producto en el mercado, pasamos a analizar y describir los componentes del producto real que enumeramos a continuación:

- Características:

Material: yute

Tamaño: 40cm de alto, 35 de ancho

Peso: 200 a 350 gr

- Estilo y diseño:



- Calidad:

- ❖ El material ofrece una resistencia superior al plástico.

- ❖ No genera irritación a la piel.

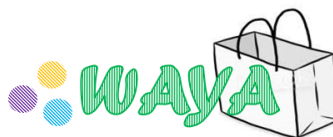
- ❖ Baja conductividad térmica

- ❖ Moderada mantención de humedad

- Marca:

El nombre de la marca se origina de la palabra quechua cuzqueño

“Wayá” que significa bolsa tejida con fibra vegetal, tela muy fina o red para pescar.



Dale la oportunidad de tener otra vida

2.3.2.2. PLAZA

Los canales de distribución y comercialización son directos, ya que el cliente o consumidor compra directamente al productor, para evitar el costo de vendedores intermediarios.

Siendo el local para adquirir el producto un stand frente a supermercados importantes. Un módulo en cualquier centro comercial tiene un precio que varía entre los 25 y 30 dólares por metro cuadrado.

2.3.2.3. PROMOCIÓN

- **Publicidad:** Se resume en la entrega de volantes que informen de la ubicación de la tienda comercial y números de contacto para ventas al por mayor y consultas sobre el producto. como ejemplo del modelo de volante presentamos lo siguiente:



- **Relaciones Públicas:** nuestro objetivo es llegar a que conozcan nuestro producto y una forma de que la marca llegue a más personas es buscar como aliado estratégico a la ONG Fondo Verde que propone promover, participar, estimular e intervenir en iniciativas de carácter ambiental con el fin de potenciar y desarrollar estilos de vida eco-amigables, su sede principal se encuentra en Calle Santa Lucía 305, Urb. San Antonio, Huancayo. Junín. Perú.

2.3.2.4. PRECIO

Precio unitario del producto: s./ 5.90

2.3.3.CICLO DE VIDA ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO

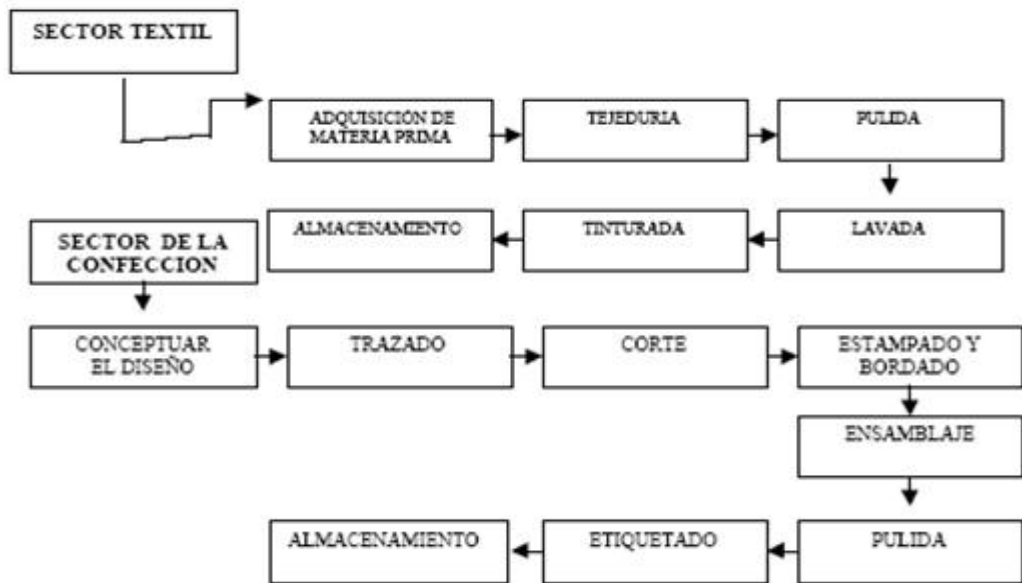
Producto	Bolsas de compra hechas de yute	Producto con empaque adicional	Producto en dos nuevos modelos	Producto en diseños alusivos a la cultura huanca
Plaza	Av. Ferrocarril S/N, Huancayo 12001	Av. Ferrocarril S/N, Huancayo 12001	Puntos de venta en dos principales centros comerciales: Real plaza y Open plaza	Puntos de venta en dos principales centros comerciales: Real plaza y Open plaza
Promoción	Redes sociales y volantes	Redes sociales	Página web	Página web y visitas a planta
Precio	s./5.90	s./6.90	s./10.00	s./10.00
Periodos	Introducción	Crecimiento	Madurez	Declive
Estrategia	Diferenciación	Diferenciación	Diferenciación	Diferenciación
Tiempo	1 años	2 años	2 años	1 año

3. ESTUDIO TÉCNICO – OPERATIVO

3.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

NOMBRE DEL PRODUCTO	BOLSAS DE YUTE
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	 <p>Bolsas de yute con diseño MATERIA PRIMA: yute INSUMOS: variedad de pinturas para el diseño COLOR: blanco, azul, morado, etc. PESO: 200g MEDIDA: 40 de altura y 35 de ancho USO: accesorio para mujeres</p>
CANTIDAD MENSUAL	1000 unidades
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	Ciudad de Huancayo
PRINCIPAL MERCADO	Ciudad de Huancayo

3.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN



3.3. LOCALIZACIÓN

3.3.1.MACRO LOCALIZACIÓN



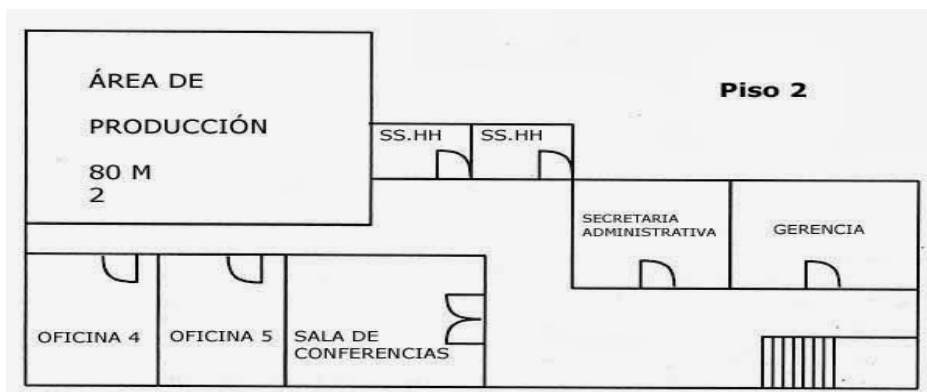
3.3.2.MICRO LOCALIZACIÓN

Dirección: Jr. Huánuco #248; Huancayo, Perú

3.4. TAMAÑO DE PLANTA

80m

3.5. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA





3.6. REQUERIMIENTOS

3.6.1. REQUERIMIENTOS DE RRHH

TIPO DE PERSONAL	PERSONAL REQUERIDO	CANTIDAD DE PERSONAL	DEDICACION DE PERSONAL	COSTO POR PERIODO MENSUAL
Administrativo	Gerente General	01	Tiempo completo	S/ 930.00
Operativo	Maquina de cocer	01	Tiempo completo	S/ 1000.00
Operativo	Maquina remalladora	01	Tiempo Parcial	S/ 465.00
Operativo	Limpieza	01	Tiempo Parcial	S/ 200.00

Personal Administrativo

Reporta a:

Junta de accionistas

Área:

Administración

Misión del puesto:

Experiencia como administrador y/o contador

Disponibilidad para trabajar turno completo y con disponibilidad de ralizar horas extras.

Con excelentes habilidades sociales, compromiso hacia la empresa y ética laboral.

Personal Operativo

Reporta a:

Jefe de Producción

Área:

Producción

Misión del puesto:

Experiencia como cosedor/a (Máquina overlock/Plana)

Disponibilidad para trabajar en el turno de tarde

Destreza manual, meticulosidad y agilidad

3.6.2.REQUERIMIENTO DE MAQUINARIAS, EQUIPOS, MUEBLES Y HERRAMIENTAS

TIPO DE PERSONAL	MAQUINA O EQUIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRODUCTOS QUE LA UTILIZAN
Administrativo	Computador + impresora	1	S/1,560.00	S/1,560.00	Para información administrativa y contables
Operativo	Máquina de cocer	4	S/720.00	S/2,880.00	Para unir la tela con el yute.
Operativo	Maquina remalladora	2	S/550.00	S/1,100.00	Para asegurar las uniones y otorgar mayor resistencia.

Computadora

- Marca: Advance
- Modelo: Vission Open Vo5012
- Idioma: español
- Procesador: Intel Celeron J3355 2.00 Ghz 2 Mb L2
- Memoria Ram Capacidad 4 Gb
- Velocidad 7200 Rpm
- Micrófono 1
- Audífono: 1
- Micrófono: 1
- Ancho: 19.40 Cm
- Profundidad:40.50 Cm
- Pantalla: Tipo Led
- Tamaño: 21.5 Pulg
- Resolución: 1920 X 1080

Máquina de coser

- Marca: Brother
- Modelo: JS 2135

Características: Máquina de coser y remendar básica, ligera y fácil de usar. Perfecta para proyectos de costura básica, remiendos, y manualidades. La JS2135 es ligera y portátil, viene con 14 puntadas incorporadas (cada una de ellas con múltiples funciones), una ojaladora automática de 4 pasos, brazo libre y pulsador de retroceso.

Funciones de costura incorporadas: 35

- Estilos de ojal incorporados: Automático de 4 pasos, 1 estilo
- Ancho y largo de la puntada: Sí
- Puntadas de refuerzo/en reversa: Sí
- Puntadas decorativas incorporadas: Sí
- Funciones de refuerzo: Sí, con la palanca de retroceso
- Ancho de la puntada: Hasta 5mm
- Largo de la puntada: Hasta 4mm
- Guías de referencia rápida de puntadas: Sí, en la perilla del selector de puntada.
- Espacio para guardar accesorios: Sí, Incorporado los pies accesorios incluidos pie para ojales, pie para cremallera, pie para coser botones, pie Zig-Zag.

3.6.3.REQUERIMIENTO DE INSUMOS O MATERIA PRIMA

N°	MATERIA	UM	CANT	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
01	Tela	m.	2000	Comercial "Sicaya"	S/. 1.20	S/. 2,400.00
02	Yute	m.	8000	Tejidos y confecciones Sabritex EIRL.	S/. 6.00	S/. 48,000.00
03	Hilo Pabilo Polyester	CONO	1000	Bazar San Nicolas	S/. 3.00	S/. 3,000.00
04	Cola De Rata	m.	6000	Bazar San Nicolas	S/. 0.50	S/. 3,000.00
05	Aguja Para Maquina De Cocer	und	200	Bazar San Nicolas	S/. 1.00	S/. 200.00
06	Argollas Para Llaveros	paq.	20000	Bazar San Nicolas	S/. 0.05	S/. 1,000.00

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO / LEGAL / ORGANIZACIONAL

4.1. FILOSOFÍA EMPRESARIAL

4.1.1.VISIÓN

Al 2025 nos aseguraremos de estar entre las 5 empresas que destacan por compromisos con el medio ambiente, esto gracias a nuestra habilidad para integrar comercialización y producción responsable.

4.1.2.MISIÓN

Ayudar a las amas de casa a transportar sus compras brindando bolsas de yute compactas y de calidad, promoviendo el consumo responsable para la preservación del medio ambiente.

4.1.3.VALORES

- Responsabilidad: Para tener en claro que la empresa no solo busca rentabilidad sino también contra restar el excesivo uso de bolsas plásticas y hacernos responsables con el medio ambiente.
- Compromiso: Con nuestros clientes ofreciéndoles siempre un producto de calidad y con nuestros colaboradores sobre su retribución por los servicios prestados.
- Perseverancia: Creemos que no será un camino fácil, pero buscamos perseverar en nuestros objetivos y con la continuidad de la empresa.

4.1.4.OBJETIVOS

- Lograr establecer nuestro negocio en el mercado local en el primer año.
- Ofrecer una variedad de diseños que capten mayores clientes.
- Alquilar un módulo de venta en uno de los centros comerciales de la ciudad de Huancayo.
- Conseguir una ganancia superior al 15% sobre la producción total.
- Vender las 10000 bolsas producidas al año.

4.2. TIPO DE EMPRESA

4.2.1.EMPRESA SEGÚN CONSTITUCIÓN LEGAL

- Sociedad Comercial de responsabilidad limitada - SCRL
En este tipo de sociedad el capital está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden ser incorporadas en títulos valores, ni denominarse acciones. Los socios no pueden exceder de 20 y no responden personalmente por las obligaciones sociales.

4.2.2.EMPRESA SEGÚN EL TAMAÑO

- Micro Empresa
Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.

4.2.3.EMPRESA SEGÚN EL SECTOR

- Empresas del Sector Secundario o Industrial
Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.

4.2.4.EMPRESA SEGÚN EL ORIGEN DEL CAPITAL

- Empresa Privada
El capital viene íntegramente de fondos de personas particulares

4.3. PROCESO DE FORMALIZACIÓN

4.3.1.FORMALIZACIÓN REGISTRAL

4.3.1.1. TIPO DE PERSONA JURÍDICA

Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada:

Número mínimo y máximo de socios/accionistas:

Mínimo 2 y máximo 20

Órganos societarios:

Junta General de Socios

Gerencia

Sub Gerencia

Capital (forma en que se aporta y cómo se divide): Aporte en efectivo o en bienes.

Se divide en aportaciones.

Sub Gerencia

Constitución:

Pueden constituirse como personas jurídicas, vía internet a través del Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas- SID SUNARP–CONSTITUCIÓN DE EMPRESA

Requisitos para el cumplimiento del procedimiento registral para el ciudadano

1.-Busca el nombre de tu empresa.

Se recomienda realizar una búsqueda de Índice

en el Registro de Personas Jurídicas de la SUNARP, a través de la página del Servicio de Publicidad Registral en Línea - SPRL (servicio en línea con costo): <https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/ingreso.faces>; o en cualquiera de las Oficinas Registrales.

La tasa registral de la búsqueda de índice en el Registro de Personas Jurídicas es de S/5.00 soles.

2.-Reserva el nombre de tu empresa.

Si el nombre que quieres ponerle a tu empresa se encuentra disponible, solicita una reserva de nombre en la SUNARP. Dicho trámite puedes realizarlo en forma virtual como usuario suscrito al SPRL a través de la página web:

<https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/ingreso.faces>

También puedes realizarlo en forma presencial en las Oficinas Registrales.

La tasa registral de la reserva de nombre es de S/20.00 soles.

3.- Ingresa a la plataforma del “Sistema de Intermediación Digital (SID - SUNARP)” a través de la página web y rellena el formulario:

<https://sid.sunarp.gob.pe/sid/login.htm>

Ingresando a la opción “Solicitud de trámite de constitución de empresa”.

Una vez iniciada tu sesión en el SID-SUNARP con tu usuario y contraseña, para trabajar tu solicitud de constitución de empresa es necesario en forma obligatoria seguir los siguientes pasos:

Paso 1: Lee y acepta los términos y condiciones de acceso al sistema SID - SUNARP.

Paso 2: Selecciona la Notaría de tu preferencia.

Paso 3: Elige el tipo de persona jurídica que deseas constituir.

Paso 4: Verifica la información que aparece en el recuadro sobre datos del Solicitante; y completa los datos de la empresa a constituir; el domicilio de la empresa; el objeto social, los datos del capital social; y datos de los participantes.

Paso 5: Descarga el archivo en formato PDF del acto de constitución de empresa generado con los datos que previamente ingresaste en el sistema, revísalo y si estás conforme, da clic en la opción FINALIZAR, a fin de que tu solicitud pueda ser enviada a la Notaría seleccionada.

A continuación, te aparecerá la “Constancia de envío de solicitud de constitución de empresas”, la cual puedes imprimirla, enviarla a tu correo o descargarla.

4.- Firma de la Escritura Pública.

Enviada la información a la Notaría elegida tienes un plazo de 30 días calendario, para acudir a la Notaría y suscribir la escritura pública de constitución de empresa. Vencido el plazo, se procederá con la baja de la información enviada por el usuario.

5.- Información al correo electrónico del usuario.

El SID SUNARP enviará a tu cuenta de correo electrónico un email para indicar el número de título, fecha y hora con el que se ha generado tu solicitud de inscripción de la constitución de empresa; así como también sobre el resultado de la calificación registral por parte del Registrador Público.

Una vez inscrita la empresa, SUNARP enviará un correo electrónico desde donde puedes acceder a los enlaces para la visualización y descarga de la constancia de RUC de la empresa, así como del asiento de inscripción y la anotación de inscripción.



4.3.2.FORMALIZACIÓN TRIBUTARIA

4.3.2.1. TIPO DE RÉGIMEN TRIBUTARIO

- REMYPE

El Estado otorga varios beneficios a las micro y pequeñas empresas, brindándoles facilidades para su creación y formalización, dando políticas que impulsan el emprendimiento y la mejora de estas organizaciones empresariales.

- ❖ Pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.
- ❖ Gozan de facilidades del Estado para participar eventos feriales y exposiciones regionales, nacionales e internacionales.
- ❖ Cuentan con un mecanismo ágil y sencillo para realizar sus exportaciones denominado Exporta Fácil, a cargo de la SUNAT.
- ❖ Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del Estado

Requisitos para ser REMYPE

- ❖ RUC vigente.
- ❖ Tener el Usuario y Clave SOL.: Si realizas personalmente el trámite de tu Clave SOL, bastará con que exhibas tu Documento Nacional de Identidad (DNI). Las personas que se identifican con documento de identidad distinto deben exhibir el original y presentar una fotocopia del mismo.
- ❖ Tener como mínimo un trabajador.
- ❖ No pertenecer al rubro de bares, discotecas, casinos y juegos de azar.



ANEXO

SOLICITUD DE ACCESO A SUNAT OPERACIONES EN LÍNEA

RUBRO I: SOLICITUD DE ASIGNACIÓN DE CÓDIGO DE USUARIO Y CLAVE SOL

Yo, identificado(a) con tipo de documento de identidad N° en mi calidad de Contribuyente/Representante Legal con número de RUC/CIE**/CIP** N° solicito la asignación de un Código de Usuario y una Clave SOL para acceder al Sistema SUNAT Operaciones en Línea (SOL).

Asimismo, tomo conocimiento de que el correcto uso del Código de Usuario y la Clave SOL que se me asignen es de mi plena responsabilidad como contribuyente o representante legal.

Firma del Contribuyente o su Representante Legal

..... de de

* CIE: Código de Inscripción del Empleador.
**CIP: Código de Identificación Personal.

RUBRO II: AUTORIZACIÓN A PERSONA QUE REALIZA EL TRÁMITE

Yo, identificado(a) con Apellidos y Nombres en mi calidad de Contribuyente/Representante Legal N° en mi calidad de Contribuyente/Representante Legal de con RUC N° Apellidos y Nombres o Razón o Denominación Social del Contribuyente BURELIZO a

..... Apellidos y Nombres de la persona a quien se autoriza identificado(a) con N° a presentar la Solicitud de Acceso a SOL que he firmado, recabar el correspondiente Código de Usuario y Clave SOL para acceder a dicho sistema y firmar la Constancia de Entrega de la Clave SOL.

4.3.3.FORMALIZACIÓN LABORAL

4.3.3.1. TIPO DE RÉGIMEN LABORAL

Régimen Especial de trabajadores de la Micro y Pequeña empresa

- Remuneración

Los trabajadores del régimen especial tienen derecho a percibir por lo menos la remuneración mínima vital (actualmente, S/.930.00), de conformidad con la Constitución y demás normas legales vigentes.

- Jornada de trabajo, horario de trabajo y trabajo en sobretiempo

La jornada de trabajo de los trabajadores de las MYPE es de ocho (08) horas diarias o cuarenta y ocho (48) semanales, al igual que el régimen laboral común.

Sin embargo, en los centros de trabajo cuya jornada laboral se desarrolle habitualmente en horario nocturno, no se aplicará la sobretasa del 35% de la remuneración vital prevista para el régimen común.

- Descanso semanal obligatorio

El descanso semanal obligatorio y el descanso en días feriados se rigen por las normas del régimen laboral común de la actividad privada.

- Descanso vacacional

El trabajador de las MYPE que cumpla el récord establecido en el artículo 10 del Decreto Legislativo N.º 713, Ley de consolidación de descansos remunerados de los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, tendrá derecho como mínimo, a quince (15) días calendario de descanso por cada año completo de servicios.



PERÚ Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

REGISTRO NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA
REMYPE
ACREDITACIÓN

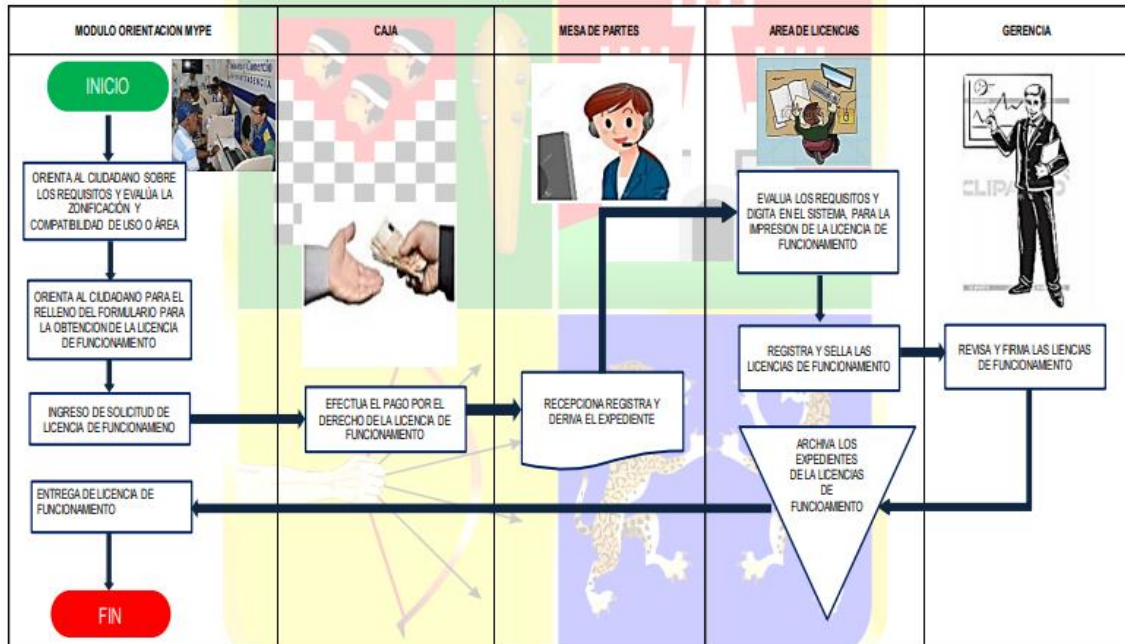
RUC N° :
 RAZÓN SOCIAL :
 Actividad Económica :
 CIU :
 Domicilio : -
 Distrito :
 Provincia :
 Departamento :
 Gerente General :
 Representante Legal :
 Queda acreditada como:
 Número de Registro - Solicitud de Inscripción REMYPE :
 Fecha de presentación - Solicitud de Inscripción REMYPE : //

PERÚ Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Esta acreditación es en base a la declaración jurada realizada en el sistema virtual del REMYPE por la empresa acreditada, la misma que se encuentra sujeta a una fiscalización posterior por parte de la Autoridad Administrativa de Trabajo. En caso de constatar fraude o falsedad en la declaración presentada por la empresa acreditada, la Autoridad Administrativa de Trabajo procederá a declarar nulo el registro. Asimismo, si la conducta se adecua a los supuestos delictivos contra la fe pública del Código Penal, este será remitido al Ministerio Público para que interponga la acción penal correspondiente, de conformidad con el Art. 338 de la Ley N° 27144.
La fecha de expedición de la Constancia de Acreditación al REMYPE, tiene efectos retroactivos a la fecha de presentación de la solicitud para la inscripción en el REMYPE, a efectos de acceder a los beneficios de las Micro y Pequeñas Empresas.
Fecha de Expedición : //

4.3.4.FORMALIZACIÓN MUNICIPAL

- Licencia de Funcionamiento:
Formulario para Licencia de Funcionamiento “Solicitud para Licencia de Funcionamiento y/o Anuncios Adosado a la Fachada”





MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCAYO
 LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO
 N° 01012 - 2017

OTORGADO A: ANO: 2000/01/01
 PERILABORAS RINOT Y SABON SUCISA
 Para el establecimiento ubicado en:
 PUNTA LOS RINOSLES 01

Razon Social:
 Domicilio:
 Telefono:
 Direccion de correo electronico:

Datos del Establecimiento:
 PRECUBA
 ORGANIZACION

MESA DE PARTES
 AREA DE LICENCIAS

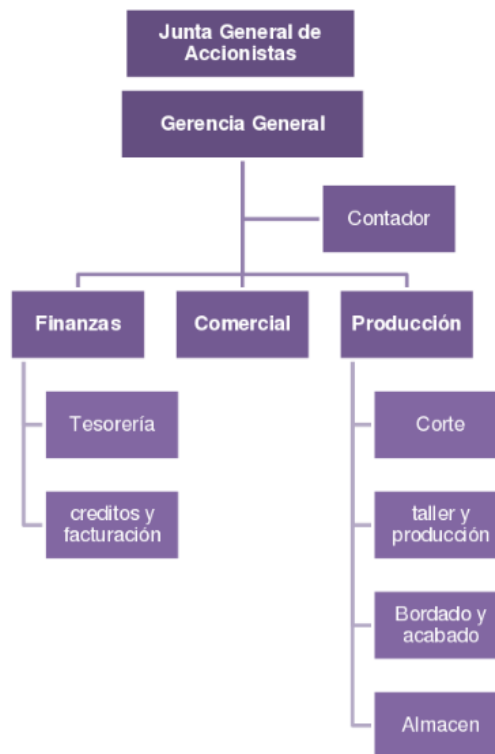
EXHIBIR EN UN LUGAR VISIBLE

4.4. PRESUPUESTO DE FORMALIZACIÓN

- 1) Revisión del modelo de Minuta que incluye: actividades económicas, capital social, funciones del representante legal entre otros
- 2) Búsqueda y Reserva de Nombre (S/22.00)
- 3) Llenar el formulario del Programa Mi Empresa (PRODUCE) para solicitar la redacción de la minuta de constitución (Precio: S/ 0.00)
- 4) Convenio con algunas notarías (con MiEmpresaPropia) para realizar la escritura pública (Precio exclusivo para alumnos S/ 95.00)
- 5) Costos de Registros Públicos 1.08% UIT + 3/1000 de Capital Social.
Por ejemplo: Si tu empresa tiene un capital social de S/10,000. El pago será S/.69.42
- 6) Inscripción en la SUNAT: (S/. 0.00)

Total: S/. 186.00

4.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL (ORGANIGRAMA)



5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.1. CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL

INVERSION INICIAL				
CONCEPTO	U.M.	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
1. ACTIVOS FIJOS				
I. MAQUINARIA Y EQUIPO				
MAQUINA DE COCER	un	4	S/720.00	S/2,880.00
MAQUINA REMALLADORA	un	2	S/550.00	S/1,100.00
COMPUTADORA	un	1	S/1,560.00	S/1,560.00
			SUBTOTAL	S/5,540.00
II. Muebles y Enseres				
Exhibidor	un	1	S/1,450.00	S/1,450.00
Mueble de Caja	un	1	S/420.00	S/420.00
Tablero Bordado	un	2	S/645.00	S/1,290.00
Mesa	un	4	S/90.00	S/360.00
Sillas	un	5	S/47.00	S/235.00
			SUBTOTAL	S/3,755.00
2. CAPITAL DE TRABAJO				
Costos Variables	mes		S/4,287.85	S/3,979.53
Costos Gastos Fijos	mes		S/2,497.48	S/2,689.15
			SUBTOTAL	S/6,668.68
3. GASTOS PREOPERATIVOS				
Búsqueda Mercantil	un	1	S/8.00	S/8.00
Minuta de Constitución	un	1	S/180.00	S/180.00
Escritura Publica	un	1	S/120.00	S/120.00
Inscripción de Reg. Publico	un	1	S/89.00	S/89.00
Obtención RUC	un	1	S/20.00	S/20.00
Licencia Municipal	un	1	S/140.00	S/140.00
			SUBTOTAL	S/557.00
TOTAL INVERSIONES				S/16,520.68

5.1.1. INTERPRETACIÓN DEL CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL

La inversión Inicial lo conforman principalmente Activos Fijos, entre ellos podemos notar que la maquinaria y equipo conforman el grupo con mayor costo por un total de s/. 5540.00 soles, por lo tanto, es lo más importante de la inversión inicial; luego encontramos a Muebles y Enseres siendo el segundo subgrupo más importante en nuestra inversión inicial con un total de s/. 3 755.00 soles.

Nuestros gastos preoperativos tienen un costo relativamente bajo, esto gracias a las facilidades de trámite que ahora se hacen usando plataformas virtuales de entidades públicas como SUNARP Y SUNAT que no solo suponen un ahorro de dinero sino también de tiempo, por ello estos gastos preoperativos usan un monto de s/. 557.00 soles.

Para poner en marcha el plan de negocio se requiere un monto de inversión inicial de s/. 16520.68 soles.

5.2. DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN

Depreciación de Activos				
Ítems	Tasa	Precio Total	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Máquina de cocer	10%	S/2,880.00	S/288.00	S/24.00
Maquina Remalladora	10%	S/1,100.00	S/110.00	S/9.17
Computadora	25%	S/1,560.00	S/390.00	S/32.50
Exhibidor	10%	S/1,450.00	S/145.00	S/12.08
Tablero de corte	10%	S/1,290.00	S/129.00	S/10.75
TOTAL			S/1,062.00	S/88.50

AMORTIZACION				
Ítems	Tasa	Precio Total	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Total gastos Preoperativos	10%	S/ 557.00	S/ 55.70	S/ 4.64

5.2.1. INTERPRETACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN Y LA AMORTIZACIÓN

Debido a la Ley de Impuesto a la Renta las tasas de depreciación están dadas por el porcentaje, para nuestros activos fijos anualmente la depreciación alcanza un monto de s/ 1062.00 soles, los activos que no fueron considerados es debido a su costo la ley menciona que para activos con un costo menor a $\frac{1}{4}$ de la UIT no es necesario depreciarlo y una amortización de s/ 55.70 soles anuales.

5.3. COSTOS FIJOS Y VARIABLES POR AÑO

PRODUCCIÓN ANUAL		10000
COSTOS VARIABLES ANUALES		
	Materia Prima	S/29,700.00
	Mano de Obra Directa	S/17,354.36
	Costos Indirectos de Fabricación	S/700.00
	TOTAL COSTO VARIABLE	S/47,754.36
COSTOS FIJOS ANUALES		
	Gastos de Promoción	S/150.00
	Depreciación y amortización	S/1,117.70
	gastos administrativos	S/20,574.10
	Suministros (agua, luz, telf.)	S/2,628.00
	Alquiler y limpieza	S/7,800.00
	TOTAL COSTO FIJO	S/32,269.80

5.3.1. INTERPRETACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Nuestros costos fijos suman un total de 32269.80 soles que es una cifra que puede reducirse, al no depender directamente del volumen de producción podemos buscar disminuir gastos administrativos o en los gastos de alquiler y limpieza.

Eso no ocurre con nuestros costos variables, que suman s/47754.36 soles estos dependen directamente de nuestro nivel de producción así que si buscamos reducirlo una opción es conseguir nuevos proveedores que ofrezcan un menor precio por las materias primas.

5.4. PROYECCIÓN DE VENTAS MES Y AÑO

Ventas estimadas por periodo						PRECIO DE VENTA						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	S/5.90						
PRECIO	S/ 5.90	S/5.90	S/ 5.90	S/ 5.90	S/ 5.90							
PERIODO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MENSUAL	4916.67	4916.67	4916.67	4916.67	4916.67	4916.67	4916.67	4916.67	4916.67	4916.67	4916.67	4916.67

5.4.1. INTERPRETACIÓN DE LA PROYECCIÓN DE VENTAS

Nuestra producción anual es de 10000 unidades, para ello nuestra distribución de ventas por mes bordea las 833 unidades al mes, eso no deja con unos ingresos mensuales de s/ 4917.00 soles, nuestro nivel de ventas no varía porque no creemos que haya estacionalidad para la compra de bolsas, sino que presenta una venta constante.

5.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

Un análisis de punto de equilibrio le indica la cantidad de ingresos que necesitará para cubrir sus gastos antes de que pueda lograr una ganancia. Para llevarlo a cabo, necesita saber cuáles son sus costos y sus ingresos por ventas:

CONCEPTO	
Precio de Venta	5.90
Costo Variable Unitario	4.78
Margen de Contribución	1.12
Proporción de Ventas	
Costos Fijos Totales	32,269.80
PUNTO DE EQUILIBRIO	28,695
PUNTO DE EQUILIBRIO SOLES (es el PE en Unds. X Precio)	S/32,268.99

5.5.1. INTERPRETACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El número de unidades a vender suman un total de 28695 bolsas de compra para que podamos cubrir nuestros costos variables y el resto serian ganancias.

5.6. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

Una vez identificado todos los ingresos y egresos del proyecto podemos terminar de construir el Flujo de Caja Económico. Esta será una herramienta muy importante para poder calcular la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

FLUJO DE CAJA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		S/118,000.00	S/119,062.00	S/120,133.56	S/121,214.76	S/122,305.69

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EGRESOS	S/18,844.51	S/107,910.09	S/108,592.51	S/109,281.08	S/109,975.85	S/110,676.87

-S/18,844.51	S/10,089.91	S/10,469.49	S/10,852.48	S/11,238.91	S/11,628.83
--------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

5.6.1. INTERPRETACIÓN DEL FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

Como se muestra en la tabla, nuestros ingresos son de s/ 10000.00 soles anuales aproximadamente, esto es porque el crecimiento esta una tasa de 0.9% anual.

5.7. INDICADORES DE RENTABILIDAD

5.7.1. VANE Y SU INTERPRETACIÓN

FLUJO DE CAJA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		S/118,000.00	S/119,062.00	S/120,133.56	S/121,214.76	S/122,305.69

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EGRESOS	S/18,844.51	S/107,910.09	S/108,592.51	S/109,281.08	S/109,975.85	S/110,676.87

-	S/18,844.51	S/10,089.91	S/10,469.49	S/10,852.48	S/11,238.91	S/11,628.83
		-S/8,754.59	S/1,714.89			

VAN=	S/1,962.08
-------------	-------------------

Interpretación: Actualizando el Flujo de Caja o de fondos de proyecto al año 0, utilizando como tasa de interés el COK a un 40%, el VAN e igual a s/. 1902.08 soles.

5.7.2. TIRE Y SU INTERPRETACIÓN

FLUJO DE CAJA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		S/118,000.00	S/119,062.00	S/120,133.56	S/121,214.76	S/122,305.69

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EGRESOS	S/18,844.51	S/107,910.09	S/108,592.51	S/109,281.08	S/109,975.85	S/110,676.87

	-					
	S/18,844.51	S/10,089.91	S/10,469.49	S/10,852.48	S/11,238.91	S/11,628.83
		-S/8,754.59	S/1,714.89			

VAN=	S/1,962.08
------	------------

TIR=	48%
-------------	------------

Interpretación: Al igualar el VAN a 0 se despeja la tasa de interés (TIR) igual al 48%, haciendo que sea un negocio aceptable ya que la TIR es mayor al COK.

5.7.3. BENEFICIO / COSTO Y SU INTERPRETACIÓN

FLUJO DE CAJA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		S/118,000.00	S/119,062.00	S/120,133.56	S/121,214.76	S/122,305.69

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EGRESOS	S/18,844.51	S/107,910.09	S/108,592.51	S/109,281.08	S/109,975.85	S/110,676.87

	-S/18,844.51	S/10,089.91	S/10,469.49	S/10,852.48	S/11,238.91	S/11,628.83
		-S/8,754.59	S/1,714.89			

VAN=	S/1,962.08
------	------------

TIR=	48%
------	-----

COK=	40%
------	-----

B/C=	$\frac{S/243,106.12}{S/171,685.15}$	1.42
-------------	---	-------------

Interpretación: El resultado de dividir el valor absoluto de los costos y los beneficios actualizados al valor presente que se actualizaron con la misma tasa de descuento llevo como resultado una ratio de Beneficio / Costo igual a 1.42, esto se traduce como por cada sol invertido obtenemos una ganancia de 0.42 soles.

5.7.4. PERIODO DE RECUPERO Y SU INTERPRETACIÓN

FLUJO DE CAJA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		S/118,000.00	S/119,062.00	S/120,133.56	S/121,214.76	S/122,305.69

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EGRESOS	S/18,844.51	S/107,910.09	S/108,592.51	S/109,281.08	S/109,975.85	S/110,676.87

	-S/18,844.51	S/10,089.91	S/10,469.49	S/10,852.48	S/11,238.91	S/11,628.83
		-S/8,754.59	S/1,714.89			

VAN=	S/1,962.08
-------------	------------

TIR=	48%
-------------	-----

COK=	40%
-------------	-----

$$B/C = \frac{S/243,106.12}{S/171,685.15} = 1.42$$

PR=	2.64
------------	------

2 AÑOS 7.68

7 MESES 20.4

21 DIAS

Interpretación: El número de años, meses y días requeridos para recuperar la inversión inicial es de 2 años, 7 meses y 21 días, mostrando un aspecto positivo del producto a los inversionistas, no solo en un lado cualitativo sino cuantitativo.

6. ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIAL POSITIVO DEL PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL

6.1. MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL POSITIVO

N°	Variables de impacto social positivo (ODS)	Distrital	Provincial	Regional	Nacional	Mundial	Puntaje
1	Erradicar la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	0	1	0	0	0	1
2	Poner fin al hambre, conseguir la seguridad alimentaria y una mejor nutrición, y promover la agricultura sostenible	0	0	0	0	0	0
3	Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos para todas las edades	1	2	0	0	0	3

4	Garantizar una educación de calidad inclusiva y equitativa, y promover las oportunidades de aprendizaje permanente para todos	0	0	0	0	0	0
5	Alcanzar la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas	0	0	0	0	0	0
6	Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos	0	0	0	0	0	0
7	Asegurar el acceso a energías asequibles, fiables, sostenibles y modernas para todos	0	0	0	0	0	0
8	Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos	0	0	0	0	0	0
9	Desarrollar infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación	0	0	0	0	0	0
10	Reducir las desigualdades entre países y dentro de ellos	0	0	0	0	0	0
11	Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	0	0	0	0	0	0
12	Garantizar las pautas de consumo y de producción sostenibles	3	4	1	0	0	8
13	Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos (tomando nota de los acuerdos adoptados en el foro de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático)	2	2	1	0	0	5
14	Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, mares y recursos marinos para lograr el desarrollo sostenible	1	1	0	0	0	2
15	Proteger, restaurar y promover la utilización sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar de manera sostenible los bosques, combatir la desertificación y detener y revertir la degradación de la tierra, y frenar la pérdida de diversidad biológica	0	0	0	0	0	0
16	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar acceso a la justicia para todos y crear instituciones	0	0	0	0	0	0

	eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles						
17	Fortalecer los medios de ejecución y reavivar la alianza mundial para el desarrollo sostenible	0	0	0	0	0	0
Total		7	10	2	0	0	19

Interpretación de los resultados:

- La suma horizontal de mayor valor recae en la ODS 12 Garantizar las pautas de consumo y de producción sostenibles, ese es el fin de nuestro producto, la bolsa de compras busca reducir el consumo de bolsas plásticas, ofreciendo calidad durabilidad y practicidad todo en una bolsa que se reduce a un llavero.
- La suma vertical de mayor valor, determinará el alcance del impacto social positivo de la propuesta, nuestro alcance es provincial y es justo el alcance que señala nuestro plan y nuestra segmentación esta hecha a nivel provincial.

7. CONCLUSIONES

- El producto toma impacto en la responsabilidad de producir de manera coherente con lo que se va a consumir, las empresas a grandes escalas generan ingresos porque introducen el consumo de un solo uso, con el producto logramos cambiar eso.
- Es posible llevar un bolso en la cartera mochila o incluso junto con las llaves para que cada vez que necesitemos uno lo tengamos al alcance de la mano y no tengamos que recurrir a comprar bolsas plásticas o bolsas de un costo mayor.
- El uso de yute como materia prima es lo que busca introducir al mercado y reducir el consumo de telas o tocuyo que al momento de su producción generan impacto en el medio ambiente.

8. SUGERENCIAS

- Todo producto debe tener un impacto visual poderoso, como medida a tomar en cuenta es el diseño del estampado, se debe incluirlo al proceso productivo y así llamar la atención de más consumidores.
- Recudir nuestros costos fijos ayudaría a disminuir nuestro costo unitario y poder incluir mas cosas al producto sin alterar el precio final de venta.

9. ANEXOS

9.1.FOTOS, COPIAS

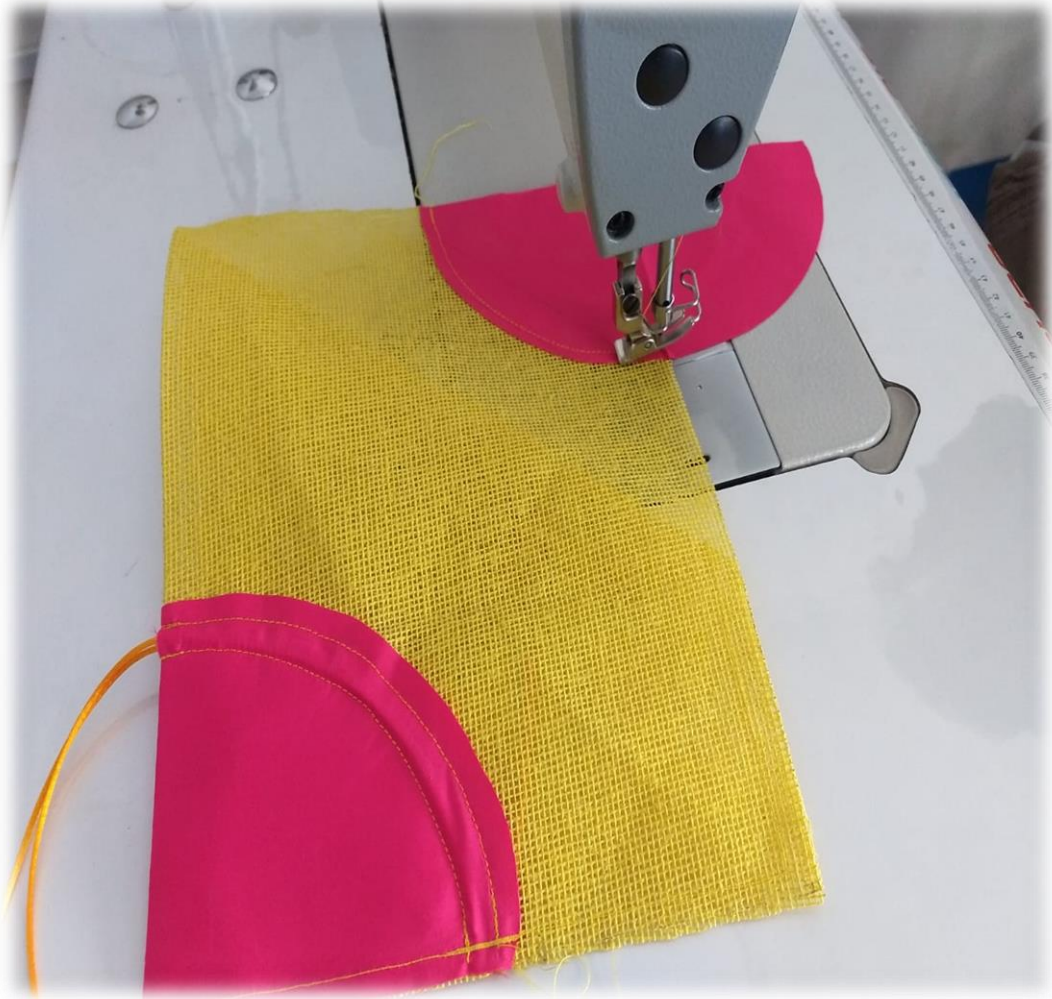
- ENCUESTAS





- **Producción de las bolsas de compra:**



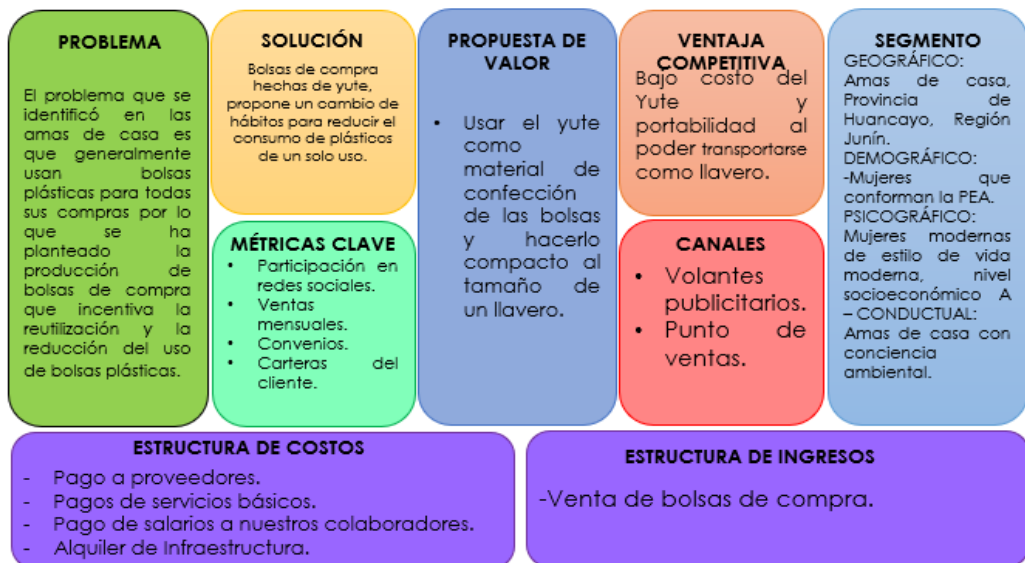


PRODUCTO FINAL



9.2. BUSINESS MODEL CANVAS

BOLSA DE COMPRA "WAYA"



10. BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

- Pontificia Universidad Católica del Perú, Clima de Cambios, Las bolsas biodegradables no son la solución. 2018.
- Diario sin fronteras, Centros comerciales se benefician con nuevo impuesto a las bolsas, 2019.
- Ministerio del Ambiente, Menos plástico más vida-cifras del Perú y el mundo.
- El Yute, un material ecológico para sustituir las bolsas de plástico
<https://www.deyute.com/sec/es/news/el-yute-un-material-ecologico-para-sustituir-las-bolsas-de-plastico-en-la-compra/22>
- Producción y comercialización de bolsas reutilizables en Lima Metropolitana, Alanya Cardenas, Flavio Alexander; Argandoña Mamani, Andre; Huaroto, Libio; Senador Alvarez, Vanessa Josefa; Timoteo Magno, Williams George, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), 2019.
- <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Huancayo/junin-caracterizacion.pdf>
- https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib1576/12TOMO_02.pdf
- https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib1530/libro.pdf
- https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib0015/cap-52.htm
- <https://www.fondoverde.org/>