



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

“PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA DE FUMIGACIÓN Y
DESINFECCIÓN - BIOFUMIG”

Trabajo de investigación para optar el Grado de Bachiller en:
Administración de Empresas

Presentado por:

Cajahuanca Mayta Jean Carlos (0000-0001-8712-9154)

Palomino Huachos Rosa Stephani (0000-0002-6207-8730)

Palpan Solorzano Giulianna Luz (0000-0002-4977-4440)

Rojas Rafael Anita Lucero (000-0002-9573-6277)

Lima – Perú

2020

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 28 / 07 /2020

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. Carlos Lenin Medina Sánchez

En el curso de:

Seminario de Tesis 1

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

“Plan de negocios de una empresa de fumigación y desinfección-BIOFUMIG”

Presentada por los estudiantes:

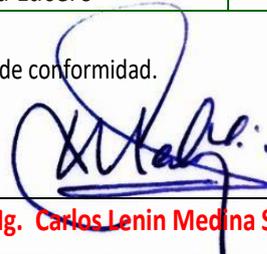
CÓDIGO	ALUMNO
100071227	Cajahuanca Mayta Jean Carlos
100071446	Palomino Huachos Rosa Stephani
100071329	Palpan Solorzano Giulianna Luz
100071589	Rojas Rafael Anita Lucero

Para optar al grado de Bachiller en: **Administración de Empresas** en la carrera de **Administración de Empresas**, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
100071227	Cajahuanca Mayta Jean Carlos	Aprobado (15)	Desaprobado (Nota)
100071446	Palomino Huachos Rosa Stephani	Aprobado (15)	Desaprobado (Nota)
100071329	Palpan Solorzano Giulianna Luz	Aprobado (15)	Desaprobado (Nota)
100071589	Rojas Rafael Anita Lucero	Aprobado (15)	Desaprobado (Nota)

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. Carlos Lenin Medina Sánchez

Índice general

Índice general	III
Índice de figuras	V
Índice de tablas	VI
Índice de anexos	VII
Resumen ejecutivo	VIII
Introducción	1
CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA	2
1.1. Análisis del entorno.....	2
1.2. Sondeo de Mercado.....	5
1.2.1. SondeodeMercadolocal.....	5
1.3. Análisis de la empresa.....	6
1.4. Plan estratégico de la empresa.....	9
1.4.1. Visión.....	9
1.4.2. Misión.....	9
1.4.3. Objetivos estratégicos.....	9
1.4.4. Estrategia del negocio.....	10
1.4.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva.....	10
1.5. Plan de Marketing.....	11
1.5.1. Objetivosdemarketing.....	11
1.5.2. Marketingmix.....	12
1.5.3. Descripcióndeproductooservicio.....	13
1.5.4. Estrategiadeprecio.....	13
1.5.5. Estrategiadedistribucióndeplaza.....	14

1.5.6.	Estrategia de promoción	14
1.5.7.	Estrategia de servicio al cliente postventa	15
1.5.8.	Estrategia de posicionamiento	15
1.6.	Plan de Operaciones.....	16
1.6.1.	Objetivos de operaciones	17
1.6.2.	Actividades previas al inicio de la producción.....	18
1.6.3.	Proceso de producción del bien o servicio	19
1.7.	Diseño de estructura y plan de recursos humanos.....	20
1.7.1.	Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal.....	20
1.7.2.	Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal.....	21
1.7.3.	Estrategias de motivación y desarrollo del personal	22
1.7.4.	Políticas de remuneraciones y compensaciones	24
1.8.	Plan financiero.....	26
1.8.1.	Historia financiera de la empresa	26
1.8.2.	Datos, supuestos y políticas económicas y financieras.....	27
1.8.3.	Plan de ventas de la empresa.....	27
1.8.4.	Análisis de costos	29
1.8.5.	Punto de equilibrio de la empresa.....	34
1.8.6.	Adquisición de materiales e insumos para la producción	35
1.8.7.	Inversión inicial	37
1.8.8.	Capital de trabajo	38
1.8.9.	Fuentes de financiamiento	38
1.8.10.	Proyección de flujo de caja.....	39
1.8.11.	Análisis de rentabilidad	40
1.8.12.	Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa	41
1.8.13.	Balance General proyectado de la empresa	42
1.8.14.	Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa	43
1.9.	Descripción del equipo gerencial de la empresa	44

Índice de figuras

Figura 1: Mapa de la Zona A de Huaycan-Ate-Lima	5
Figura 2: Procesos Operativos.....	16
Figura 3: Procesos Operativos.....	18
Figura 4: Procesos Operativos.....	19
Figura 5: Flujograma de Adquisición de Insumos y EPP de Biofumig	36
Figura 6: Organigrama de Biofumig	44

Índice de tablas

Tabla 1: Análisis DAFO.....	6
Tabla 2: Matriz EFl.....	7
Tabla 3: Matriz EFE.....	8
Tabla 4: Aplicación de las 7p's de la empresa Biofumig	12
Tabla 5: Proyección Mensual de Ventas	28
Tabla 6: Proyección Anual de Ventas	28
Tabla 7: Costos de Insumos.....	29
Tabla 8: Costos de EPP	29
Tabla 9: Costos de Equipos.....	30
Tabla 10: Costos de Muebles	30
Tabla 11: Costos de Publicidad.....	30
Tabla 12: Costos de Constitución de la Empresa	31
Tabla 13: Costos de Útiles de Escritorio	31
Tabla 14: Costos de Útiles de Limpieza	32
Tabla 15: Otros Costos	32
Tabla 16: Resumen de Costos Mensual	33
Tabla 17: Proyección de la Cantidad de Equilibrio	34
Tabla 18: Proyección de Ingreso de Equilibrio	34
Tabla 19: Insumos para realizar la Fumigación	35
Tabla 20: EPP para la seguridad del equipo de Fumigación.....	35
Tabla 21: Inversión Inicial.....	37
Tabla 22: Capital de trabajo	38
Tabla 23: Flujo de Caja Biofumig.....	39
Tabla 24: Flujo de Caja Biofumig.....	40
Tabla 25: Flujo de Caja Biofumig.....	41
Tabla 26: Balance General Biofumig	42
Tabla 27: Análisis de Sensibilidad de Biofumig	43

Índice de anexos

Anexo 1: ¿Alguna vez recurrió a algún servicio de Fumigación?	48
Anexo 2: ¿Utilizaría el servicio de fumigación?.....	49
Anexo 3: ¿Cuánto pagaría por el servicio de fumigación?	49
Anexo 4: ¿Qué aspecto considera importante del servicio?.....	50
Anexo 5: ¿En qué medio buscaría este tipo de servicio?	50
Anexo 6: ¿Qué tipo de fumigación desearía?	51
Anexo 7: ¿Cada cuánto solicitaría el servicio?	51
Anexo 8: ¿Considera importante el servicio?	52
Anexo 9: ¿En qué distrito vive?	53
Anexo 10: ¿Desearía que en su distrito se realice el servicio de fumigación?.....	53

Resumen ejecutivo

El presente plan de negocios se crea en el año 2020 por 4 estudiantes de la carrera Administración de Empresas del IX Ciclo, es planteada en base a lo que se está viviendo a nivel nacional e internacional con la pandemia Covid-19.

Biofumig está dedicada a la fumigación y desinfección, enfocándose en la zona A de Huaycan-Ate Vitarte-Lima, se realizó un análisis del entorno, tanto macro-micro entorno donde se tuvo en cuenta los competidores de la zona, llegando así a no encontrar ningún competidor o empresa similar en la zona, se realizó el análisis del cliente al que ira dirigido, un análisis estratégico, estrategias de la empresa que determinara que es lo que queremos lograr a corto y largo plazo, como debemos trabajar para lograr el objetivo que es abarcar distintos mercados así generar mayor rentabilidad, inculcando a los trabajadores a preservar el medio ambiente

Se planto el análisis FODA donde se tuvo en cuenta Fortaleza, Oportunidad, Debilidad y Amenazas, que posteriormente nos ayudó para realizar la matriz EFI, EFE, que son de suma importancia para Biofumig ya que ayudo a identificar como se encuentra a nivel de sus competidores fuera de la zona de Huaycan. Se plantearon estrategias para el reclutamiento del trabajador, para las operaciones que nos ayudaran en el transcurso de la ejecución del proyecto. Finalmente fijamos el análisis financiero, para tener en cuenta la inversión y el retorno de esta.

Executive Summary

This business plan is created in 2020 by 4 students of the Business Administration career of the IX Cycle, it is proposed based on what is being experienced nationally and internationally with the Covid-19 pandemic.

Biofumig is dedicated to fumigation and disinfection, focusing on zone A of Huaycan-Ate Vitarte-Lima, an analysis of the environment was carried out, both macro-micro environment where the competitors in the area were taken into account, thus not finding No competitor or similar company in the area, an analysis of the client to which it will be directed was carried out, a strategic analysis, company strategies that will determine what we want to achieve in the short and long term, how we must work to achieve the objective that is to cover different markets and thus generate greater profitability, instilling workers to preserve the environment

The SWOT analysis was planted where Strength, Opportunity, Weakness and Threats were taken into account, which later helped us to make the EFI, EFE matrix, which are of the utmost importance for Biofumig since it helped to identify how it is at the level of its competitors outside the Huaycan area. Strategies were proposed for the recruitment of the worker, for the operations that would help us during the execution of the project. Finally, we set the financial analysis, to take into account the investment and its return.

Introducción

Actualmente nos encontramos en una pandemia global que afecta el ámbito laboral, tanto trabajadores como empleadores de rubros que no pertenece productos y/o servicios de primera necesidad.

Esta situación no llevo a elaborar un plan de negocios de una empresa que sea necesaria y vital para estos casos, por ello se plantea la empresa de fumigación y desinfección Biofumig.

Debido a la ello la población ha tomado más conciencia con la limpieza y cuidados de su hogar y evitar que afecte a la salud, siendo el servicio de fumigación y desinfección más solicitado, es donde nace la idea de emprender de 4 estudiantes la empresa Biofumig, planteándose así realizar un análisis del rubro, determinando enfocarse en la zona de Huaycan, lugar donde no existe aún una empresa dedicada a este servicio.

Para ello se realizó un análisis del entorno de la empresa, donde se identificó como está el macro entorno en cuanto al rubro, de la misma manera se analizó las fortalezas y debilidades que ayudara aprovechar las oportunidades y superar a las amenazas.

CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

1.1. Análisis del entorno

La empresa Biofumig, es una empresa de fumigación y desinfección. Se creo 13 de abril del 2020 debido a la coyuntura del covid-19, por un grupo de 4 estudiantes que emprendieron este proyecto, preocupados por el bienestar de los pobladores, así mismo el precio del servicio se ofrece acorde al mercado y accesible para todos los consumidores. Contaremos con un local para la instalación de almacén de los equipos y productos a usar para la fumigación y desinfección, la instalación del área de Marketing (atención al cliente), instalación del área de Administración, instalación del área de Recursos Humanos y la instalación del área de Logística, en las cuales cada área tendrá una función específica a realizar dentro de la empresa Biofumig:

Logística, se encargará de las compras de los insumos como son los desinfectantes, insecticidas, entre otros y los equipos de protección personal (EPP)

Marketing, se encargará de la publicidad virtual, a través de las redes sociales páginas web, así mismo del trato y relaciones con los clientes implementando el sistema CRM para la mejora y fidelización con los consumidores.

Administración, se encargará de la planificación, organización, dirección, control de actividades que realizará la empresa.

Recursos Humanos, se encargará reclutar y seleccionar al personal adecuado para el puesto de trabajo, seguimiento al personal, así mismo se encargará de realizar capacitaciones.

Análisis PEST

Aspecto Político

En el rubro de fumigación y desinfección se cuenta con el órgano técnico normativo, DIGESA (Dirección General de Salud Ambiental), quien otorga un certificado de libre comercialización, posteriormente la autorización sanitaria de desinfectantes o plaguicidas, para poder fabricar, importar o comercializar estos productos.

Y SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Agraria), será la institución que nos otorgará la autorización para realizar nuestras actividades.

Aspecto Económico

Perú es un país considerado en tercer lugar en cuanto los emprendimientos según el índice de Actividad Emprendedora Temprana.

Sin embargo, a la coyuntura en la que vivimos la economía se vio afectada y hubo paralización de los sectores económicos.

Según el Instituto Peruano de Economía (IPE) “se observa que en algunos sectores como agropecuario, hidrocarburos, comercio y servicios se vienen impulsando medidas orientadas a la mitigación del impacto económico de esta coyuntura.

Mientras que en otros sectores como construcción y turismo ya se están proponiendo medidas para la reanudación de las actividades una vez que terminen las medidas de emergencia”.

Aspecto Social

Debido a la coyuntura actual en el que vive el país, la población tomó conciencia en lo necesario de la limpieza de espacios cerrados como sus casas y espacios abiertos que está sujeta al peligro la población como mercados, estacionamientos, parques, etc. Tomando así iniciativa por el estado peruano, municipalidades y la población se solicita el servicio de fumigación y desinfección para los hogares, centros de labores, instituciones públicas, buses, estaciones, entre otros.

Aspecto Tecnológico

Actualmente la tecnología tiene un impacto en la sociedad, a su vez aportando para que nuestro día a día sea más fácil.

La implementación de la tecnología en las empresas también tuvo un gran impacto en la sociedad como es la comunicación, la relación de cliente y empresa, así como también en la productividad, en este caso con los equipos que se utilizaron para la fumigación y desinfección por ejemplo la máquina fumigadora, entre otros que nos ayudaron como empresa a entregar un servicio de calidad para lograr clientes satisfechos.

1.2. Sondeo de Mercado

1.2.1. Sondeo de Mercado local

Clientes

La demanda es amplia para el servicio de desinfección y fumigación. Biofumig se enfocará en la zona A de Huaycan, entre ellas (oficinas, locales y viviendas)

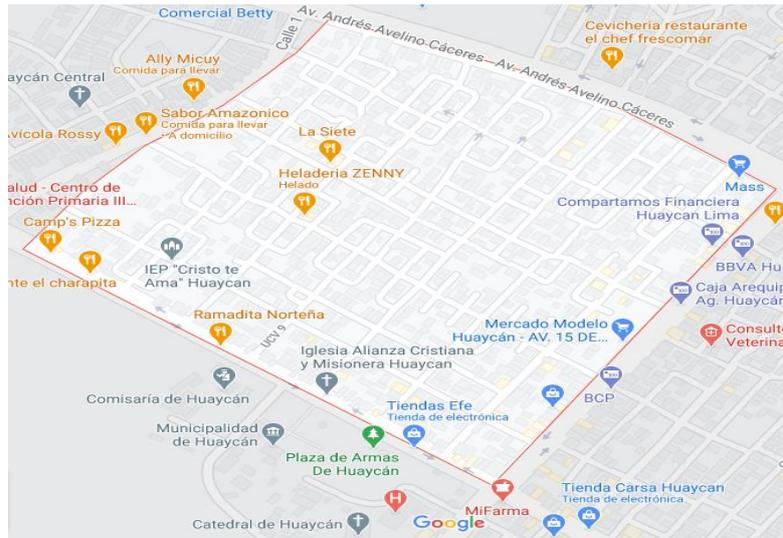


Figura 1: Mapa de la Zona A de Huaycan-Ate-Lima

Competidores

Si bien es cierto no existe el servicio de Fumigación y Desinfección en la zona A de Huaycan, donde nos enfocaremos, encontramos competidores cercanos a Huaycan como Ate Vitarte, las cuales cuentan con varios años en el mercado.



Imágenes referenciales

1.3. Análisis de la empresa

Análisis DAFO

FODA

FORTALEZAS

- Personal calificado
- Equipos de fumigación y desinfección especializados
- Precios accesibles
- El servicio se adapte a sus necesidades
- Ofrece servicio con seguridad para su familia

DEBILIDADES

- Ser nuevo en el mercado
- Falta de experiencia en el mercado
- Poco presupuesto
- Costo de equipos y el personal calificado
- Poco conocimiento de materiales que se usara

OPORTUNIDADES

- Demanda actual del servicio
- El mercado amplio para ofrecer el servicio
- Avance de la tecnología (en cuanto a los equipos que se utiliza para el servicio)
- Ampliar el servicio
- Fidelización de clientes

AMENAZAS

- Competidores del mismo rubro
 - Ingreso de nuevos competidores
 - Desconocimiento de proveedores
 - Cambio de políticas por parte de DIGESA Y SENASA
 - Competidores con mayor experiencia en el rubro
-

Tabla 1: Análisis DAFO

Fuente: elaboración propia

Matriz EFI

Factores Internos	Peso	Calificación	Valor Ponderado
Fortalezas			
1.- Personal calificado	0.1	4	0.4
2.- Equipos de fumigación y desinfección especializados	0.09	3	0.27
3.- Precios accesibles	0.1	3	0.3
4.-El servicio se adapte a sus necesidades	0.1	4	0.4
5.- Ofrece servicio con seguridad para su familia	0.12	4	0.48
Debilidades			
1.- Ser nuevo en el mercado	0.15	1	0.15
2.- Falta de experiencia en el mercado	0.12	2	0.24
3.- Poco presupuesto	0.06	2	0.12
4.- Costo de equipos y el personal calificado	0.1	1	0.1
5.- Poco conocimiento de materiales que se usara	0.06	2	0.12
Total	1	-	2.58

Tabla 2: Matriz EFI

Fuente: elaboración propia

Interpretación, Se obtiene un puntaje de 2.58 lo cual la empresa muestra una posición fuerte interna. Resaltando con mayor valor ponderado en las fortalezas que son el servicio que se ofrece con seguridad, el personal calificado y servicio que se adapte a las necesidades, sin embargo, no pasa desapercibido el valor ponderado mayor en cuanto a las debilidades que es la falta de experiencia en el

mercado, la cual se tomará acciones para tener conocimiento en el rubro y poder ganar experiencia.

Matriz EFE

Factores Externos	Peso	Calificación	Valor Ponderado
Oportunidades			
1.- Demanda actual del servicio	0.1	3	0.3
2.- El mercado amplio para ofrecer el servicio	0.09	3	0.27
3.- Avance de la tecnología (en cuanto a los equipos que se utiliza para el servicio)	0.08	3	0.24
4.- Ampliar el servicio	0.12	3	0.36
5.- Fidelización de clientes	0.12	3	0.36
Amenazas			
1.- Competidores del mismo rubro Competidores con mayor experiencia en el rubro	0.13	2	0.26
2.- Ingreso de nuevos competidores	0.12	2	0.24
3.- Desconocimiento de proveedores	0.06	2	0.12
4.- Cambio de políticas por parte de DIGESA Y SENASA	0.12	1	0.12
5.- Competidores con mayor experiencia en el rubro	0.06	2	0.12
Total	1	-	2.39

Tabla 3: Matriz EFE

Fuente: elaboración propia

Interpretación, Se obtiene un puntaje de 2.39, lo cual la empresa muestra una posición débil, sin embargo, el valor ponderado de las oportunidades (1.53) muestran un mayor puntaje frente a las debilidades, que representa un entorno

externo favorable, pero no por ello pasara desapercibido las amenazas la cual se plantearán estrategias para enfrentar dichos factores.

1.4. Plan estratégico de la empresa

1.4.1. Visión

Ser una empresa líder en el servicio de desinfección y fumigación, como control de plagas urbanas. Consolidando la confianza con los clientes al hacer uso de los insumos con alta estándar de calidad, conservando siempre el medio ambiente.

1.4.2. Misión

Biofumig está enfocado en las familias (viviendas) y lugares de trabajo (oficinas y/o locales), ofreciendo el servicio de desinfección y fumigación con el uso de la tecnología disponible, los insumos con alto estándar de calidad, respaldado con el personal altamente calificado y con clara conciencia de la conservación del medio ambiente.

1.4.3. Objetivos estratégicos

Biofumig se plantea los siguientes objetivos, teniendo en cuenta sean claros, medibles y alcanzables:

- Diversificar el servicio en los próximos 3 años.
- Implementar acciones para el aumento de ventas (Marketing) en el primer trimestre.
- Desarrollar relaciones cercanas con los trabajadores, para que se identifiquen con la empresa y nombre Biofumig.

-Crear relaciones cercanas con los clientes, implementado el CRM en el segundo semestre.

1.4.4. Estrategia del negocio

Para Biofumig plantear estrategia de negocio permitirá posicionarse en el mercado, obtener beneficios económicos y expansión en el mercado. Para ello nos basaremos en el personal calificado tanto la parte administrativa como operativa.

-Elaborar un plan financiero de los primeros 5 años.

-Plantear alianzas estrategias así abarcar más el mercado.

-Garantizar el alto estándar de los insumos a usar para la desinfección y fumigación.

-Garantizar la calidad de servicio a los clientes, logrando la fidelización.

-Hacer uso de la tecnología (redes sociales) para la publicidad del servicio.

1.4.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva

-**Ubicación de la empresa**, Biofumig será la primera empresa de desinfección y fumigación establecida en la zona A de Huaycan.

-**Precio accesible**, Biofumig ofrece un precio de accesible y/o acorde al mercado en el servicio de desinfección y fumigación.

-**Tecnología**, utilización de equipos en última tecnología disponible para el servicio de desinfección y fumigación.

-**Servicio de calidad**, atención personalizada para los clientes, como un buen trato, información del cliente usando el sistema CRM y seguimiento de post venta para la mejora continua de la empresa.

1.5. Plan de Marketing

1.5.1. Objetivos de marketing

Al plantear los objetivos de marketing de la empresa Biofumig, nos basaremos en el personal(es) calificado(s) del área de Marketing con conocimiento en estudio de mercado, conocimiento en publicidad como el manejo de las redes sociales como realizar páginas web y tráfico en ellas, entre otros conocimientos que ayudara al desarrollo de Biofumig, también se tendrá en cuenta las características de los objetivos, que sea específico, medible, alcanzable, realista y con un tiempo determinado a lograrlo:

-Captar nuevos clientes en las distintas zonas de Huaycan y fuera de Huaycan, ya sea usando la publicidad en las redes sociales, visitando los distintos lugares mostrando el trabajo y la calidad que se ofrece, mostrar testimonios de los clientes ya atendidos, entre otras acciones, durante el segundo semestre.

-Hacer uso extensivo, a su vez invertir en las redes sociales (Facebook, WhatsApp, entre otros) como el tráfico de la página web, al iniciar el proyecto que será durante el primer trimestre.

-Desarrollar estudios de mercado para diversificar el servicio (ventas o alquiler de equipos para desinfección y fumigación, venta de insumos para la desinfección y fumigación) en los próximos 3 años.

1.5.2. Marketing mix

El marketing mix aplicado para la empresa Biofumig será el de las 7p's dado que ofrece un servicio, se considerará lo siguiente:

Aplicación de las 7p's de la empresa Biofumig

Producto	Biofumig ofrece un servicio de desinfección y fumigación.
Precio	
Promoción	Se hará uso de las redes sociales y una página web para dar a conocer nuestro servicio.
Plaza	Biofumig contará con: -Plaza física: local donde se instalará las distintas áreas y almacén para los equipos e insumos. -Plaza virtual: las redes sociales y la página web.
Personas	Biofumig contará con personal calificado tanto en la parte operativa y administrativa, que serán capacitados con el fin de potenciar sus conocimientos y habilidades para brindar un servicio y trato a los clientes.
Procesos	-Seguimiento a los clientes después del servicio. -Mantener información del cliente mediante el sistema CRM. -Atender dudas y consultas de los clientes.
Posicionamiento	Biofumig se posicionará por: -Ubicación geográfica (ser los primeros en Huaycan) -Precio accesible -Tecnología -Servicio de Calidad

Tabla 4: Aplicación de las 7p's de la empresa Biofumig

Fuente: Elaboración propia

1.5.3. Descripción de producto o servicio

Biofumig ofrece el servicio de desinfección y fumigación, enfocándonos en la zona A de Huaycan tanto para viviendas, oficinas y locales. Servicio a precio accesible acorde al mercado haciendo uso de insumos de alto estándar de calidad, conservando el medio ambiente, con un personal calificado y con capacitaciones continuas para potenciar su conocimiento y habilidades, también capacitaciones relacionados a la seguridad e importancia de los equipos de protección personal (EPP) al hacer contacto con los insumos de desinfección y fumigación.

1.5.4. Estrategia de precio

Para plantear el precio no basamos a la estrategia de:

-Se analizará los costos tanto directos e indirectos, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos operativos, entre otros para definir y plantear el precio al consumidor en la siguiente estrategia (encuestas).

-Se fijará acorde del mercado sin afectar los costos en caso sea necesario se ajustará los costos para no perjudicar a la estrategia siguiente (encuestas)

-La estrategia anterior será aplicada al iniciar el negocio para lograr que reconozcan los consumidores la calidad del servicio para posteriormente aplicar el precio según a lo que ofrecemos. -Encuestas virtuales, donde se planteaba a que precio serio aceptable tanto para la persona que desee el servicio para su

vivienda, para su oficina y local. Definiendo así 3 precios para cada uno de los lugares que desee el servicio.

1.5.5. Estrategia de distribución de plaza

-La estrategia de plaza física de Biofumig es estar ubicado en Huaycan, específicamente en la Zona A Av. 15 de Julio, por la concurrencia de personas y cercanía a locales, lugares de trabajo como oficinas.

-La estrategia de plaza virtual de Biofumig será dar a conocer nuestro servicio, mediante publicaciones de precios, promociones, mantener una comunicación con el público enviando mensajes para atender sus consultas, a su vez enviar las promociones y precios haciendo uso de las redes sociales y correo electrónico.

1.5.6. Estrategia de promoción

-Se implementará una página web, donde se especificará el tipo de servicio, dirección exacta, numero para mantenernos en contacto con los clientes e información llamativa y fácil de entender, con acceso para todo equipo celular, donde podrán registrar sus datos y dejar si requieren alguna información.

-Se contrata un personal calificado en el área de Marketing con conocimientos y habilidades para el manejo de las redes sociales que publicarán anuncios de la empresa a la vez responderán las consultas del público.

-Implementaremos la publicidad física mediante anuncios en los locales, oficinas y de nuestros proveedores de equipos e insumos para la desinfección y fumigación.

1.5.7. Estrategia de servicio al cliente o postventa

Biofumig fortalecerá la relación con cliente durante y después del servicio para plantear las siguientes estrategias:

-Capacitaciones continuas al personal administrativo y operativo para dar un buen trato al cliente.

-Durante el servicio evitar que se sienta un numero de más en la lista de clientes de la empresa dando un servicio personalizado, atendiendo sus dudas y escuchando sus recomendaciones de manera inmediata, con ello lograremos tener la confianza del cliente.

-Seguimiento a los clientes mediante las redes sociales, mensajes al correo electrónico, llamadas para poder brindar el servicio cuando ya se requiera las siguientes sesiones de desinfección y fumigación.

1.5.8. Estrategia de posicionamiento

-Implementación de la tecnología accesible en equipos para ejecutar el servicio de la mejor manera y el cliente quede satisfecho para volver a requerir y recomendar nuestro servicio.

-Plantear los precios accesibles acorde a los competidores, así evitar que el cliente elija al competidor solo por el precio, esto nos ayudara a que conozcan nuestro servicio y se fidelicen con Biofumig.

-Ofrecer un servicio de calidad, con la tecnología en los equipos, el trato personalizado y los precios accesibles, ayudara a que el cliente vuelva a elegirnos y recomiende nuestro servicio.

1.6. Plan de Operaciones

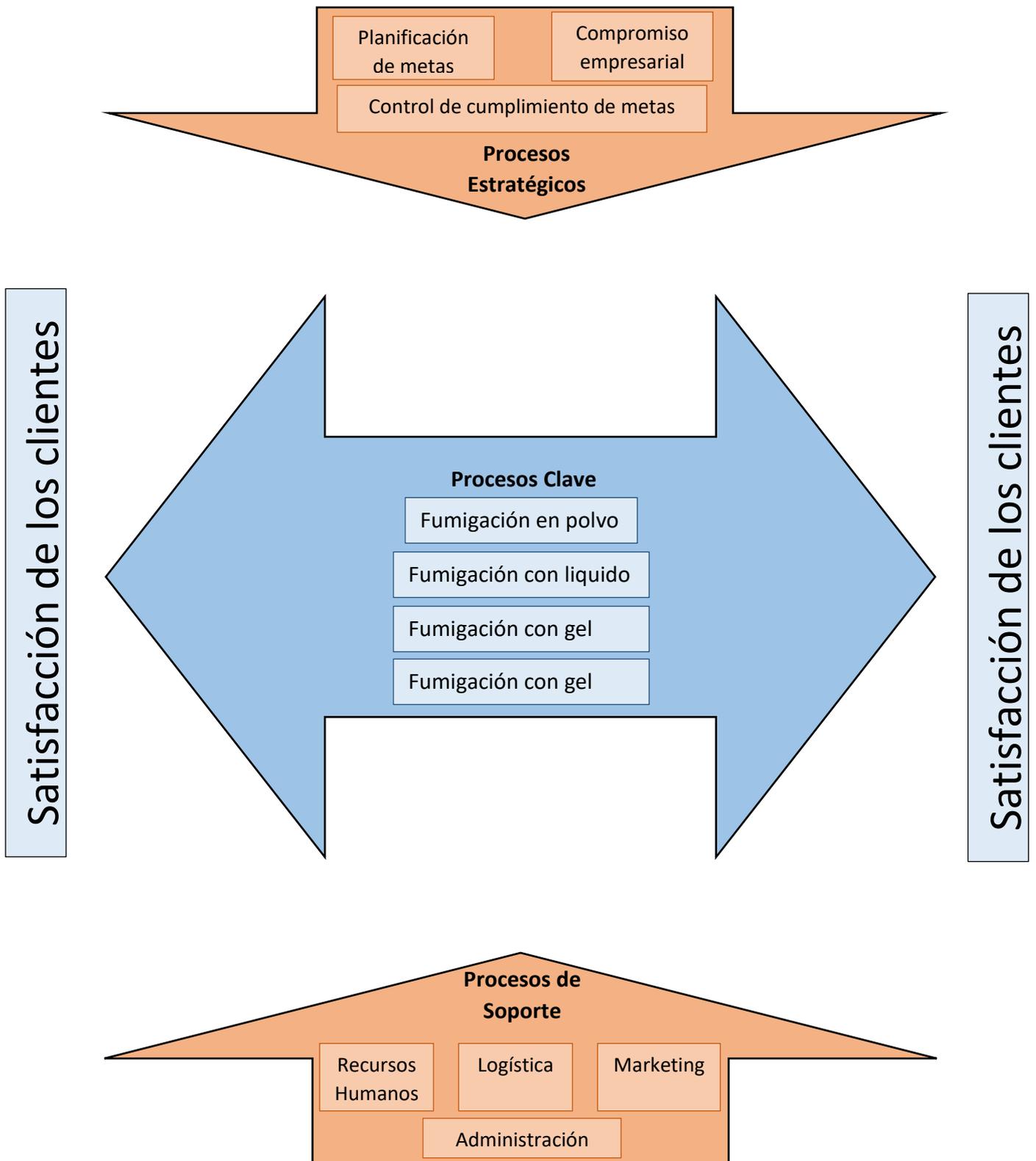


Figura 2: Procesos Operativos

Fuente: Elaboración Propia

1.6.1. Objetivos de operaciones

Los objetivos de operaciones de Biofumig se basarán en el costo, calidad, entrega y flexibilidad con el único fin de satisfacer y cumplir con las expectativas de los consumidores.

-Ajustar los costos de los equipos de protección personal e insumos, buscando proveedores con el criterio de un precio accesible y calidad.

-Mantener un servicio de calidad en la fumigación y atención al cliente por la parte administrativa.

-Cumplir el servicio en la fecha pactada ayudara a formar la confianza con el cliente. También parte de esto será:

-Gestionar a nuestros proveedores exigiendo ciertos criterios de los insumos que nos ofrecerán.

-Obtener mayor rendimiento en cada servicio ofrecido.

1.6.2. Actividades previas al inicio de la producción

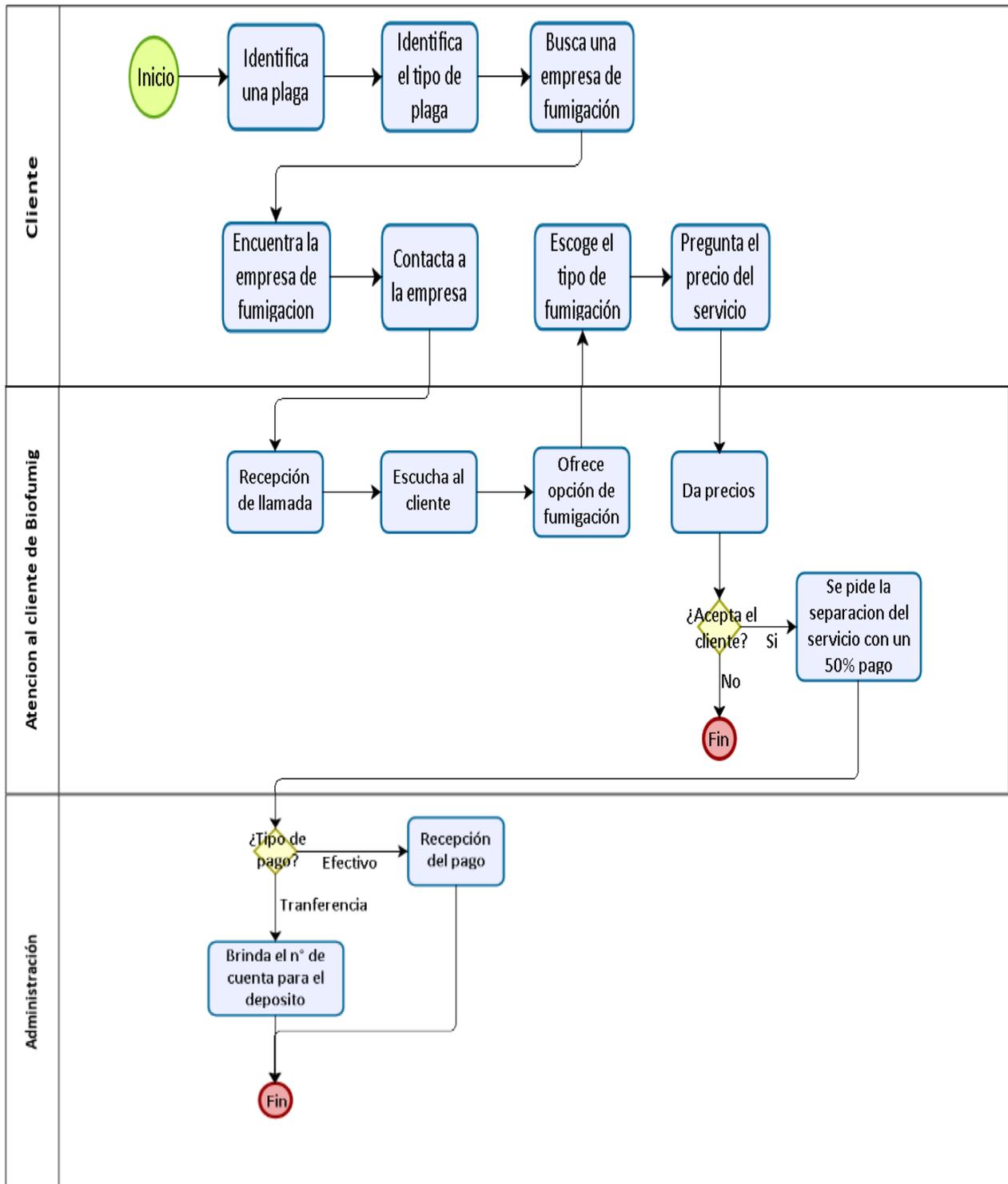


Figura 3: Procesos Operativos

Fuente: Elaboración Propia

1.6.3. Proceso de producción del bien o servicio

Proceso productivo de Biofumig:

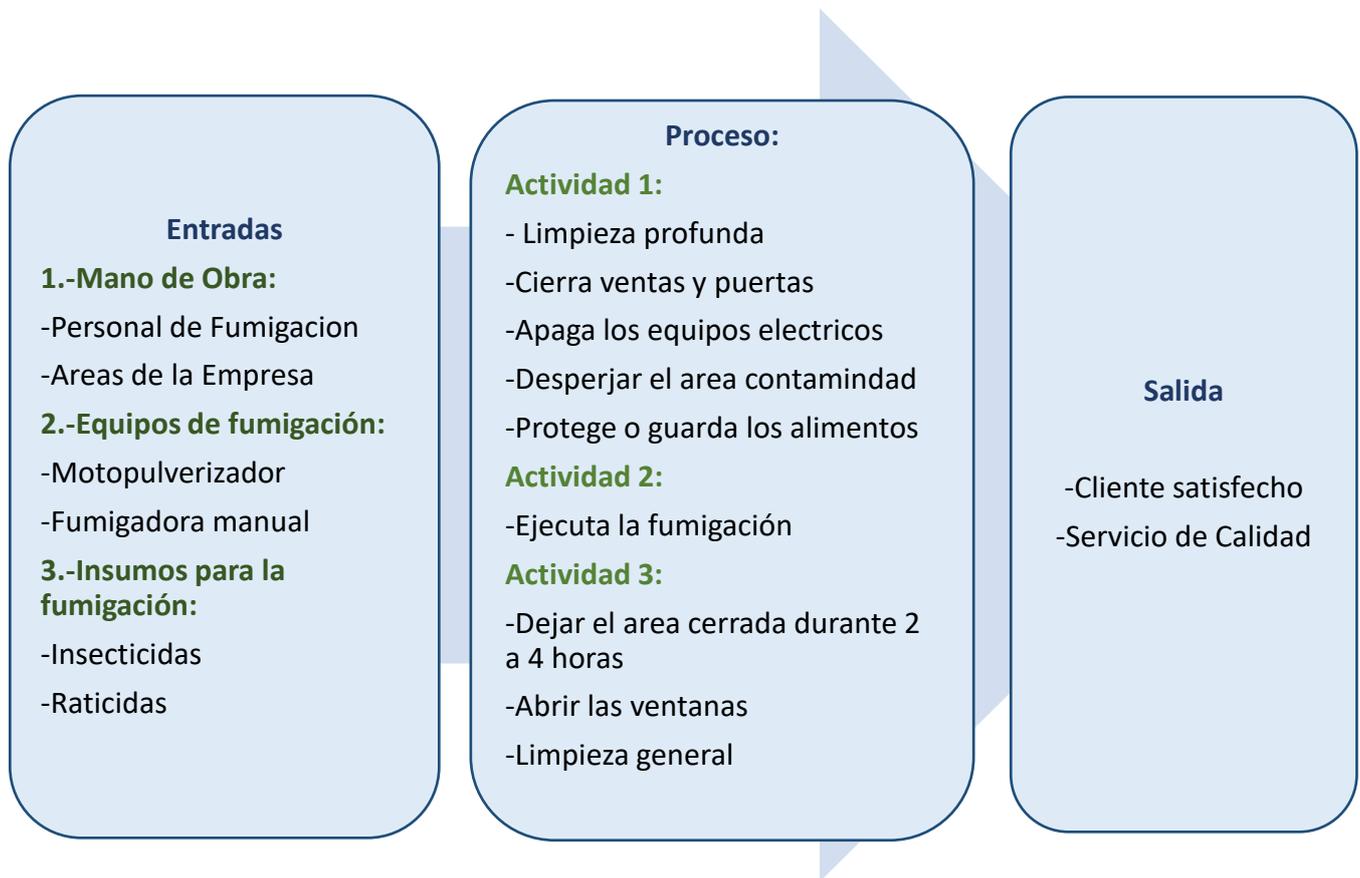


Figura 4: Procesos Operativos

Fuente: Elaboración Propia

1.7. Diseño de estructura y plan de recursos humanos

1.7.1. Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal

Estrategia de Reclutamiento, Biofumig será una empresa transparente, responsable y respetuosa así atraer personas con talento, se considera las siguientes estrategias para ello:

-Hacer uso de la tecnología, como las redes sociales, anunciar los puestos disponibles en LinkedIn, tener cuenta en las bolsas como herramienta, para tener información inmediata del Curriculum Vitae de los postulantes.

-Especificar el perfil y funciones, para limitar la cantidad de personas que se presenten y sea rápido el proceso de selección.

-Especificar el sueldo, beneficios y el horario manera clara y precisa para iniciar una buena relación laboral y no tener inconvenientes a futuro.

Estrategia de Selección, ayudara a Biofumig a seleccionar las personas correctas para desempeñar en los puestos disponibles.

- Observar sus actitudes durante la entrevista

-Conocer y reconocer conocimientos y habilidades del postulante.

-Tomar en cuenta las referencias de empresas anteriores que haya laborado.

-Poner a prueba una semana de trabajo en el área que se desempeñara, ayudara a observar sus actitudes, si es capaz de desarrollar trabajo en equipo, si tiene empatía, proactivo, entre otras actitudes.

Estrategia de contratación del personal, se llevará a cabo la contratación después de haber pasado de manera correcta y transparente el reclutamiento y selección.

- Se verificará de manera minuciosa sus documentos solicitados, así evitar que pueda tener antecedentes o algún problema.

-Se agilizará el proceso de afiliación del personal así evitar incomodidades por parte de la empresa y el personal.

-Firmara contrato después de la semana de prueba, para evitar inconvenientes a futuro.

-Realizar una bienvenida a todos los personales nuevos así puedan conocer y familiares a los trabajadores que viene trabajando ya con la empresa.

1.7.2. Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal

Estrategia de inducción:

-Se desarrollará para que cada personal conozca las políticas, normas y valores de la empresa.

-Ejecutara cursos obligatorios para el ingreso de la parte operativa (fumigadores) que puedan conocer los peligros al usar los insumos de fumigación, la importancia de usa los equipos de protección personal.

-Ejecutar cursos obligatorios también para el ingreso de la parte operativa (fumigadores), el manejo de los equipos, tanto teórico y práctico.

Estrategia de capacitación, Biofumig desarrollara capacitación de manera continua, así evitar incidentes o accidentes tanto en oficina o cuando se esté desarrollando las actividades de fumigación.

-Evaluar las necesidades del entorno interno y externo de la empresa para poder escoger un tema a tratar y programar las capacitaciones.

-Presentar cada área un informe de todo lo trabajado, ver sus logros, errores y así mejorar de manera continua.

Estrategia de evaluación de personal:

-Se llevará a cabo la contratación después de haber pasado de manera adecuada y cumpliendo las anteriores estrategias.

-Pasará una rigurosa prueba de análisis examen en el se evalúa sus habilidades y conocimientos acerca del puesto de trabajo en el que estará.

-Como estrategia dentro de la contratación será la agilización de papeleos para la afiliación del trabajador.

1.7.3. Estrategias de motivación y desarrollo del personal

-Serán reconocidos como trabajadores del mes.

-En lo económico ganaran cuotas adicionales, por prestar servicios de fumigación mas de lo previsto a los hogares u oficinas. Considerar la opinión de nuestros trabajadores.

- Mostrar interés en el trabajo que desarrollan ayudara que se sientan en un ambiente laboral cómodo.
- Facilitar los recursos necesarios para que se puedan desempeñar en su trabajo.
- Considerar la opinión de nuestros trabajadores.
- Ubicarlos en el puesto correcto, identificando sus habilidades sabremos que podrán desenvolverse mejor en su actividad asignada.
- Para su crecimiento personal también tendrán que rotar y pasar por cada área para descubrir y/o desarrollar sus habilidades.
- Se aplicará retroalimentación de las fallas que puedan tener en el camino.
- Mostrar interés en el trabajo que desarrollan ayudara que se sientan en un ambiente laboral cómodo.
- Crear una comunicación fluida y clara con nuestros trabajadores para que puedan expresar sus incomodidades o dudas con la confianza de ser entendidos y no ser juzgados.
- Establecer metas realistas y motivadoras para nuestro trabajador.
- Brindarles la posibilidad de crecer profesionalmente a través de la experiencia y las capacitaciones constantes.
- Promover el trabajo en equipo para mejorar le ambiente laboral y las relaciones interpersonales.
- Desarrollar y hacer crecer las fortalezas de cada trabajador.

1.7.4. Políticas de remuneraciones y compensaciones

Jornada de trabajo

-El trabajo que se realizará en Biofumig será de 8 por día que hacen 48 horas por semana.

-Tendrán un horario intermedio para refrigerio que no debe ser menos de 45 minutos y serán en horarios como el desayuno, almuerzo y será fuera del horario de trabajo (8 horas), eso lo establecerán los empleadores.

-Las horas extras excederán a la jornada vigente, es voluntaria y pagada al mismo tiempo que se pagara el sueldo, serán contadas antes de la hora de ingreso y después del horario de salida. Las dos primeras horas extras se paga con un recargo de 25% y 35% a partir desde la tercera hora extra, aplicadas en función del valor de la hora de remuneración.

-Todo trabajador tiene derecho a descanso remunerado en días feriado. Los feriados se gozan en la fecha respectiva. Si el trabajador labora el día feriado sin sustituirlo por otro derecho al pago de su remuneración mas una sobretasa de 100%

Gratificaciones

-Nuestros trabajadores tendrán el derecho de recibir 2 gratificaciones durante el año.

-Las gratificaciones se calcularan de manera semestral, pagados a la quincena de mes de julio y diciembre.

-El monto de cada gratificación debe ser equivalente a la remuneración que percibe el trabajador al 30 de junio y al 31 de diciembre respectivamente.

-Las gratificaciones se pagarán de acuerdo a los meses del calendario que haya laborado el trabajador, esto se da en el caso de no cumplir con haber laborado de enero a julio.

-También se pagarán las gratificaciones truncas que corresponderá recibir al trabajador que no tiene lazo laboral vigente, forma parte de una liquidación como beneficios sociales.

Compensación por tiempo de servicio

-El trabajador tendrá derecho a la compensación por tiempo de servicio desde que cumpla el primer mes iniciado el lazo laboral con la empresa.

-Para acceder a la compensación por tiempo de servicio el trabajador debe cumplir un promedio de laboral mínimo 4 horas por día.

-El depósito semestral de la CTS deberá ser realizado durante los primeros 15 días que corresponde de los meses mayo y noviembre por cada año.

-Este beneficio se calcula cada semestre a finales del mes abril y octubre por año.

Vacaciones

-Biofumig otorgara al trabajador 15 días de descanso que serán pagados y los otros 15 días serán vacaciones compradas que serán pagados sin problemas por haber cumplido un año completo de servicio.

- Todo trabajador obtendrá el derecho a vacaciones por el hecho de cumplir 4 horas de jornada de trabajo diario.
- Todo trabajador gozara de vacaciones por haber cumplido un año calendario de lazo laboral.
- El trabajador percibirá sus vacaciones al año siguiente del lazo laboral y será por acuerdo mutuo entre empleado y el empleador.
- El trabajador podrá acumular hasta dos periodos de descanso vacacional seguidos, pero deberá haber gozado vacaciones mínimo de 7 días.
- Biofumig se hará responsable de pagar 3 sueldos por el trabajo (trabajo en la empresa), por las vacaciones que le corresponde y no ha gozado, y una indemnización que vale un sueldo en caso de no tomar descanso.

1.8. Plan financiero

1.8.1. Historia financiera de la empresa

La creación de Biofumig nace de la idea de 4 estudiantes de la universidad Científica del Sur, debido a la coyuntura que se vive (Covid-19), el proyecto se realizó durante el presente año, por lo tanto, no se cuenta con historial financiero, la cual, solo se utilizara como evidencia el aporte por socio para desarrollar el proyecto, como:

- Compra de equipos, materia prima, entre otros.
- Pago para la constitución de la empresa.
- Otros que se detallara posteriormente.

1.8.2. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

-Informar de manera responsable y transparente la situación financiera de Biofumig y los riesgos que puedan tener a nivel interno.

-El pago a los trabajadores se realizará un mes después de cumplir su trabajo que esta entre las de 1ro y 5to día del mes siguiente mediante una transferencia bancaria.

-El pago a los proveedores de los insumos y equipos de protección personal se realizará a la entrega de estos ya sea de manera efectiva o transferencia bancaria según sus políticas.

1.8.3. Plan de ventas de la empresa

Nuestro plan de ventas es mensual, tomando en cuenta a quienes ira dirigido nuestro servicio de fumigación y desinfección, se considera el crecimiento de nuestras ventas mes a mes, ya que es una estrategia del área de marketing, utilizar la publicidad (redes sociales, volantes, gigantografías)

-Fumigación a viviendas

-Fumigación de oficinas

-Fumigación de locales comerciales

Fumigación y Desinfección	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Viviendas	60	61	61	62	63	63	64	65	65	66	67	67	763
Oficinas	30	30	31	31	31	32	32	32	33	33	33	34	382
Locales	30	30	31	31	31	32	32	32	33	33	33	34	382
Total	120	121	123	124	125	126	128	129	131	132	133	135	1527

Tabla 5: Proyección Mensual de Ventas

Fuente: Elaboración propia

Fumigación y Desinfección	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Viviendas	763	772	780	789	797	3901
Oficinas	382	386	390	394	399	1950
Locales	382	386	390	394	399	5851
Total	1527	1543	1560	1577	1594	7802

Tabla 6: Proyección Anual de Ventas

Fuente: Elaboración propia

1.8.4. Análisis de costos

Se considera los costos mensuales de Biofumig:

Insumos

Descripción	Cantidad	Precio	Total	
1.- Insecticidas	3 Gl	S/	245.10	
2.-Acaricidas	3 Gl	S/	375.00	
3.- Fungicidas	3 Gl	S/	249.30	S/ 1,864.20
4.-Virucida	3 Gl	S/	480.00	
5.-Raticida	3 Gl	S/	514.80	

Tabla 7: Costos de Insumos

Fuente: Elaboración propia

Equipos de Protección Personal

Descripción	Cantidad	Precio	Total	
6.-Mameluco	2 Und	S/	198.00	
7.-Gafa de Protección	2 Und	S/	34.00	
8.-Mascarilla Respiratoria	2 Und	S/	100.00	S/ 630.00
9.-Guantes	2 Pares	S/	30.00	
10.-Gorro Impermeable	2 Und	S/	100.00	
11.-Zapato de Seguridad	2 Und	S/	168.00	

Tabla 8: Costos de EPP

Fuente: Elaboración propia

Equipos

Descripción	Cantidad	Precio	Total	
12.-Motopulverizador	1 Und	S/	2,099.90	
13.-Fumigadora Manual	1 Und	S/	259.90	S/ 11,259.80
14.- Computadoras	4 Und	S/	8,000.00	
16.-Impresora	1 Und	S/	900.00	

Tabla 9: Costos de Equipos

Fuente: Elaboración propia

Muebles

Descripción	Cantidad	Precio	Total	
17.-Escritorios	4 Und	S/	400.00	S/ 800.00
18.-Estante	4 Und	S/	400.00	

Tabla 10: Costos de Muebles

Fuente: Elaboración propia

Publicidad

Descripción	Cantidad	Precio	Total	
19.-Pagina Web		S/	20.00	
20.-Volantes	1 Millar	S/	60.00	S/ 140.00
21.-Gigantografía		S/	60.00	

Tabla 11: Costos de Publicidad

Fuente: Elaboración propia

Constitución de la empresa

Descripción	Cantidad	Precio	Total	
22.-Const de la empresa	-	S/	223.00	
23.-Inspección de Defensa Civil	-	S/	90.00	
24.-Instalacion de local para pasar Inspección	-	S/	150.00	S/ 1,792.00
25.-Licencia de funcionamiento	-	S/	250.00	
26.-Autorizacion de DIGESA	-	S/	1,079.00	

Tabla 12: Costos de Constitución de la Empresa

Fuente: Elaboración propia

Útiles de Escritorio

Descripción	Cantidad	Precio	Total	
27.- Hoja Boom	3 Millares	S/	36.00	
28.-Lapiceros	12 Und	S/	12.00	
29.-Perforador	4 Und	S/	39.20	S/ 213.20
30.-Engrampador	4 Und	S/	30.00	
31.-Archivadores	20 Und	S/	96.00	

Tabla 13: Costos de Útiles de Escritorio

Fuente: Elaboración propia

Útiles de Limpieza

Descripción	Cantidad	Precio	Total	
32.-Escoba	1 Und	S/	8.00	
33.-Trapeador	4 Und	S/	12.00	
34.-Tacho	5 Und	S/	40.00	
35.-Jabon liquido	1 Gl	S/	5.00	S/ 97.00
36.-Desinfectante	1 Gl	S/	6.00	
37.-Isopo para water	1 Und	S/	5.00	
38.-Papel Higiénico	1 Paq	S/	21.00	

Tabla 14: Costos de Útiles de Limpieza

Fuente: Elaboración propia

Descripción	Cantidad	Precio	Total	
39.-Alquiler de Local	-	S/	800.00	
40.-Pago de Fluido Eléctrico	-	S/	70.00	S/ 90.00
41.-Pago del Agua	-	S/	50.00	
42.-Pago de Internet	-	S/	90.00	

Tabla 15: Otros Costos

Fuente: Elaboración propia

Resumen de Costos

Descripción	Costo	
Insumos	S/	1,864.20
Equipos	S/	630.00
Mano de Obra directa	S/	2,194.80
Costos Directos	S/	4,689.00
Gastos indirectos	S/	1,363.20
Mano de Obra Indirecta	S/	4,360.00
Costos Indirectos	S/	5,723.20
Sueldos	S/	6,540.00
Otros Gastos	S/	597.00
Depreciación	S/	100.50
Gastos Administrativos	S/	7,237.50
Total de Costos	S/	17,649.70

Tabla 16: Resumen de Costos Mensual

Fuente: Elaboración propia

1.8.5. Punto de equilibrio de la empresa

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Viviendas	206	206	207	207	207	207	208	208	208	209	209	209	2492
Oficinas	151	151	151	151	151	151	152	152	152	152	152	152	1818
Locales	119	119	119	119	119	119	119	119	119	120	120	120	1431
Total	476	476	477	477	478	478	479	479	480	480	481	481	5740

Tabla 17: Proyección de la Cantidad de Equilibrio

Fuente: Elaboración propia

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Viviendas	S/ 25,771.91	S/ 25,804.43	S/ 25,837.09	S/ 25,869.87	S/ 25,902.79	S/ 25,935.84	S/ 25,969.03	S/ 26,002.35	S/ 26,035.80	S/ 26,069.40	S/ 26,103.13	S/ 26,136.99	S/ 311,438.62
Oficinas	S/ 22,606.21	S/ 22,627.06	S/ 22,647.97	S/ 22,668.96	S/ 22,690.02	S/ 22,711.14	S/ 22,732.34	S/ 22,753.61	S/ 22,774.95	S/ 22,796.36	S/ 22,817.85	S/ 22,839.41	S/ 272,665.88
Locales	S/ 20,782.75	S/ 20,797.84	S/ 20,812.99	S/ 20,828.18	S/ 20,843.41	S/ 20,858.69	S/ 20,874.01	S/ 20,889.38	S/ 20,904.79	S/ 20,920.25	S/ 20,935.76	S/ 20,951.31	S/ 250,399.36
Total	S/ 69,160.87	S/ 69,229.34	S/ 69,298.05	S/ 69,367.01	S/ 69,436.21	S/ 69,505.67	S/ 69,575.38	S/ 69,645.33	S/ 69,715.55	S/ 69,786.01	S/ 69,856.74	S/ 69,927.72	S/ 834,503.87

Tabla 18: Proyección de Ingreso de Equilibrio

Fuente: Elaboración propia

1.8.6. Adquisición de materiales e insumos para la producción

Se detallará lo que se comprara para llevar a cabo la producción como los insumos a utilizar para realizar la fumigación y los equipos de protección personal que también se ira comprando a medida que cumplan su vida útil y mantener seguros al equipo de fumigación, también se graficara el proceso de Adquisición de los insumos y equipo de protección personal.

Descripción	Cantidad	Precio	Total	
1.- Insecticidas	3 Gl	S/	245.10	
2.-Acaricidas	3 Gl	S/	375.00	
3.- Fungicidas	3 Gl	S/	249.30	S/ 1,864.20
4.-Virucida	3 Gl	S/	480.00	
5.-Raticida	3 Gl	S/	514.80	

Tabla 19: Insumos para realizar la Fumigación

Fuente: Elaboración propia

Descripción	Cantidad	Precio	Total	
6.-Mameluco	2 Und	S/	198.00	
7.-Gafa de Protección	2 Und	S/	34.00	
8.-Mascarilla Respiratoria	2 Und	S/	100.00	S/ 630.00
9.-Guantes	2 Pares	S/	30.00	
10.-Gorro Impermeable	2 Und	S/	100.00	
11.-Zapato de Seguridad	2 Und	S/	168.00	

Tabla 20: EPP para la seguridad del equipo de Fumigación

Fuente: Elaboración propia

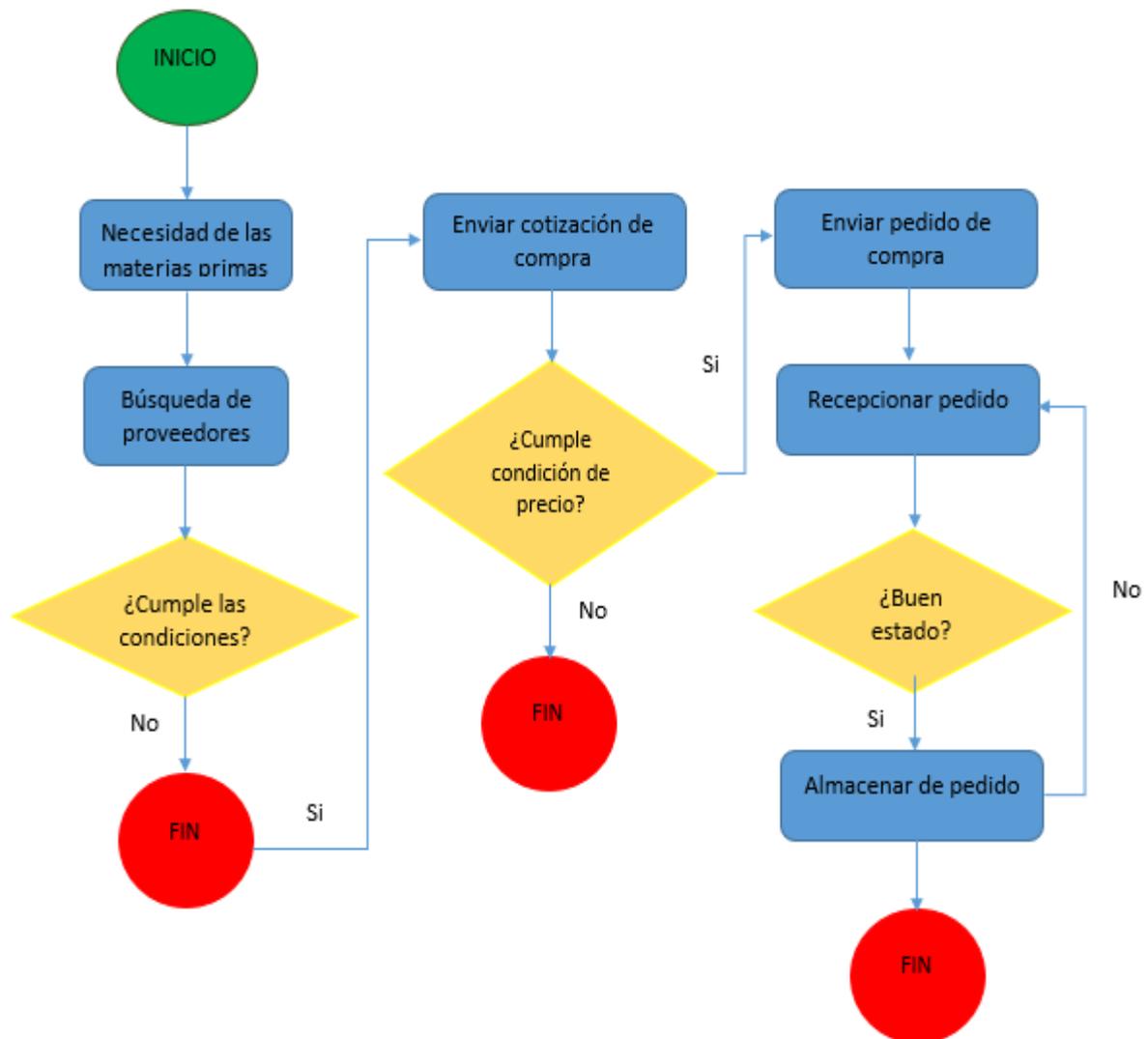


Figura 5: Flujograma de Adquisición de Insumos y EPP de Biofumig

Fuente: Elaboración Propia

1.8.7. Inversión inicial

Descripción	Valor	
Insumos	S/	1,864.20
Equipo de Protección Personal	S/	630.00
Equipos	S/	11,259.80
Publicidad	S/	140.00
Muebles	S/	800.00
Publicidad	S/	140.00
Const. de la empresa	S/	1,792.00
Alquiler de Local	S/	800.00
Útiles de Limpieza	S/	97.00
Útiles de Escritorio	S/	213.20
Total de Inversión	S/	17,736.20

Tabla 21: Inversión Inicial

Fuente: Elaboración propia

1.8.8. Capital de trabajo

La fuente de capital de Biofumig será los 4 estudiantes que se detallará a continuación:

Participantes	Capital
Cajahuanca Mayta Jean Carlos	S/ 7,832.75
Palomino Huachos Rosa	S/ 7,832.75
Palpan Solorzano Giulianna	S/ 7,832.75
Rojas Rafael Anita	S/ 7,832.75

Tabla 22: Capital de trabajo

Fuente: Elaboración propia

1.8.9. Fuentes de financiamiento

Para ejecutar el proyecto de la empresa Biofumig se utilizará las fuentes de financiamiento como:

-Ahorro Propio

-Apoyo Familiar

Por lo tanto, no necesitaremos financiamiento de instituciones bancarias u otras.

1.8.10. Proyección de flujo de caja

Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	S/ 219,504.85	S/ 221,831.60	S/ 224,183.02	S/ 226,559.36	S/ 228,960.89
Cuentas por Cobrar	S/ -				
Otros Ingresos	S/ -				
Total de Ingresos	S/ 219,504.85	S/ 221,831.60	S/ 224,183.02	S/ 226,559.36	S/ 226,559.36
Gastos de Ventas	S/ 32,940.00	S/ 33,289.16	S/ 33,642.03	S/ 33,998.63	S/ 33,998.63
Gastos Administrativos	S/ 67,622.40	S/ 68,339.20	S/ 69,063.59	S/ 69,795.67	S/ 69,795.67
Gastos Operativos	S/ 108,588.00	S/ 109,739.03	S/ 110,902.27	S/ 112,077.83	S/ 112,077.83
Depreciación	S/ 1,205.98				
Total de Egresos	S/ 211,461.88	S/ 213,703.38	S/ 215,968.63	S/ 218,257.90	S/ 218,257.90
Saldo antes de Impuesto	S/ 8,042.97	S/ 8,128.23	S/ 8,214.39	S/ 8,301.46	S/ 8,301.46
Impuesto a la Renta	S/ 502.69	S/ 508.01	S/ 513.40	S/ 518.84	S/ 518.84
Flujo de Caja Final	S/ 7,540.28	S/ 7,620.21	S/ 7,700.99	S/ 7,782.62	S/ 7,782.62
Saldo Acumulado	S/ 17,461.29	S/ 17,646.38	S/ 17,833.43	S/ 18,022.47	S/ 18,022.47

Tabla 23: Flujo de Caja Biofumig

Fuente: Elaboración propia

1.8.11. Análisis de renta

Renta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen Bruto	0.74	0.75	0.75	0.75	0.75
Margen Operacional	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49
Margen Neto	0.20	0.20	0.20	0.20	0.21
Rentabilidad sobre Inversión ROA	0.69	0.68	0.67	0.66	0.64
Rentabilidad sobre Patrimonio ROE	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

Tabla 24: Flujo de Caja Biofumig

Fuente: Elaboración propia

Margen Bruto, indica el año 5 luego de descontar el costo de ventas, Biofumig obtiene un margen bruto de 75 %.

Margen Operacional, en el año 5 luego de descontar el costo de ventas y los gastos operativos, Biofumig obtiene un margen operacional del 49 %.

Margen Neto, en el año 5 luego de descontar todos los costos y gastos de la empresa se obtiene un margen neto de 21 %.

ROA, en el año 5 los activos invertidos de la empresa producen una rentabilidad del 66 %.

ROE, en el año 5 los inversionistas obtienen una rentabilidad en cuanto a su patrimonio.

1.8.12. Estado de Resultados proyectado de la empresa
Estado de Resultados de Biofumig

	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Ventas	S/	219,504.85	S/	221,831.60	S/	224,183.02	S/	226,559.36	S/	228,960.89
Costo de Ventas	S/	56,268.00	S/	56,352.40	S/	56,436.93	S/	56,521.59	S/	56,606.37
Utilidad Bruta	S/	163,236.85	S/	165,479.20	S/	167,746.09	S/	170,037.77	S/	172,354.52
Gastos Adm.	S/	67,622.40	S/	68,339.20	S/	69,063.59	S/	69,795.67	S/	69,795.67
Gastos de Venta	S/	32,940.00	S/	33,289.16	S/	33,642.03	S/	33,998.63	S/	33,998.63
Total de Gastos	S/	100,562.40	S/	101,628.36	S/	102,705.62	S/	103,794.30	S/	103,794.30
Utilidad antes de Imp.	S/	62,674.45	S/	63,850.84	S/	65,040.46	S/	66,243.47	S/	68,560.22
Impuesto	S/	18,802.34	S/	19,155.25	S/	19,512.14	S/	19,873.04	S/	20,568.06
Utilidad Neta	S/	43,872.12	S/	44,695.59	S/	45,528.33	S/	46,370.43	S/	47,992.15

Tabla 25: Flujo de Caja Biofumig

Fuente: Elaboración propio

1.8.13. Balance General proyectado de la empresa

Balance General Biofumig										
	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Activo										
Activo Corriente										
Caja	S/	17,461.29	S/	17,646.38	S/	17,833.43	S/	18,022.47	S/	18,022.47
Total Activo Corriente	S/	17,461.29	S/	17,646.38	S/	17,833.43	S/	18,022.47	S/	18,022.47
Activo no Corriente										
Activos Fijos	S/	12,059.80								
Activos Fijos Intang.	S/	1,792.00								
Depreciación	S/	1,205.98								
Total Activo No Corriente	S/	12,645.82								
Total de Activo	S/	30,107.11	S/	30,292.20	S/	30,479.25	S/	30,668.29	S/	30,668.29
Pasivo										
Pasivo Corriente										
Imp. a la Renta	S/	18,802.34	S/	19,155.25	S/	19,512.14	S/	19,873.04	S/	20,568.06
Total Pasivo Corriente	S/	18,802.34	S/	19,155.25	S/	19,512.14	S/	19,873.04	S/	20,568.06
Pasivo No Corriente										
Prestamo	S/	-								
Total Pasivo No Corriente	S/	-								
Total de Pasivo	S/	18,802.34	S/	19,155.25	S/	19,512.14	S/	19,873.04	S/	20,568.06
Patrimonio										
Utilid. Acumulada	S/	43,872.12	S/	44,695.59	S/	45,528.33	S/	46,370.43	S/	47,992.15
Total Patrimonio	S/	43,872.12	S/	44,695.59	S/	45,528.33	S/	46,370.43	S/	47,992.15
Total Pasivo+Patrimonio	S/	62,674.45	S/	63,850.84	S/	65,040.46	S/	66,243.47	S/	68,560.22

Tabla 26: Balance General Biofumig

Fuente: Elaboración propia

1.8.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa

VANe	S/	23,252.30
TIRe	36%	
B/Ce	12.38	
PRie	1 Año	
COKf	5%	
VANf	S/	17,051.87
TIRf	50%	
B/Cf	13.67	
PRIf	1 Año 03 Meses	

Tabla 27: Análisis de Sensibilidad de Biofumig

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 27, se aprecia que el valor actual económico es de S/.23 252.30 y la tasa de retorno interno económico es 36%, se observa que el valor actual financiero es de S/.17 051.87 y la tasa de retorno financiero es de 50%.

El costo beneficio indica que por cada solo invertido se obtendrá 12.38 de ganancia.

1.9. Descripción del equipo gerencial de la empresa

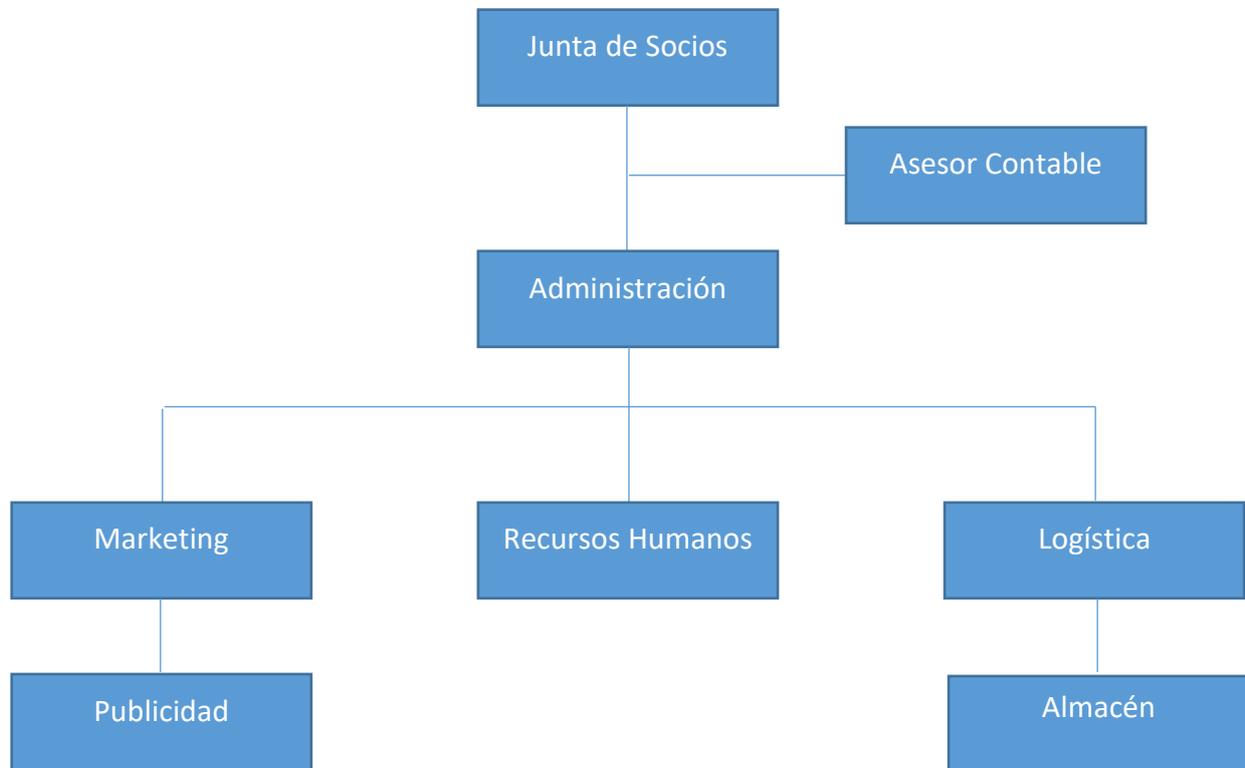


Figura 6: Organigrama de Biofumig

Fuente: Elaboración Propia

Administración:

Funciones:

-Planificar. -las funciones de la cada uno de los empleados, planificar las tareas y operaciones, los insumos a utilizar diarias.

-Organizar. -coordinar con cada uno de los empleados para llevar a cabo las tareas planificadas anteriormente.

-Dirigir. - motivara, supervisara las actividades que se coordinaron antes.

-Controlar. – medirá los resultados con el objetivo de mejorar los puntos débiles y ratificar los puntos fuertes de la empresa.

Marketing

Funciones:

-Realizar estudio de mercado

-Armar y reforzar nuestro grupo de ventas

-Manejar la publicidad de la empresa

Recursos Humanos

Funciones:

-Realizar las convocatorias de personales

-Reclutar

-Seleccionar y contratación de personal

-Atender dudas y velar por el bienestar del personal

-Manejar las planillas mensuales

-Manejar base de datos de los trabajadores

Logística

- Búsqueda de proveedores
- Realizar compras de los requerimientos
- Mantener inventario actualizado

Asesor Contable, será el apoyo a la empresa Biofumig a llevar su contabilidad, como declaración de facturas, detracciones, y todo lo competente.

Bibliografía

-Núñez, M. (2003). Formación y asesoría de empresa en saneamiento ambiental (tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

-Méndez, H., & Santamaría, E. (2013). Diseño de un plan de marketing para la empresa Fumidez, dedicada a la entrega de servicios de fumigación, ubicada en el sector sur de la ciudad de Quito en el Barrio Santa Rita (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.

-Andino, M., & Astudillo, D. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una oficina de control. Fumigación y exterminación de plagas en el cantón milagro (tesis de pregrado). Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

-Guerrero, S. (2015). Diseño de una empresa de fumigación aérea con ultraligeros para optimizar cultivos tropicales. (tesis de maestría). Universidad Católica del Ecuador, Ambato, Ecuador.

- “Plan de negocio, Herramienta de para evaluar la viabilidad de un negocio”, 2009, Karen Weinberger

Anexos

1. ¿Alguna vez recurrió a algún servicio de Fumigación?

- a. Sí
- b. No
- c. A veces
- d. Nunca



Anexo 1: ¿Alguna vez recurrió a algún servicio de Fumigación?

2. ¿Utilizaría el servicio de fumigación?

- a. Sí
- b. No



Anexo 2: ¿Utilizaría el servicio de fumigación?

3. ¿Cuánto pagaría por el servicio de fumigación?

- a. 90.00 Soles
- b. 100.00 Soles
- c. 125.00 Soles
- d. 150.00 Soles
- e. 175.00 Soles



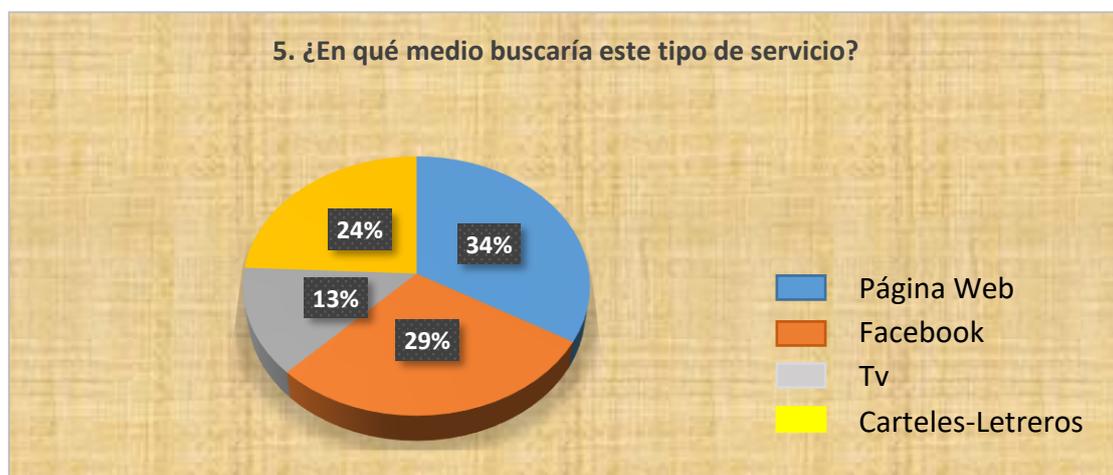
Anexo 3: ¿Cuánto pagaría por el servicio de fumigación?

4. ¿Qué aspecto considera importante del servicio?
- a. Precio
 - b. Calidad



Anexo 4: ¿Qué aspecto considera importante del servicio?

5. ¿En qué medio buscaría este tipo de servicio?
- a. Página Web
 - b. Facebook
 - c. Tv
 - d. Carteles-Lettreros



Anexo 5: ¿En qué medio buscaría este tipo de servicio?

6. ¿Qué tipo de fumigación desearía?

- a. Fachada
- b. Interior



Anexo 6: ¿Qué tipo de fumigación desearía?

7. ¿Cada cuánto solicitaría el servicio?

- a. Una vez por semana
- b. Dos veces por semana
- c. Una vez al mes
- d. Dos veces al mes



Anexo 7: ¿Cada cuánto solicitaría el servicio?

8. ¿Considera importante el servicio?

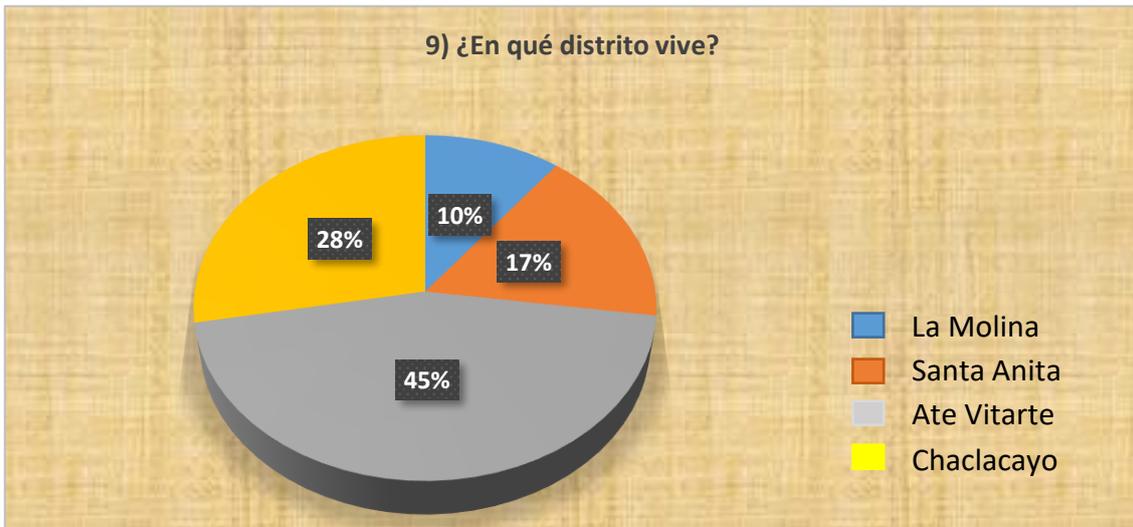
- a. Sí
- b. No



Anexo 8: ¿Considera importante el servicio?

9. ¿En qué distrito vive?

- a. La Molina
- b. Santa Anita
- c. Ate Vitarte
- d. Chaclacayo



Anexo 9: ¿En qué distrito vive?

10. ¿Desearía que en su distrito se realice el servicio de fumigación?

- a. Sí
- b. No



Anexo 10: ¿Desearía que en su distrito se realice el servicio de fumigación?