



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA PROPUESTA DE UNA
EMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
BOLSAS KRAFT BIODEGRADABLES - ATE”**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de
Bachiller en Administración de Empresas

Presentado por:

Diana Ñahuincopa Huacho (0000-0001-5618-7116)

Heelen Heeddy Rojas Marcelo (0000-0003-1457-0891)

Rosa María Raucana Chacchi (0000-0001-8929-6095)

Lima – Perú

2021

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR JURADO

Fecha: 19/11/2021

El Jurado del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. Luis Francisco Guanipa Ramírez

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

Plan de negocio para la propuesta de una empresa de fabricación y comercialización de bolsas kraft biodegradables - Ate

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100071783	Diana Ñahuincopa Huacho
100071808	Heelen Heeddy Rojas Marcelo
100071233	Rosa María Raucana Chacchi

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	
100071783	Diana Ñahuincopa Huacho	Aprobado (17)	Desaprobado (<i>nota</i>)
100071808	Heelen Heeddy Rojas Marcelo	Aprobado (17)	Desaprobado (<i>nota</i>)
100071233	Rosa María Raucana Chacchi	Aprobado (17)	Desaprobado (<i>nota</i>)

El jurado firma en señal de conformidad.



Mg. Luis Francisco Guanipa Ramírez

INDICE GENERAL

Índice de figuras.....	ii
Índice de tablas.....	vii
Índice de anexos.....	ix
Resumen ejecutivo.....	x
Introducción.....	1
CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA	2
1.1. Análisis del entorno.....	10
1.1.1 Entorno económico.....	10
1.1.2 Entorno político-legal.....	11
1.1.3 Entorno social-cultural.....	13
1.1.4 Entorno tecnológico.....	14
1.1.5 Entorno Ecológico.....	15
1.2. Sondeo de Mercado.....	16
1.2.1. Sondeo de Mercado local.....	16
1.3. Análisis de la empresa.....	22
1.3.1 Competidores actuales	22
1.3.2 Fuerza negociadora de los proveedores.....	23
1.3.3 Fuerza negociadora del cliente.....	24
1.3.4 Amenaza de productos sustitos.....	24
1.3.5 Competidores potenciales barreras de entrada.....	24
1.4. Plan estratégico de la empresa.....	25
1.4.1. Foda.....	25
1.4.2. Misión.....	26
1.4.3. Objetivos estratégicos.....	26
1.4.4. Estrategia del negocio.....	27
1.4.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva.....	28
1.5. Plan de Marketing.....	29
1.5.1. Objetivos de marketing.....	29
1.5.2. Marketing mix.....	29
1.5.3. Descripción de producto o servicio.....	30
1.5.4. Estrategia de precio.....	31
1.5.5. Estrategia de distribución de plaza.....	32
1.5.6. Estrategia de promoción.....	33

1.5.7.	Estrategia de servicio al cliente o postventa.....	35
1.5.8.	Estrategia de posicionamiento.....	36
1.6.	Plan de Operaciones.....	36
1.6.1	Objetivos de operaciones	36
1.6.2	Actividades previas al inicio de la producción.....	37
1.6.3.	Proceso de producción del bien o servicio.....	38
1.7.	Diseño de estructura y plan de recursos humanos.....	39
1.7.1.	Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal.....	39
1.7.2.	Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal.....	40
1.7.3.	Estrategias de motivación y desarrollo del personal.....	41
1.7.4.	Políticas de remuneraciones y compensaciones.....	41
1.8.	Plan financiero.....	43
1.8.1.	Historia financiera de la empresa.....	43
1.8.2.	Datos, supuestos y políticas económicas y financieras.....	43
1.8.3.	Plan de ventas de la empresa.....	44
1.8.4.	Análisis de costos.....	45
1.8.4.1	Costos Variables.....	45
1.8.4.2	Costos Fijos.....	45
1.8.5.	Punto de equilibrio de la empresa.....	46
1.8.6.	Adquisición de materiales e insumos para la producción.....	47
1.8.7.	Inversión inicial.....	47
1.8.8.	Capital de trabajo.....	48
1.8.9.	Fuentes de financiamiento.....	48
1.8.10.	Proyección de flujo de caja.....	49
1.8.11.	Análisis de rentabilidad.....	50
1.8.12.	Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa.....	51
1.8.13.	Balance General proyectado de la empresa.....	52
1.8.14.	Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa.....	53
1.9.	Descripción del equipo gerencial de la empresa.....	54
1.10	Conclusiones	55
1.11	Recomendaciones.....	56

Índice De Figuras

<i>Figura 1:</i> Producto Bruto Interno y Demanda Interna.....	3
<i>Figura 2:</i> Sistema de fabricación digital.....	6
<i>Figura 3:</i> Pregunta 1_ Encuesta. Elaboración propia.....	10
<i>Figura 4:</i> Pregunta 2_ Encuesta. Elaboración propia.....	10
<i>Figura 5:</i> Pregunta 3_ Encuesta. Elaboración propia.....	11
<i>Figura 6:</i> Pregunta 4_ Encuesta. Elaboración propia.....	11
<i>Figura 7:</i> Pregunta 5_ Encuesta. Elaboración propia.....	11
<i>Figura 8:</i> Pregunta 6_ Encuesta. Elaboración propia.....	12
<i>Figura 9:</i> Pregunta 7_ Encuesta. Elaboración propia.....	13
<i>Figura 10:</i> Pregunta 8_ Encuesta. Elaboración propia.....	13
<i>Figura 11:</i> Estrategia de negocio de la empresa Rotapapel.....	19
<i>Figura 12:</i> Contaremos con un diseñador gráfico.....	20
<i>Figura 13:</i> logo ROTAPAPEL _ Elaboración propia.....	21
<i>Figura 14.</i> Materiales para la fabricación.....	22
<i>Figura 15:</i> Se encuentra ubicado en el distrito de Chaclacayo	24
<i>Figura 16:</i> Proceso del producto – ROTAPAPEL.....	25
<i>Figura 17:</i> Gorro con logo_ elaboración `propia	26
<i>Figura 18:</i> Llaverito con logo de la empresa Rotapapel _ Elaboración propio.....	26
<i>Figura19:</i> Tarjeta con el logo _ elaboración propia	26
<i>Figura 20:</i> Estrategia de servicio post venta.....	27
<i>Figura 21:</i> Recepción de Materiales.....	29

Índice De Tablas

<i>Tabla 1:</i> Oferta y Demanda Global.....	10
<i>Tabla 2:</i> Código de Colores para la Segregación de Residuos.....	15
<i>Tabla 3:</i> Sondeo de Mercado	16
<i>Tabla 4:</i> Cantidad de Tiendas por Departamento.....	16
<i>Tabla 5:</i> Cuadro de los competidores directos.....	22
<i>Tabla 6:</i> Análisis Foda.....	25
<i>Tabla 7:</i> Cuadro de precios.....	32
<i>Tabla 8:</i> Planilla de remuneraciones.....	42
<i>Tabla 9:</i> Ventas anuales en un periodo de 5 años.....	44
<i>Tabla 10:</i> Costos Totales Anuales.....	44
<i>Tabla 11:</i> Crecimiento de ventas.....	45
<i>Tabla 12:</i> Análisis de costos.....	45
<i>Tabla 13:</i> Costos variables anuales.....	45
<i>Tabla 14:</i> Costos fijos anuales totales.....	46
<i>Tabla 15:</i> Punto de equilibrio.....	46
<i>Tabla 16:</i> Inversión inicial.....	47
<i>Tabla 17:</i> Capital de trabajo.....	48
<i>Tabla 18:</i> Tabla de Amortización con cuota fija.....	48
<i>Tabla 19:</i> Flujo de caja económico.....	49
<i>Tabla 20:</i> Análisis de rentabilidad (VAN/TIR)	50
<i>Tabla 21:</i> Estado de resultados	51
<i>Tabla 22:</i> Balance General.....	52
<i>Tabla 23:</i> Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa.....	53

Índice De Anexos

<i>Anexo 1</i> - Encuesta para el cliente.....	58
<i>Anexo 2</i> - Perfil del administrador contable- Elaboración propia.....	59
<i>Anexo 3</i> - Perfil del diseñador gráfico – Elaboración propia.....	60
<i>Anexo 4</i> - Perfil del personal de Ventas – Elaboración propia.....	61
<i>Anexo 5</i> - Perfil del operario de producción – Elaboración propia.....	62

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación de la empresa ROTAPAPEL SAC consiste en la fabricación, comercialización y ventas de bolsas de papel kraft biodegradables en la que estará ubicado en el distrito de “CHACLACAYO”. Nuestro objetivo principal es reducir la contaminación del medio ambiente y así innovar diseños de papel kraft satisfaciendo las necesidades de nuestro cliente.

Capítulo 1 se desarrollará la idea de negocio donde explicaremos el análisis interno y externo que están divididos en distintos tipos que son: económico, político, tecnológico, social, legal y ecológico.

Capítulo 2, Aplicaremos un plan estratégico presentando la misión, visión, los valores y política de la empresa. También se utilizará las estrategias genéricas de Porter y una ventaja competitiva que otorgará mayor impulso a nuestro producto para que el ingreso al mercado sea un éxito.

En el capítulo 3 En este capítulo se realizará un estudio de mercado dando a conocer nuestro público objetivo que son los clientes B2B. Y también nos enfocaremos en la cadena de tiendas por departamentos en el distrito de ATE como: Plaza Veá, Farmacia, Pollería, Tambo, etc.

En el capítulo 4, En el plan de marketing se plantea los objetivos principales que tiene como finalidad atraer y fidelizar al cliente de esa forma manejaremos distintos tipos de estrategias que nos permitirán llegar de manera oportuna a nuestro cliente.

En el capítulo 5, En este capítulo manejaremos un plan de operaciones que nos va a permitir diseñar y producir 1200 millares de bolsas de papel kraft mensuales y en cuanto a las bolsas para panaderías y farmacia 3000 mil millares de bolsas mensuales y para las pollerías y tiendas por departamento son de 1350 millares de bolsas de papel kraft mensuales.

En el capítulo 6, se realizó un plan estratégico del área de RRHH donde se diseñó el organigrama de la empresa con los puestos y funciones de cada colaborador. también se implementaron estrategias del proceso del reclutamiento donde existen métodos y nuevas formas para la selección del personal que nos va permitir descubrir ciertas habilidades que poseen cada uno de ellos, con el objetivo de ser una organización compuesta por el personal altamente calificado.

En el capítulo 7, en el plan financiero se demostrará el cálculo y la valoración de la rentabilidad del proyecto, a través de la evaluación de los presupuestos del capital VAN y TIR.

INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocio de fabricación y comercialización de la empresa “ROTAPAPEL SAC” tiene como objetivo principal reducir la contaminación del medio ambiente, generando un impacto positivo, innovando y diseñando bolsas de papel biodegradable personalizados.

La empresa ROTAPAPEL ofrece productos de buena calidad para el cuidado del medio ambiente, que favorecen la conservación. Por otro lado, una de las ventajas competitivas es el diseño personalizado y los distintos tamaños hechos con tinta de agua y gomas ecológicas, de esa forma ayudará a promover la disminución de la contaminación.

El proyecto, que lleva como nombre de marca: ROTAPAPEL S.A, pertenece al rubro de bolsas de papel Kraft, que contará con un diseñador gráfico y se utilizará el canal delivery de forma gratuita para llegar a todos nuestros clientes

Es importante mencionar que, en el mercado de las bolsas de papel Kraft no se brindan los servicios que ofrecemos en ROTAPAPEL, ya que la empresa “ROTAPAPEL” optó en crear su propia estrategia para que el cliente pueda sentirse satisfecho con el servicio y la calidad de producto que se va a ofrecer.

CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

1.1. Análisis del entorno

“Para realizar la planificación estratégica del negocio en la elaboración y comercialización de bolsas de papel kraft,” (Licha,2000, p 12), menciona que se busca generar criterios, entre estabilidad y complejidad número de factores que afectan a la ejecución de un programa.

El análisis del entorno es una herramienta que consiste en el análisis externo e interno con diferentes puntos como: tecnológico, legal - político, sociocultural y económico que desarrolla una determinada acción, planifica estrategias y construye escenarios para disolver el comportamiento de las variables (Licha, Nov 2000, p 34).

1.1.1 Entorno Económico

Debido a la coyuntura que atraviesa el Perú por la (Pandemia del COVID 19) el país a través de la reactivación económica fue contrarrestando la crisis con el apoyo de la población y las empresas. Se realizó una comparación porcentual de crecimiento del año anterior con el año actual.

Tabla 1. Oferta y demanda global trimestral

CUADRO N° 1
PERÚ: Oferta y Demanda Global Trimestral
(Variación porcentual del índice de volumen físico respecto al mismo periodo del año anterior)
Año Base 2007=100

Oferta y Demanda Global	2020/2019					2021/2020
	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año	I Trim.
Producto Bruto Interno	-3,7	-30,0	-9,0	-1,7	-11,1	3,8
Extractivas	-3,1	-20,4	-7,3	-1,8	-8,5	0,5
Transformación	-10,8	-44,8	-6,7	6,9	-13,6	24,0
Servicios	-1,2	-28,0	-9,7	-4,9	-11,0	-1,6
Importaciones	-4,5	-31,3	-20,1	-3,5	-14,9	5,0
Oferta y Demanda Global	-3,8	-30,2	-11,4	-2,0	-12,0	4,0
Demanda Interna	-3,4	-28,0	-9,4	0,8	-10,1	6,5
Consumo Final Privado	-1,7	-22,1	-9,1	-1,5	-8,8	2,1
Consumo de Gobierno	7,1	-3,1	3,9	22,8	8,2	7,2
Formación Bruta de Capital	-13,5	-57,2	-17,5	-5,5	-23,4	19,9
Formación Bruta de Capital Fijo	-9,7	-56,3	-9,7	11,3	-15,6	30,4
Público	13,3	-68,9	-23,1	9,9	-21,3	26,4
Privado	-14,8	-51,7	-6,3	11,7	-14,0	31,6
Exportaciones	-5,4	-38,8	-18,8	-12,4	-19,0	-5,5

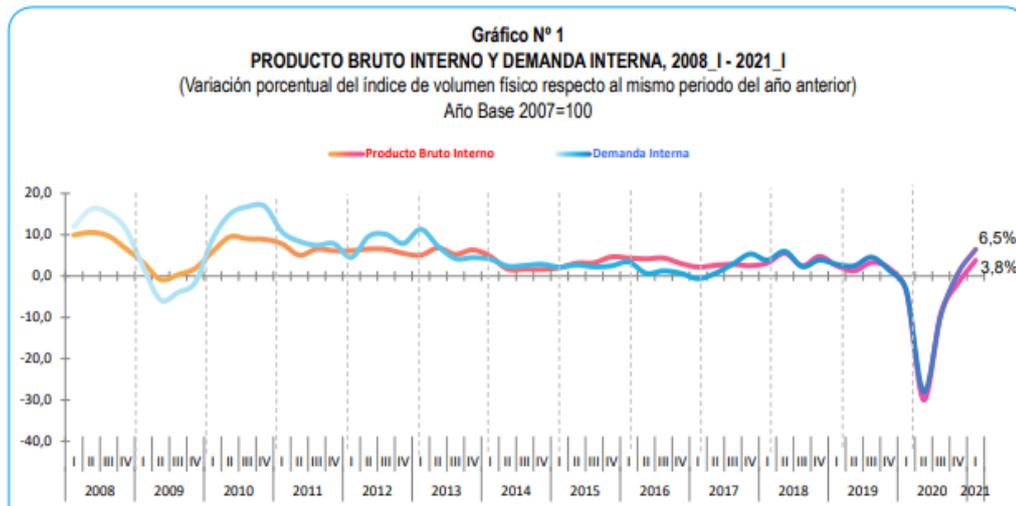
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

Las formas de evaluar los resultados de la oferta y demanda. Carhuavilca (2021), un autor profesional en el campo de generación de estadística y economía, indica que:

El informe técnico del instituto nacional de estadística e informática da como resultado que en el primer trimestre del año 2021 el producto interno creció 3.8% similar al año 2020 lo que genera un incremento en el sector económico (pp. 01-02).

Así es donde los resultados de cada año van incrementando económicamente lo que generaría a la población una estabilidad en la demanda.

Figura 1. Producto Bruto interno y demanda interna



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (2007) informe técnico de producto y demanda en el año 2008.

El crecimiento del PBI va de la mano con el restablecimiento de la demanda interna que aumentó un 6.5% con el efecto favorable de invertir y desarrollar un negocio, un porcentaje de sus beneficios contribuyen al estado peruano generando liquidez y sostenibilidad en el sector económico.

La industria manufacturera registró un incremento del 7% en enero del 2020 y en diciembre el 9.2% de la mano con diferentes sectores tales como: Construcción, Financiero, Telecomunicaciones, Pesca.

1.1.2 Entorno Político – Legal

A puertas de entrar al año del bicentenario, la pantalla macroeconómica señaló un reporte de inflación en diciembre 2020 del BCR en el cual indica que los próximos años tendremos momentos favorables en la economía nacional.

Se estiman proyecciones de altas tasas de desarrollo en diversos sectores: manufacturero, construcción, minería, exportaciones, entre otros, indica que se favorece la reactivación económica.

Si Perú sigue manteniendo esa inclinación crecerá más rápido que otros países como: Brasil, Argentina, Chile, Colombia (de la región). (Diario El Peruano, 2020).

El plan económico debido a la pandemia del COVID 19 fue acompañada de la política equivalente al 20% PBI el más importante de la región y país, con la finalidad de dar avance a la pandemia y soporte a la reactivación económica.

El plan contiene un uso diversificado de instrumentos de política para impulsar su validez.

Es importante los puntos principales macroeconómicos y microeconómicos porque tiene el objetivo de realizar un crecimiento sostenible con calidad de vida para la población y empresas, con el fin de promover la productividad y competencia. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2012-2024).

El Perú tiene una ley general del medio ambiente N°28611 que contribuye a la regulación de daños ambientales y a consagrar la responsabilidad para gestionar un buen ambiente. Asimismo, toda la población tiene derecho y el deber de conservar un ambiente saludable. Lo cual el ministerio del Ambiente (MINAN) dio a conocer el reglamento N°30884 que respalda la desaparición de bolsas plásticas porque genera un riesgo para la población y el ambiente. A través de esa normativa se fiscalizará el cumplimiento de no ser así recibirá una sanción. El proyecto a través de una norma legal fue aplicado en diferentes 60 países, lo cual se está teniendo resultados favorables, evitando el consumo de bolsas plásticas innecesarias. Minan lanzo una estrategia de proyecto denominada “PERU LIMPIO” promoviendo la concientización del NO uso de bolsas plásticas para niños y adultos, llegando a mercados, supermercados y escuelas. Con el fin de reducir la contaminación en ríos y mares y cambiando el patrón de consumo. (Sistema Nacional de Información Ambiental, 2019, párr. 7).

Se estiman proyecciones de altas tasas de desarrollo en diversos sectores: manufacturero, construcción, minería, exportaciones, entre otros, indica que se favorece la reactivación económica.

Si Perú sigue manteniendo esa inclinación crecerá más rápido que otros países como: Brasil, Argentina, Chile, Colombia (de la región). (Diario El Peruano ,2020,).

El plan económico debido a la pandemia del COVID 19 fue acompañada de la política equivalente al 20% PBI el más importante de la región y país, con la finalidad de dar avance a la pandemia y soporte a la reactivación económica.

El plan contiene un uso diversificado de instrumentos de política para impulsar su validez.

Es importante los puntos principales macroeconómicos y microeconómicos porque tiene el objetivo de realizar un crecimiento sostenible con calidad de vida para la población y empresas, con el fin de impulsar la productividad y competitividad. (Ministerio de Economía y Finanzas ,2012-2024).

El Perú tiene una ley general del medio ambiente N°28611 que contribuye a la regulación de daños ambientales y a consagrar la responsabilidad para gestionar un buen ambiente. Asimismo, todos los ciudadanos tienen el derecho y deber de conservar en ambiente saludable. Lo cual el ministerio del Ambiente (MINAN) dio a conocer el reglamento N°30884 que respalda la desaparición de bolsas plásticas porque genera un riesgo para la población y el ambiente. A través de esa normativa se fiscalizará el cumplimiento se no ser así recibirá una sanción. El proyecto a través de una norma legal fue aplicada en diferentes 60 países, lo cual se está teniendo resultados favorables, evitando el consumo de bolsas plásticas innecesarias. Minan lanzo una estrategia de proyecto denominada “PERU LIMPIO” promoviendo la concientización del NO uso de bolsas plásticas para niños y adultos, llegando a mercados, supermercados y escuelas. Con el fin de reducir la contaminación en ríos y mares y cambiando el patrón de consumo. (Sistema Nacional de Información Ambiental,2019, párr. 7).

1.1.3 Entorno Social cultural:

La prevención del medio ambiente se desarrolla por todos lados, nos localizamos en el punto de la concientización sobre la necesidad y el cuidado del medio ambiente, porque se encuentra dañado en la actualidad en toda índole político, climático y social.

Las bolsas de papel Kraft tienen diferentes ventajas:

1. El papel succiona partículas de dióxido de carbono (CO₂), lo que contribuye a reducir la contaminación.

2. La industria papelera ayuda a repoblar los bosques de manera significativa porque son el pulmón del planeta.
3. Son productos biodegradables que desaparecen en corto tiempo, si cae en un cultivo las bolsas llegan a transformarse en abono.
4. Son reutilizables, podrían pasar de mano en mano.
5. Se caracterizan por ser económicas y resistentes, porque tiene larga vida útil.
6. Se le puede dar diferente uso como herramienta publicitaria para dar a conocer un mensaje o promocionar algún producto.

1.1.4 Entorno Tecnológico

A pesar del COVID 19 las empresas basadas en el sector manufacturero desean invertir en modelos de negocios actuales y futuros, cambiando el desarrollo, la distribución y diseño del producto o servicio implementando sistemas tales como:

- a) La industria 4.0 o también llamada Cuarta Revolución Industrial (I4.0): Se basa en la integración de dispositivos manufactureros que interactúan con el internet, para reconocer que es lo que sucede, visualizar futuras dificultades y adecuar acciones preventivas .A su vez trabaja de la mano con sistema de Inteligencia Artificial (IA) avanzada que mejora la eficiencia y fomenta la AUTOMATIZACION en la producción con una pequeña participación humana .El 60% de la industria manufacturera está implementando el sistema I4.0.
- b) Impresión 3D: Es un sistema de fabricación digital que en un futuro reducirá la sujeción en la mano de obra humana. La impresión 3D se unió para producir, diseñar y entregar de manera rápida los productos a nuestros clientes porque son soluciones de automatización lo que permite a las empresas seguir produciendo y planificarse a futuro lo cual prolonga la vida de los productos más útil para generar sostenibilidad en un mercado altamente competitivo.

Por las industrias mantienen su estabilidad y enfocan su eficiencia en sistemas tácticos. (Carlos Juárez ,03).

Figura 2. Sistema de fabricación digital



Fuente: <https://www.autodesk.com/productos/función 360>

1.1.5 Entorno Ecológico:

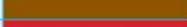
Se aprobó la ley del decreto legislativo N°30884 que regula la utilización del plástico aun 35% del 1 año aprobado a productos tales como: bolsas plásticas, envases polietileno y sorbetes con el fin de reducir la contaminación y ayudar al planeta.

Las grandes empresas y supermercados están prohibidos dar bolsas para cargar sus productos adquiridos, si el cliente desea pagara un impuesto por el valor de bolsa ecológica fabricadas a base de yuca para reducir el consumo de 947,000 toneladas de plástico al año.

El plástico está hecho de POLIETILENO un derivado del petróleo que tarda 100 a 500 años en descomponerse. (El Comercio, 2018, pág 5).

La empresa Rotapapel busca netamente cuidar el medio ambiente, implementando normas de cultura ambiental dentro de la organización, por ejemplo: colocar tachos de diferente color con su significado para recolectar y clasificar los desperdicios de forma razonable. Cómo también la merma que sale de máquina para ser proceda y fabricar

Tabla 2. Código de Colores para la Segregación de Residuos

CÓDIGO DE COLORES PARA LA SEGREGACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS		
Norma Técnica Peruana-NTP 900.058 (2005) aprobada por INDECOPI		
Amarillo		Para metales
Verde		Para vidrio
Azul		Para papel y cartón
Blanco		Para plástico
Marrón		Para orgánicos
Rojo		Para residuos peligrosos
Negro		Para lo que no se puede reciclar y no es catalogado como residuo peligroso.

Fuente: <https://detrujillo.com/como-clasificar-la-basura-y-residuos-correctamente>.

EL Ministerio del Ambiente (MINAN) tiene como objetivo principal proteger la conservación y mantener un equilibrio con recursos ecológicos para el beneficio de los ciudadanos. A su vez fomenta reducir los desperdicios, el reciclaje y la reutilización de productos en el sector industrial.

1.2 Sondeo de Mercado

1.2.1 Sondeo de Mercado local

a) Público objetivo

El mercado potencial de Rotapapel está conformada por cadenas de supermercados, pollerías, farmacias, panaderías y tiendas por conveniencia en la zona de ate, con el objetivo de sensibilizar al NO consumo de bolsas plásticas.

Tabla 3. Sondeo de Mercado

CADENAS DE TIENDAS				
SUPERMERCADO	COVENIENCIA	PANADERIAS	POLLERIAS	FARMACIAS
Plaza Vea	Tambo	Rosario	Leña y Carbón	Inkafarma
Metro	Oxxo	Santana	Pio 'Pio	Mifarma
Mass	Mass	Elena	Chiken	Botica Génesis
Precio Uno	Listo	Santa Inés	Donde Walter	
Makro		Masspan	Las Canastas	
		Pasticake	Kasumi	
			Rokys	

Fuente: Elaboración propia

b) Cuantificación de tiendas por departamentos.

Se cuantifico las tiendas por departamentos en la zona de ate al cual se dirige nuestro proyecto utilizando como fuente de información a INEI

Tabla 4. Cantidad de Tiendas por Departamento

CANTIDAD DE TIENDAS POR DEPARTAMENTO -ATE				
SUPERMERCADO	POR CONVENIENCIA	PANADERIAS	POLLERIAS	FARMACIAS
9	25	310	2345	603
TOTAL: 3,292.00				

Fuente: Instituto Nacional Estadística e Informática (2014) informe de la INEI, uniendo la información se encontró a cada departamento dividido en el Año 2020.

C) Determinación de la muestra a investigar

Para la presente investigación se extrajo información del Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI) uniendo la información de cada departamento para cuantificar la población al cual vamos a encuestar. Se logró tener la cantidad poblacional del distrito de Ate a través de una fórmula de muestreo finita que arroja la siguiente cantidad:

CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

PARAMETRO	INSERTAR VALOR
N	3,292
Z	1.960
P	50.00%
Q	50.00%
E	6.00%

Tamaño de muestra n”
=246.85

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

e = Erro de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Nivel de confianza	Z alfa
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

a) Elaboración del cuestionario

Para cumplir las expectativas del cliente y no quebrar cuando se lanza el producto, se formuló 8 preguntas. Anexo 1.

b) Diseño

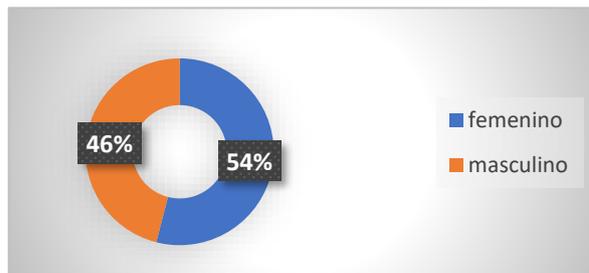
Se realizó un cuestionario de preguntas de diseño experimental, en escala de Likert con el fin de obtener resultados constructivos para tener buenos resultados.

c) Participantes

Entre hombres y mujeres que estén a cargo del área de compras, en total es para 247 participantes.

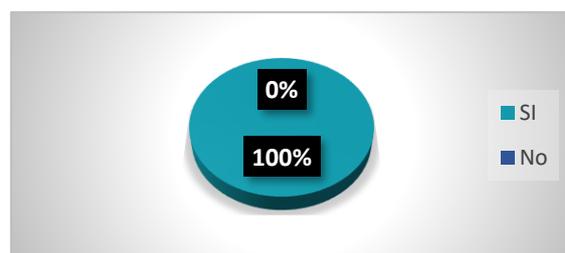
Informe del cuestionario

Figura 3. Genero



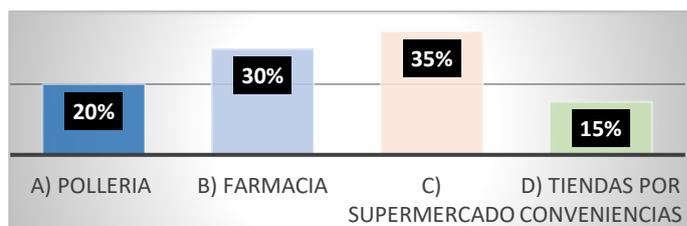
Según la encuesta realizada a las personas el 54% son femenino el 46% son masculinos.

Figura 4. ¿Usted es el representante de llevar acabo las compras de la empresa?



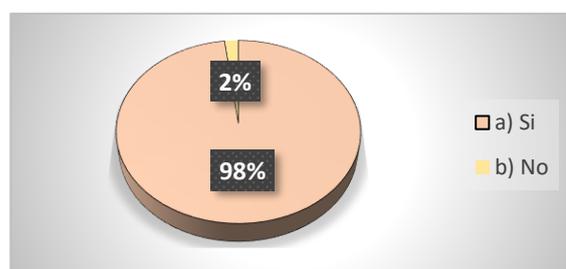
Según la encuesta se determina que el 100% de los representantes encuestados realizan las compras de manera adecuada.

Figura 5. ¿A qué rubro pertenece la empresa?



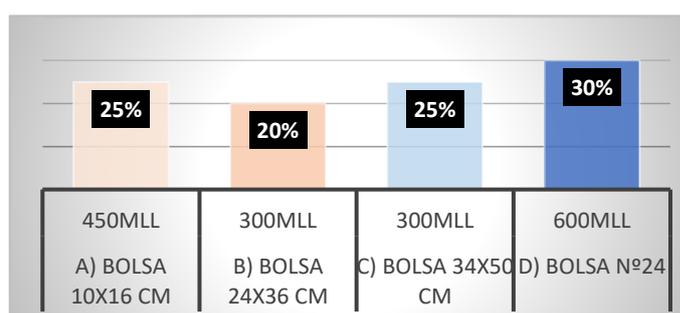
Gran parte de las personas encuestadas indicaron que el 35% son supermercados ,30% farmacia, 20% pollería y por último el 15% de tiendas por conveniencias se encuentran ubicados en ATE

Figura 6. ¿Comprarías bolsas de papel kraft biodegradable para empaquetar sus productos en lugar de usar bolsas plásticas?



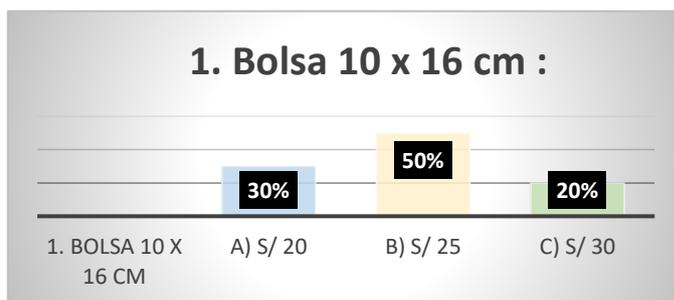
Según la encuesta realizada a las empresas el 98% está dispuesto a comprar nuestra bolsa de papel kraft y el 2% no está dispuesto.

Figura 7. ¿De las diferentes medidas, que cantidad compraría anualmente?

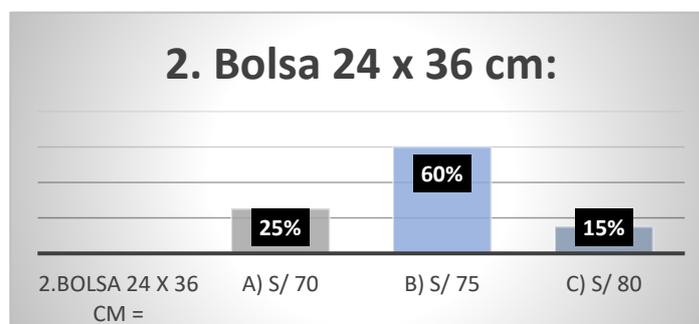


Según la encuesta realizada anualmente comprarían el 30% de la bolsa Nº25, 25% de bolsa 10 x 16 cm ,25% de bolsa 34 x 50 cm y el 20 % de bolsa 24 x 36 cm que nos comprarían.

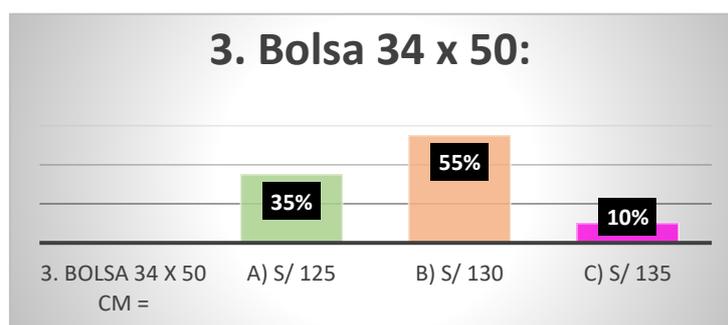
Figura 8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?



Según la encuesta realizada el 50% indica que el precio a pagar del papel kraft debería ser de s/25, el 30% indica que el precio debería ser s/ 20, el 20% piensa que debería ser s/30.



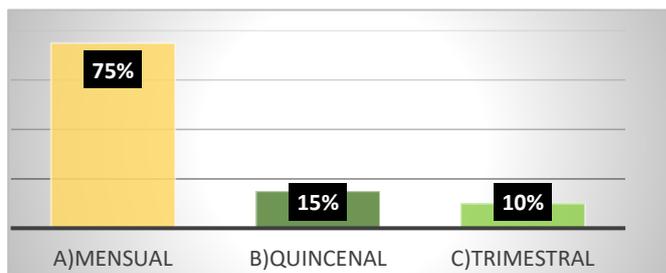
El precio establecido por la bolsa de 24 x 36 cm el 60% de las personas están dispuesto a pagar s/75, el 25% indica que el precio debería ser de s/70 y el 15% piensa que debería ser de s/80.



Según la encuesta realizada el 55% de las personas están dispuestos a pagar s/130

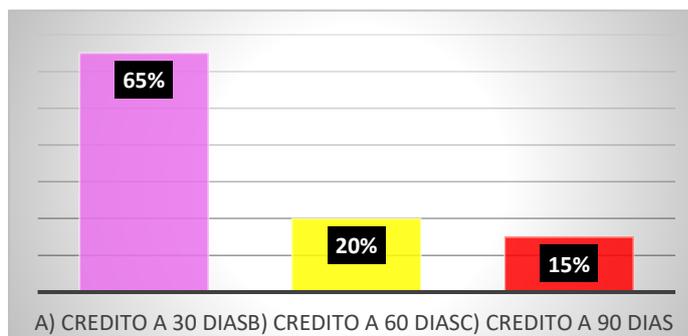
El precio de las bolsas nº25 el 65% de las personas encuestadas están dispuestos a pagar s/135, el 10%

Figura 9. ¿Cada que tiempo compraría las bolsas de papel kraft?



Según la información realizada, el 75% de los encargados están dispuestos a comprar mensual las bolsas de papel kraft, el 15% trimestral y 10% semestral.

Figura 10. ¿Cuál sería su forma de pagar?



Según la encuesta realizada el 65% de las personas su forma de pagar sería crédito 30 días hábiles, 20% sería créditos a 60 días y 15% sería créditos a 90 días.

1.3 Análisis de la empresa (Michael Porter)

1.3.1 Competidores Actuales:

Existen muchas empresas dedicadas al rubro de bolsas de papel kraft, es un mercado extenso donde la tecnología influye mucho en el rubro. La competencia genera enfrentamiento en cuanto a precio, calidad y facilidades de pago, Rotapapel tiene una barrera de diferenciación en cuanto al asesoramiento del diseño teniendo en cuenta para que rubro va dirigido y la calidad que se le brinda.

Rotapapel cuenta con 2 competidores directos en el mercado laboral en el cual se encuentra muy reñido, entre ellos tenemos a la empresa Schroth Corporación Papelera Y Consersa:

Tabla 5. Cuadro de los competidores directos.

CUADRO DE LOS COMPETIDORES DIRECTOS	
Corporación Papelera Schorth (SCP)	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa dedicada a la importación, elaboración y comercialización de bolsas kraft. • Tiene 2 marcas posicionadas en el mercado como: Kero y Gallo • Venden otros productos para oficina. • Cuentan como muchos años de experiencia. • http://www.scp.com.pe/es/index.php
Conversión y Servicios S.A (CONSERSA)	<ul style="list-style-type: none"> • Venden sus productos a nivel nacional e internacional, además fabrican sacos de papel. • Imprimen sus bolsas con logos personalizados. • Comprometidos con el cuidado del medio ambiente. • Tiene más de 28 de experiencia. • https://www.consera.com.pe/about

Fuente: elaboración propia

1.3.2 Fuerza negociadora de los proveedores:

Nuestro principal insumo para la elaboración de bolsas de papel kraft son bobinas biodegradables que serán fabricadas en nuestro país ya que la sociedad recién se está dando cuenta de cómo proteger el cuidado del medio ambiente.

En el Perú encontramos los siguientes proveedores:

- Papelera Nacional S.A
- Trupal S.A

En caso de que nuestros 2 proveedores nacionales no satisfagan nuestras necesidades, se importará bobinas de papel kraft biodegradables de los siguientes países:

- Papierfabriek Doetinchem bv (Holanda)
- Euripack (España)
- Bio papel S,A,B de C.V (México)

Existen diversos insumos necesarios para la fabricación de bolsas ecológicas

- Tintas para impresión – **VELCAR S.A.C.**
Empresa dedicada a la producción y manejo de marketing en tintas a prueba de agua por mayo y menor, logrando cubrir las expectativas del cliente.
- Goma para la bolsas - **MARCOLA S.A**
Empresa dedica al rubro de pegamento para todo tipo de artículo con años de experiencia en el mercado laboral, eficiente y puntual.
- Pegamento para los clisse – **TESSAPRINT S.A.**
Empresa dedicada al rubro de pegamento exclusivamente para clisse, su público objetivo son las empresas industriales que tiene el segmento de impresión personalizado.
- Polímero de impresión - **FLEXOPRINT S.A.**
Empresa dedicada a realizar planchas de polímeros con logos, frases o comentarios, entre otros, pero personalizados brindando asesoramiento como ventaja competitiva.

1.3.3 Fuerza negociadora del cliente

Nuestras bolsas de papel kraft bioecológicas está dirigido a B2B que están asesorados para ofrecer productos a consumidores finales a continuación se mencionara los siguientes rubros que son:

- Panadería
- Pollería
- Supermercado
- Boticas
- Minimarket,etc

Desarrollo y habito de compra:

- Aquellos clientes que compran a diario distintos productos, pero que buscan deshacerse de la contaminación ,por ellos están evitando la compra de bolsas plásticas sustituyéndolas por las bolsas de papel de esa forma contribuyen el medio ambiente de manera positiva
- Es un sector casi nuevo porque estamos cambiando las bolsas plásticas por las bolsas de papel kraft.
- Nuestro poder de negociación con el cliente es medio porque vamos a cambiar el paradigma del consumo de bolsas plásticas por las bolsas de papel biodegradables.

1.3.4 Amenaza de productos sustitutos

La calidad de productos que brindamos a nuestros consumidores son bolsas degradables, a continuación, se mencionara los productos que serán remplazados por las bolsas plásticas:

- Canastilla de paja de mano
- Empaques de bolsas de tela

Estos productos mencionados están hechos con materiales bioecológicos que nos ayudaran a reducir la contaminación ambiental.

1.3.5 Competidores potenciales barreras de entrada

El empresario, campo (2018) menciona que “existen organizaciones locales orientadas al uso de las tecnología fotodegradables y biodegradables” (p,10); lo que generaría un impacto positivo.

1.4 Plan Estratégico De La Empresa

Tabla 6. Análisis Foda

FORTALEZA	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Los productos que vende Rotapapel busca cuidar el medio ambiente 100 % biodegradable. • Contamos con una parte de capital propio como parte de la inversión • Los precios son competitivos y los diseños exclusivos y personalizados. • Producto innovador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de búsqueda de proveedor • Somos una marca nueva, lo cual no se encuentra posicionada en el mercado laboral. • Su costo de la materia prima depende de la inflación del dólar, si en algún momento se necesite importar.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • El estado peruano a través de la ley N°2696 – CR, busca reemplazar las bolsas plásticas por bolsas de papel biodegradables. • Pocas empresas se dedican a este rubro lo que hace que nuestro poder de negociación con el cliente sea alto. • En la actualidad la población tiende a consumir productos biodegradables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las empresas productoras de bolsas plásticas, optan por cambiar de rubro a bolsas de papel kraft. • La costumbre de consumir bolsas plásticas. • En cuanto al precio: las bolsas plásticas son más económica que las bolsas de papel kraft

Fuente: elaboración propia

1.4.2 Visión

Ser una empresa líder nacional en la comercialización y diseños de bolsas ecológicas, alcanzando la satisfacción de todos nuestros clientes con el compromiso de mejorar en nuestro proceso productivo.

1.4.3 Misión

1.4.4 Somos una empresa dedicada a la producción, comercialización y venta de bolsas de papel kraft biodegradables, brindando asesoramiento con diseños personalizados para las principales empresas en el sector de Ate, con la finalidad de generar valor a tu empresa y conservar el medio ambiente.

1.4.5 Valores

- Respeto
- Compromiso
- Calidad
- Responsabilidad
- Transparencia

1.4.6 Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos de la empresa Rotapapel son los siguientes:

- Manejar las redes sociales de manera óptima, dando a conocer la calidad de producto que ofrece la empresa Rotapapel, con la finalidad de abarcar todo el territorio de Ate.
- Realizar encuestas periódicamente para analizar la satisfacción del cliente en cuanto al producto ofrecido, incrementando nuestras ventas a un 15% el primer año.
- Se tendrá un empleador totalmente capacitado en ventas para concretar o cerrar negociaciones.
- Mantener un trato adecuado, directo y saludable con nuestros proveedores para negociar precios de nuestros insumos principales para la fabricación de las bolsas kraft.
- Tener un proceso adecuado y optimizado para cada área reduciendo recursos y tiempos.
- Realizar promociones por fiestas festivas con el fin de incrementar las ventas 20%.

1.4.7 Estrategia del negocio

Estrategia de negocio de la empresa Rotapapel:

- Asesoramiento rápido para dar respuesta a la necesidad del cliente.
- Atención personalizada para la fabricación de bolsas de papel, cumpliendo las expectativas del cliente.
- Precios competitivos.
- Puntual en la entrega del producto.
- Insumos de fabricación certificado.
- Delivery incluido.
- Ventas de productos vía online.

Figura 11: Estrategia de negocio de la empresa Rotapapel



Fuente: Elaboración propia

1.4.8 Fuentes generadoras de la ventaja competitiva

La empresa Rotapapel aplicara las siguientes estrategias de DIFERENCIACION:

- Para realizar la elaboración de bolsas ecológicas se requiere contar con materias primas, sustancias y asesorías para los diseños personalizados generando un impacto positivo.
- Rotapapel ofrece productos de calidad que mejoran el cuidado ambiental
- Una de las ventajas competitivas de rotapapel es que brinda distintos tamaños y diseños innovadores personalizados con tinta de agua y goma ecológicas de esa forma ayudamos a que la población tome conciencia sobre el cuidado del planeta.
- Se manejará el canal de delivery de forma gratuita para llegar a todos nuestros clientes.
- Se realizará encuestas Online para validar la respuesta el cliente frente a nuestros productos, como también aperturando un buzón de reclamos y recomendaciones para mejorar y cubrir sus expectativas.
- Se brindará obsequios como lapiceros, revistas, polos, gorras con el logo de Rotapapel.

Figura 12: Contaremos con un diseñador grafico



Fuente: Elaboración propia

1.5 Plan de Marketing

1.5.1 Objetivos de Marketing

- a) En 5 años alcanzar las ventas de 300,00 millares de bolsas del papel Kraft.
- b) Mantener el precio por mayor a todos nuestros clientes fijos y a los clientes nuevos que solo adquieren poca cantidad dar el precio normal.
- c) Incrementar las ventas e ingresos a un 50% para el año 2026.
- d) Conseguir el 40% de participación en el mercado competitivo.
- e) Contar con suficiente stock para satisfacer las necesidades de nuestros clientes reales y potenciales.
- f) Distribuir al 100% en todo el territorio de Ate, pollerías (delivery), farmacias, panaderías, supermercados y tiendas por departamento durante el primer año.
- g) Dar a conocer que nuestra empresa sea reconocida por vender bolsas de papel biodegradables, de calidad y con diseños personalizados con la asesoría de Diseñador Gráfico.

1.5.1 **Marketing mix**

El experto en Marketing mundialmente define el Marketing Mix o Mezcla Mercadotecnia como una estrategia para atraer al consumidor digital utilizando herramientas clásicas para planificar que ofrecer y como ofrecer. Philip K. (s.f) explica que se debe analizar las 4 variables (precio, plaza, producto y promoción) principales para lograr el objetivo principal que tiene como finalidad atraer y fidelizar al cliente, de forma resumida es colocar el producto, en el lugar adecuado, en el momento oportuno y aun precio accesible.

Figura 11. Bolsa con logo



Fuente: Elaboración propia

1.5.2 Descripción de producto o servicio

El producto que estamos elaborando son bolsas de papel degradables que será ofrecido a clientes de diferentes rubros, estos pueden ser personalizados según el requerimiento del cliente al cual está dirigido.

Marca

Hace referencia a todos los clientes que cuentan con un negocio, emprendimiento o empresa con la estrategia de promocionar sus productos, cuidando su salud y la del medio ambiente.

a) Slogan

“BOLSAS DE PAPEL BIODEGRADABLE”

Nuestro producto está caracterizado, por tener fácil descomposición de manera natural y con logos personalizados.

C) Logotipo

El logotipo (Rotapapel SA – Bolsas Biodegradable)

Figura 12. Logo Rotapapel S.A



Fuente: Elaboración propia

b) Materiales para la fabricación

Figura 13. Materiales para la fabricación

Materiales Para La Fabricación

<p>PAPEL KRAFT</p> 	<p>GOMA LATERAL</p> 	<p>GOMA DE BASE</p> 
<p>RAFIA</p> 	<p>CAJA (EMPAQUETADO)</p> 	<p>CINTA DE EMBALAJE</p> 

Fuente: Elaboración propia

Nota. La figura detalla los materiales que se requiere para la fabricación. Elaboración propia.

1.5.3 Estrategia de precio

La estrategia para nuestro producto será adquirir un margen de ingresos y establecer un crecimiento en el transcurso del tiempo.

Rotapapel cuenta con el personal capacitado y con experiencia necesaria para realizar la fabricación de los productos a costos mínimos de mano de obra, recibiendo inducción sobre eficiencia y eficacia.

El precio del producto será variado ya que ofreceremos diferentes tamaños de bolsas.

Tabla 7: Cuadro de precios

Tiendas	Precios de bolsas Kraft
Supermercados y Panaderías	Millar (caja x Millar)
24 X 36 cm.	S/75.00
34 x 50 cm.	S/130.00
Por conveniencia y Pollerías	
N°25	S/135.00
Farmacias	
10 x 16 CM	S/25.00

Fuente: Elaboración propia.

1.5.4 Estrategia de distribución de plaza

Rotapapel estará ubicado en el distrito Chaclacayo – Ñaña misma carretera central siendo ahí el punto de fabricación, ventas y despachó, se implementará una página web donde los clientes podrán visualizar las diferentes medidas de las bolsas, ubicación, teléfonos y también será un medio de venta Online para cubrir las necesidades del cliente.

Figura 14. Ubicación de la plaza



Fuente: Extraído de Google Maps

Figura 16: Proceso del producto – ROTAPAPEL



Fuente: Elaboración propia

1.5.5 Estrategia de promoción

La empresa Rotapapel mediante diversas publicidades lograra adquirir clientes donde debe informar y convencer de manera amplia sobre las diversas variedades de productos, la empresa utilizara dichas herramientas para promocionar el producto.

Como estrategia publicitaria tenemos lo siguiente:

- Lanzaremos spots publicitarios con mensaje subliminal que serán transmitidos por emisoras de radio local.
- Participaremos en diversas ferias organizadas por las municipalidades y organizaciones.
- Enviaremos muestras de bolsas a clientes que quieran conocer nuestros y quieran adicionar un valor agregado a su negocio o empresa.
- Distribución de tarjetas de presentación para los que desean personalizar sus bolsas.
- Crearemos nuestra página web para dar a conocer el catálogo de nuestros productos.

Figura 15. Gorra con logo



Fuente: Elaboración propia

Figura 16. Llavero con logo



Fuente: Elaboración propia

Figura 17. Tarjeta con el logo



Fuente: Elaboración propio

1.5.7 Estrategia de Servicio al cliente o postventa

La estrategia será brindar una buena atención a nuestros clientes, por el contaremos con una persona encargada.

- a. Realizar el cambio de las bolsas en caso se encuentran en mal estado.
- b. Brindar información sobre los beneficios de nuestro producto.
- c. Otorgar descuentos a todos los clientes que compran en mayor cantidad.
- d. Enviar información de todas las medidas que comercializamos.
- e. Enviar por correo las boletas y facturas electrónicas emitidas.
- f. Personalizar el trato a nuestros clientes.
- g. Otorgar una propuesta rápida ante cualquier duda, para que no afecte la decisión de compra.
- h. decisión de compra.

Figura 20: Estrategia de servicio post venta



Fuente: Elaboración propia

1.5.8 Estrategia de posicionamiento

- a. Asesoramiento de un diseñador gráfico vía teléfono y correo, para personalizar los diseños de las bolsas kraft al gusto del cliente.
- b. Brindar descuento por fechas festivas de 20% a 50%.
- c. Los productos serán entregados en la hora, fecha y destino asignado.
- d. Cada cliente recibirá una revista informativa sobre el uso de las bolsas de papel kraft y su aporte al medio ambiente.

1.6 Plan de Operaciones**1.6.3 Objetivos de operaciones****a) Capacidad diseñada**

La planta de producción tiene una capacidad diseñada de producir 1200 millares mensuales en cuanto a bolsas para panaderías.

En cuanto a bolsas Pestilleras para farmacias 3000 mil millares mensuales.

En cuanto a bolsas Pollerías y tiendas Por departamento 1350 millares mensuales.

b) Capacidad instalada

La planta de producción tiene una capacidad instalada de producir mensualmente las siguientes cantidades:

- Bolsas panaderías 1150 millares.
- Bolsas pestilleras 2250 millares.
- Bolsas Delivery 1300 millares.

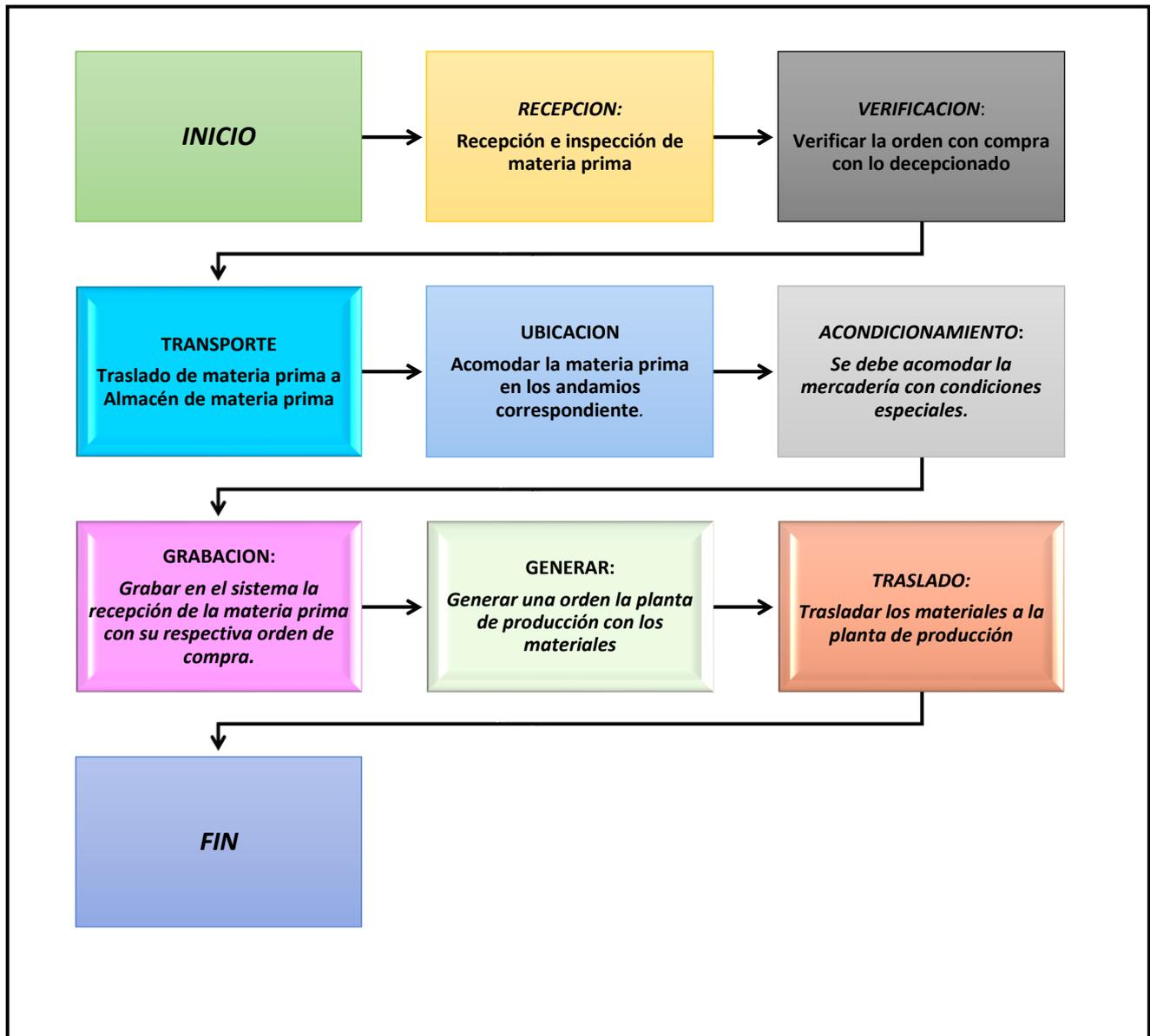
c) Capacidad real

La planta de producción tiene una capacidad de fabricar sin ningún problema mensualmente las siguientes cantidades:

- Bolsas panaderías 1112 millares.
- Bolsas pastilleras 2212 millares.
- Bolsas Delivery 1262 millares.

1.6.2 Actividades previas al inicio de la producción

Figura 21: Recepción de los Materiales



Fuente: Elaboración propia.

1.6.3 Proceso de producción del bien o servicio

a) Materia prima

Se realiza la cotización de los materiales requeridos para la fabricación de las bolsas previo con el proveedor una vez confirmado el pedido se realiza la orden de compra teniendo en cuenta los altos estándares y certificados de calidad.

A) Ubicación y almacenamiento de la materia prima

Se depreciona los materiales y se verifica con la orden de compra la cantidad y calidad solicitada.

Lo cual se almacena en su determinado andamio totalmente señalizado e iluminado con total seguridad.

b) Traslado de materia prima

En esta etapa el personal encargado de materia prima teniendo como base la orden de producción traslada la bobina de papel, gomas, cajas, cinta de embale y rafia al área de producción entregándole al maquinista responsable.

c) Aprobación del diseño y clisse

En esta etapa se le entrega el clisse al maquinista, previa aprobación del cliente con el encargado (diseñador).

d) Proceso de armado de bolsa

Se sube la bobina para posteriormente armar la bolsa en la medida que el cliente lo solicite.

e) Cuadre de clisse

Posteriormente se cuadra el diseño (clisse) con el color solicitado en su orden de compra (pedido de venta).

f) Pegado de gomas

Ya se tiene armado la bolsa, se tiene cuadrado el clisse, como último paso se pega la goma líquida en el parte lateral de la bolsa y la goma espesa en la base de la bolsa.

g) Proceso de acabado

Se amarra con rafia de 500 unidades, se coloca en una caja de 1 millar, se cierra con cinta de embalaje y se coloca una etiqueta mencionando la descripción del producto y cantidad.

h) Proceso terminado y almacenado

Dentro de la empresa hay un espacio regular para almacenar los stocks que se realizan de cada impresión, previo acuerdo con el cliente para su siguiente pedido como producto terminado que salen de máquina para no dañarlas, con las medidas de seguridad adecuada.

1.7 Diseño de estructura y plan de recursos humanos

1.7.1 objetivos de recursos humanos:

- Obtener buen control del ingreso a planta, productividad, eficiencia y eficacia.
- Identificar la mejora en el área de producción.
- Identificar la productividad del personal y optimizar las actividades que realizan.
- Adquirir nuevas formas y métodos para la selección del personal donde descubriremos ciertas habilidades que poseen cada uno de ellos, la cual es indispensable para la empresa, con el objetivo de ser una organización compuesta por el personal altamente calificado.

1.7.2 Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal

a) Estrategia de reclutamiento

Contará con un sitio web donde ofreceremos oportunidades laborales como: CompuTrabajo, redes sociales como también en la página del distrito de Chaclacayo. De la misma manera la misma página web de Rotapapel tendrá una pestaña donde enviaran su currículum vitae las personas interesadas en formar parte de la empresa. Para la selección del personal se tendrá en cuenta la experiencia, valores, actitudes, trabajo en equipo y trabajo bajo presión.

b) Estrategia de selección

Se revisará los curriculum vitae, observando sus habilidades, a la vez se realizará una entrevista personal para conocer un poco más acerca del personal que postula, y es indispensable poner a prueba sus habilidades 2 días e ir especificando las funciones que se realiza dentro del área de producción.

c) Estrategia de contratación

Para la contratación del personal se realizará una entrevista con el administrador y el postulante para que valide los conocimientos para la correcta selección, así también se le brindara la suficiente información necesaria de la empresa y las funciones a realizar, asimismo en el contrato se le especificara la remuneración, tiempo de contrato y horario a laborar.

1.7.3 Diseño del perfil del puesto

Se detallará los perfiles de cada área en el anexo 2,3,4 y 5 con el que esta conformada la empresa Rotapapel.

1.7.3 Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal**a) Estrategia de Inducción**

El administrador estará encargado de la inducción del personal seleccionado para formar parte de la organización, a la vez tiene que brindar toda la información necesaria, para que se incorpore a su puesto de trabajo, se la dará la bienvenida correspondiente y se le monitoreara para ver el grado de conocimiento que posee el colaborador y el compromiso con la empresa.

b) Estrategia de capacitación

Se realizará constantemente capacitaciones al personal para mejorar y aplicar los conocimientos aprendidos mediante las instrucciones, el área encargada de capacitar será con un experto en Psicología Industrial y así el colaborador pueda establecer, metas, compromiso, objetivos y pueda estar motivado y genere confianza al personal para un mejor desempeño eficaz.

c) Estrategia de evaluación de personal

Se realizará una evaluación de desempeño que será a través de un análisis y supervisión en la que permitirá medir su rendimiento laboral de cómo está realizando su función en su área y así se podrá analizar cómo está optimizando los recursos y como se relaciona con sus compañeros.

1.7.4 Estrategias de motivación y desarrollo del personal

La empresa "Rotapapel s.a.c" manejará un sistema estratégico-táctico de motivación y desarrollo del colaborador en la que nos permitirá llevar una mejoría en la organización. A continuación, la siguiente estrategia que aplicaremos en la empresa es lo siguiente:

- a. Establecer un ambiente saludable donde la comunicación fluya de forma armónica entre todos los colaboradores con el objetivo de interactuar.
- b. Se otorgará incentivos de bonos salariales al personal que tenga más productividad.
- c. Se otorgará bonos alimenticios al personal que tenga mayor productividad.
- d. Planificar horarios donde el personal pueda rotar ya sea de día o noche
- e. El personal podrá compartir diversas opiniones para la mejora de la organización.
- f. Se otorgará constancia de reconocimiento laboral.
- g. Establecer confianza y comunicación con el colaborador.
- h. Brindar charlas y cursos gratuitos al colaborador.

1.7.5 Políticas de remuneraciones y compensaciones

La empresa aplicará sus políticas de remuneraciones y compensaciones donde nos permitirá poder motivar y retener a los mejores recursos humanos.

A continuación, presentaremos las siguientes políticas de remuneraciones y compensaciones:

- a. El personal adquirirá una remuneración fija
- b. Recibirán bonos por tener mayor productividad
- c. Los pagos se realizarán previo acuerdo con el personal ya sea semanal o quincenal
- d. Brindar un incentivo por el cumpleaños del colaborador.
- e. Se brindará todos los beneficios de la ley

Tabla 8. Planilla de remuneraciones

PLANILLA DE REMUNERACIONES									
Cargo	Sueldo Fijo	Cantidad de empleados	Sueldo fijo x 3	Gratificación	Bono especial	CTS	Essalud	Total, mes	Total, año
Administrador	1,500	1		250,00	25,00	145,50	135,00	2,055.5	24,666
Contable									
Vendedor	1,200	1		200,00	18,00	96.30	90.50	1,604.8	19,257.6
Operario	930,00	3	2,790	465,00	90,00	270,00	251,1	3,866.1	46,393.2
Diseñador	1,100	1		150,00	25,00	85,00	79,00	1,439.00	17,268.00
Grafico									
TOTAL ANUAL									S/107,584.8

Fuente: Elaboración propia.

Nota. En la tabla se detalla la remuneración fija con todos sus derechos.

1.8 Plan Financiero

1.8.1 Historia financiera de Organización

El plan de negocio de la empresa Rotapapel se enfoca en la fabricación y comercialización de bolsas de papel kraft. Teniendo como idea dicho plan de negocio en el año 2020 posteriormente se llevó a cabo el planeamiento estratégico y finalmente se realizó una inversión en el 2022.

Está formada por 3 accionistas con gran interés de superación y un enfoque al cuidado del medio ambiente.

Se tiene la experiencia, la formación profesional y el entusiasmo en el plan de negocio.

Se realizó la proyección de costos y ventas para la producción de bolsas de papel kraft con diseños personalizados para evitar el consumo de bolsas plásticas y cuidar el medio ambiente. Se cuenta con la capacidad de inversión del 60% para la producción de bolsas de papel con impresión de logos personalizados, además aportando de manera significativa al ecosistema y la salud humana ya que las bolsas plásticas tarda 100 años en degradarse.

Es un producto esencial de gran utilidad porque además de utilizar como transporte de compra, sirve para dar a conocer la imagen como publicidad del negocio o empresa. No tiene fecha de caducidad es principalmente un producto reutilizable con el uso constante que se le brinda se va desgastando porque es biodegradable. No tiene historial financiero.

1.8.1 Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

La idea de negocio ofrece 4 tipos de productos en su fase inicial, en el cual se ampliará de acuerdo a la demanda o necesidades de nuestro público objetivo. Se realizará un análisis de ventas y cuadros financieros con proyección de 5 años.

Proyección de 5 años – Rotapapel

- Ejecución de actividades: enero 2022.
- Se trabajará con moneda nacional (PEN).
- Los despachos serán de 5 a 10 días hábiles.
- Los pagos serán contra entrega o 30 días de crédito.

Ventas anuales en 5 años, cuadro financiero es el siguiente:

Tabla 9. Ventas anuales en un periodo de 5 años

PRODUCTO	PRECIO	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
BOLSA 10 X 16 CM.	S/ 25.00	421	462	600	690	780
BOLSA 24 X 36 CM.	S/ 75.00	446	520	610	720	860
BOLSA 34 X 50 CM.	S/ 130.00	530	590	710	830	980
BOLSA N°25	S/ 135.00	615.76	674.48	670.1	738.17	1243.95
TOTAL UNIDADES		2012.76	2246.48	2590.1	2978.17	3863.95
TOTAL VENTAS ANUAL		S/ 196,002.52	S/ 218,304.21	S/ 243,512.85	S/ 278,802.83	S/ 379,333.30

Fuente: Elaboración propia

Nota. El volumen de ventas, mostrando en moneda nacional

Los costos fijos y variables anuales de la empresa rotapapel es el siguiente:

Tabla 10. Costos Totales Anuales

COSTOS ANUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS VARIABLES	S/ 57,450.00	S/ 66,430.00	S/ 78,700.00	S/ 97,660.00	S/ 131,800.00
COSTOS FIJO	S/ 112,024.00				
COSTO TOTAL	S/ 169,474.00	S/ 178,454.00	S/ 190,724.00	S/ 209,684.00	S/ 243,824.00

Fuente: Elaboración propia.

Nota. Elaboración de los costos totales anuales en un periodo de 5 años.

1.8.2 Plan de ventas de la empresa

Según lo investigado se tiene un mercado estimado, en el cual la venta representa el 1 e r año 2007 unidades, va creciendo de forma adecuada desde 1 % hasta el 15% para el quinto año en el cual representa 3 863.95 unidades en el plan de ventas.

Tabla 11. Crecimiento de ventas

CRECIMIENTO DE LAS VENTAS -ROTAPAPEL					
VOLUMEN DE VENTAS ANUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2012.76	2246.48	2590.1	2978.17	3863.95

Fuente: Elaboración propia.

Nota. Plan de ventas en un periodo de 5 años.

1.8.3 Análisis de costos

Se analiza los costos variables y costos fijos que aproximadamente suman un 98% de ventas en el total del mes, obteniendo para el quinto año un 50 % equilibrado. La empresa no pagara del alquiler porque es un bien inmueble de uno de los accionistas, representando un porcentaje de ganancia mayor.

Tabla 12. Análisis de costos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS TOTALES	S/ 196,002.52	S/ 218,304.21	S/ 243,512.85	S/ 278,802.83	S/ 379,333.30
COSTOS TOTALES	S/ 169,474.00	S/ 178,454.00	S/ 190,724.00	S/ 209,684.00	S/ 243,824.00
TOTAL	S/ 26,528.52	S/ 39,850.21	S/ 52,788.85	S/ 69,118.83	S/ 135,509.30

Fuente: Elaboración propia.

1.8.3.1 Costos Variables

Es todo aquel costo que varía dependiendo de la demanda de producción. Mientras mayor sea la demanda mayor costo variables tendrás y si el nivel de productividad baja el costo variable disminuirá.

Tabla 13. Costos variables anuales

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BOLSA 10 X 16 CM.	S/ 3,500.00	S/ 4,300.00	S/ 5,200.00	S/ 6,900.00	S/ 8,500.00
BOLSA 24 X 36 CM.	S/ 10,620.00	S/ 12,700.00	S/ 15,800.00	S/ 17,560.00	S/ 25,000.00
BOLSA 34 X 50 CM.	S/ 20,100.00	S/ 23,830.00	S/ 26,700.00	S/ 33,000.00	S/ 43,600.00
BOLSA N°25	S/ 23,230.00	S/ 25,600.00	S/ 31,000.00	S/ 40,200.00	S/ 54,700.00
COSTOS VARIABLES	S/ 57,450.00	S/ 66,430.00	S/ 78,700.00	S/ 97,660.00	S/ 131,800.00

Fuente: Elaboración propia.

1.8.3.2 Costos Fijos

Es todo aquello que se debe pagar sin tener que ver el tema de producción dentro de los cuales se encuentran los siguientes puntos: planilla, luz, agua, internet – teléfono y materiales de limpieza.

Tabla 14. Costos fijos anuales totales

COSTOS ANUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PLANILLA	S/ 107,584.00				
AGUA	S/ 1,200.00				
LUZ	S/ 1,440.00				
INTERNET-TELEFONO	S/ 960.00				
MATERIALES DE LIMPIEZA	S/ 840.00				
COSTOS FIJOS	S/ 112,024.00				

Fuente: Costos fijos en un periodo de 5 años. Elaboración propia.

1.8.5 punto de equilibrio de la empresa

La empresa Rotapapel realizó su punto de Equilibrio que dio como resultado de 2007 unidades, con un ingreso de S/ 285.662 (punto donde se cubren nuestros costos fijos y variables) a un margen de ganancia del 0%.

Tabla 15. Punto cero

Precio Unitario	S/ 25.00
Costo Fijo	S/ 285.66
Punto de Equilibrio	2007

Figura 19. Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

1.8.6 Adquisición de materiales e insumos para la producción

Para el abastecimiento de insumos de papel Kraft, se encuentra con la empresa Papelera Nacional S.A, quien nos proveerá cada mes, para no tener pérdidas a futuro así mismo se ha estimado consumo mensual de 180 millares para la elaboración de Rotapapel.

1.8.7 Inversión inicial

La empresa ROTAPAPEL cuenta con una inversión inicial de **S/85,432.00**. Esta inversión nos permitirá poder realizar nuestras operaciones de manera eficaz y eficiente.

Tabla 16. Inversión inicial

	MONTO
INVERSIONES FIJAS	S/83,732.00
INVERSION TANGIBLE	S/77,062.00
Maquinaria y equipo	S/61,480.00
Equipos adicionales u otros	S/15,582.00
INVERSION INTANGIBLE	S/6,670.00
Preparación del proyecto	S/5,080.00
Licencia de funcionamiento	S/420,00
Constitución de empresa	S/1,170.00
IMPREVISTO	S/1,700.00
INVERSION TOTAL	S/85,432.00

Fuente: Elaboración propia.

1.8.8 Capital de trabajo

La empresa Rotapapel cuenta con un capital de trabajo de S/30,592.00.

Tabla 17. Capital de trabajo

EVALUACION PROYECTO EN 5 AÑOS						
Detalle	0	1	2	3	4	5
Costo Anual	-	S/290,750.00	S/400,890.00	S/420,530.00	-	-
NECESIDAD DE TRABAJO	-	S/30,592.00	S/35,560.00	S/40,890.00	S/45,590.00	S/50,590.00
INCREMENTO DE CAPITAL DE TRABAJO	-	S/1,990.00	S/1,850.00	S/3,590.00	S/3,900.00	-
Valor de recupero de capital de trabajo						S/50,590.00

Fuente: Elaboración propia

1.8.9 Fuentes de financiamiento

El monto para la inversión es de S/85,432.00 que será dividido en 2 partes, lo cual tomaremos como financiamiento al “Banco Pichincha” que nos brindará un préstamo con las siguientes restricciones

Tabla 18. Tabla de Amortización con cuota fija.

financiamiento	S/25,432.00
capital propio	S/60,000.00

Fuente: Elaboración propio

TABLA DE AMORTIZACION CON CUOTA FIJA

MONTO DE PRESTAMO	S/	25,432.00
INTERES MENSUAL		12.00%
PERIODO MENSUAL		5
CUOTA FIJA MENSUAL	S/	7,055.08

N° PERIODOS	SALDO INICIAL	CUOTA FIJA	INTERES	ABONO A CAPITAL	SALDO FINAL
0					S/ 25,432.00
1	S/ 25,432.00	S/ 7,055.08	S/ 3,051.84	S/ 4,003.24	S/ 21,428.76
2	S/ 21,428.76	S/ 7,055.08	S/ 2,571.45	S/ 4,483.63	S/ 16,945.12
3	S/ 16,945.12	S/ 7,055.08	S/ 2,033.41	S/ 5,021.67	S/ 11,923.45
4	S/ 11,923.45	S/ 7,055.08	S/ 1,430.81	S/ 5,624.27	S/ 6,299.18
5	S/ 6,299.18	S/ 7,055.08	S/ 755.90	S/ 6,299.18	-S/ 0.00

Fuente: Elaboración propia

1.8.10 Proyección de flujo de caja

Nuestro análisis de flujo de caja económico expresado de forma anual nos da s/1,990.00, visualizar en la tabla.

Y nuestro flujo de caja financiero expresado de forma anual es de s/ 19,450.00

Visualizar en el cuadro.

Tabla 19. Flujo de caja de finanzas

FLUJO DE CAJA ECONOMICO		0	1	2	3	4	5
(+)	Ingresos de efectivo		S/ 196,002.52	S/ 218,304.21	S/ 243,512.85	S/ 278,802.83	S/ 379,333.30
(-)	Costos fijos(*)		S/ 112,024.00				
(+)	Gastos de Administracion y Ventas		S/ 2,720.00				
(-)	Costos Variables		S/ 57,450.00	S/ 66,430.00	S/ 78,700.00	S/ 97,660.00	S/ 131,800.00
(-)	Depreciacion y amortizacion		S/ 8,040.50				
(=)	Utilidad antes de impuestos		S/ 7,798.00	S/ 28,723.00	S/ 52,216.00	S/ 78,256.00	S/ 91,216.00
(-)	Impuesto a la renta(29.5% de utilidad antes impuesto)		S/ 2,339.40	S/ 8,616.90	S/ 15,664.80	S/ 23,476.80	S/ 27,364.80
(=)	Utilidad despues de impuestos		S/ 5,458.60	S/ 20,106.10	S/ 36,551.20	S/ 54,779.20	S/ 63,851.20
(+)	Depreciacion y amortizacion		S/ 10,233.00	S/ 10,233.00	S/ 9,990.00	S/ 9,990.00	S/ 9,990.00
(=)	FLUJO OPERATIVO		S/ 15,691.60	S/ 30,339.10	S/ 46,541.20	S/ 64,769.20	S/ 73,841.20
(-)	Inversion Fija	S/ 54,840.00					
(-)	Inversion en capital de trabajo	S/ 30,592.00	S/ 1,990.00	S/ 1,850.00	S/ 3,590.00	S/ 3,900.00	S/ -
(+)	Valor derecupero de la inversion fija						S/ 5,450.00
(+)	Valor de recuperio del capital de trabajo						S/ 41,922.00
(=)	FLUJO NO OPERATIVO	S/ 85,432.00	S/ 1,990.00	S/ 1,850.00	S/ 3,590.00	S/ 3,900.00	S/ 47,372.00
(=)	FLUJO DE CAJA ECONOMICO	S/ 85,432.00	S/ 13,701.60	S/ 28,489.10	S/ 42,951.20	S/ 60,869.20	S/ 121,213.20

	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	S/ 85,432.00	S/ 13,701.60	S/ 28,489.10	S/ 42,951.20	S/ 60,869.20	S/ 121,213.20

Interés		S/ 3,051.84	S/ 2,571.45	S/ 2,033.41	S/ 1,430.81	S/ 755.90
Amortización		S/ 4,003.24	S/ 4,483.63	S/ 5,021.67	S/ 6,624.27	S/ 6,229.18
Préstamo	S/ 25,432.00					
Interes*29.5% = escudo fiscal		S/ 915.55	S/ 771.44	S/ 610.02	S/ 429.24	S/ 226.77

FLUJO DE CAJA FINANCIERO	S/ 60,000.00	S/ 19,450.00	S/ 28,255.00	S/ 36,123.00	S/ 45,600.00	S/ 89,100.00
---------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Fuente: Elaboración propia.

1.8.11 Análisis de rentabilidad

La idea de negocio tiene como variables el VAN Y TIR que tiene la organización al momento de realizar el incremento y descenso de los costos y precios.

Tabla 20. Análisis de rentabilidad (VAN/TIR)

IO =	85,432.00				
FLUJO DE INGRESOS		FLUJO DE EGRESOS		FLUJO DE EFECTIVO NETO	
AÑO	VALOR	AÑO	VALOR	AÑO	VALOR
1	S/ 196,002.52	1	S/ 112,024.00	1	S/ 83,978.52
2	S/ 218,304.21	2	S/ 112,120.00	2	S/ 106,184.21
3	S/ 243,512.85	3	S/ 112,320.00	3	S/ 131,192.85
4	S/ 278,802.83	4	S/ 112,520.00	4	S/ 166,282.83
5	S/ 379,333.30	5	S/ 112,720.00	5	S/ 266,613.30
TOTAL	S/ 1,315,955.71	TOTAL	S/ 561,704.00		
					-85,432.00
					83978.52
					106184.21
					131192.85
					166282.83
					266613.3
F1 =	S/ 83,978.52	VAN	S/ 456,354.08		
F2 =	S/ 106,184.21				
F3 =	S/ 131,192.85	TIR	119%		
F4 =	S/ 166,282.83				
F5 =	S/ 266,613.30				
N=	S/ 5.00				
I =	10 % tasa de interes(0.10)				
IO =	85,432.00				

Fuente: Elaboración propia.

1.8.12 Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa

La empresa Rotapapel tiene como resultado su proyecto de 5 años, donde esta detallado en el siguiente cuadro.

Tabla 21. Estado de resultados.

ROTAPAPEL S.A.C.					
ESTADO DE RESULTADOS					
PROYECTADO					
(Expresado en Nuevos Soles)					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS NETAS (ingresos Operacionales)	196,002.52	218,304.21	243,512.85	278,802.83	379,333.30
COSTO DE PRODUCCIÓN	169,474.00	178,454.00	190,724.00	209,684.00	243,824.00
UTILIDAD BRUTA	26,528.52	39,850.21	52,788.85	69,118.83	135,509.30
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	2,720.00	2,720.00	2,720.00	2,720.00	2,720.00
DEPRECIACIONES	7,707.00	7,707.00	7,707.00	7,707.00	7,707.00
AMORTIZACION	333.50	333.50	333.50	333.50	333.50
TOTAL GASTOS	10,760.50	10,760.50	10,760.50	10,760.50	10,760.50
UTILIDAD ANTES DE INTERES E IMPUESTOS	15,768.02	29,089.71	42,028.35	58,358.33	124,748.80
INTERESES	3,051.84	2,571.45	2,033.41	1,430.81	755.90
Utilidad (o Perdida) Neta Antes de IR	12,716.18	26,518.26	39,994.94	56,927.52	123,992.90
(-) Impuesto a la Renta (29.5%)	3,751.27	7,822.89	11,798.51	16,793.62	36,577.91
UTILIDAD (o perdida) NETA	8,964.91	18,695.37	28,196.43	40,133.90	87,414.99

Fuente: elaboración propia.

1.8.13 balance general proyectado de la empresa

Balance financiero proyectado en la empresa Rotapapel.

Tabla 22. Balance General

ROTAPAPEL S.A.C.						
BALANCE GENERAL						
PROYECTADO						
(Expresado en Nuevos Soles)						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE		2022	2023	2024	2025	2026
CAJA Y BANCOS	0	13,701.60	28,489.10	42,951.20	60,869.20	121,213.00
INVENTARIOS	11003.4	11003.4	11003.4	11003.4	11003.4	11003.4
CUENTAS POR COBRAR	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	11003.4	24,705.00	39,492.50	53,954.60	71,872.60	132,216.40
ACTIVO NO CORRIENTE						
ACTIVOS FIJOS		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	77602	77,602.00	77,602.00	77,602.00	77,602.00	77,602.00
DEPRECIACIONES		7,707.00	15,414.00	23,121.00	30,828.00	30,828.00
ACTIVOS DIFERIDOS	6670	6,670.00	6,670.00	6,670.00	6,670.00	6,670.00
AMORTIZACION		333.50	667.00	1,000.50	1,334.00	1,667.50
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	84272	76,231.50	68,191.00	60,150.50	52,110.00	51,776.50
TOTAL ACTIVOS	95275.4	100,936.50	107,683.50	114,105.10	123,982.60	183,992.90
PASIVOS Y PATRIMONIO						
PASIVO CORRIENTE						
CUENTAS POR PAGAR						
PASIVO NO CORRIENTE		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CREDITO REFRACCIONARIO	35275.4	35275.4	28220.32	21165.24	14110.16	7055.08
AMORTIZACION DEL CREDITO		7055.08	7055.08	7055.08	7055.08	7055.08
TOTAL PASIVO	35275.4	28220.32	21165.24	14110.16	7055.08	0
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	60000	60000	60000	60000	60000	60000
UTILIDADES ACUMULADAS						
RESULTADO DEL EJERCICIO		12,716.18	26,518.26	39,994.94	56,927.52	123,992.90
TOTAL PATRIMONIO	60000	72716.18	86518.26	99994.94	116927.52	183992.9
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	95275.4	100936.5	107683.5	114105.1	123982.6	183992.9
RESULTADO	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: Elaboración propia

1.8.14 Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa

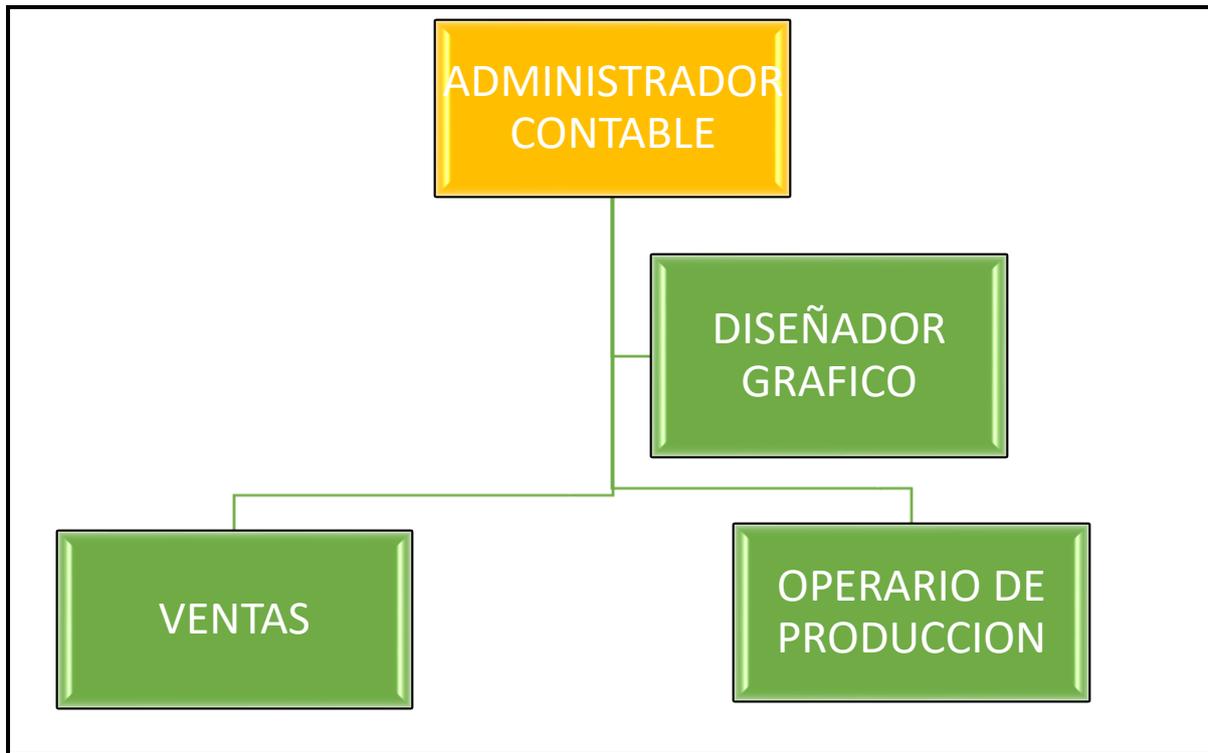
Se define como una herramienta de gestión que aprueba resultados de una inversión con la finalidad de tomar decisiones. Proporciona la probabilidad del VAN y TIR en estimaciones de un proyecto de inversión, se utilizó las siguientes variables: ventas, precio, mano de obra y maquinarias. Tiene como resultados los siguientes montos.

Tabla 23. Análisis de sensibilidad y riesgo

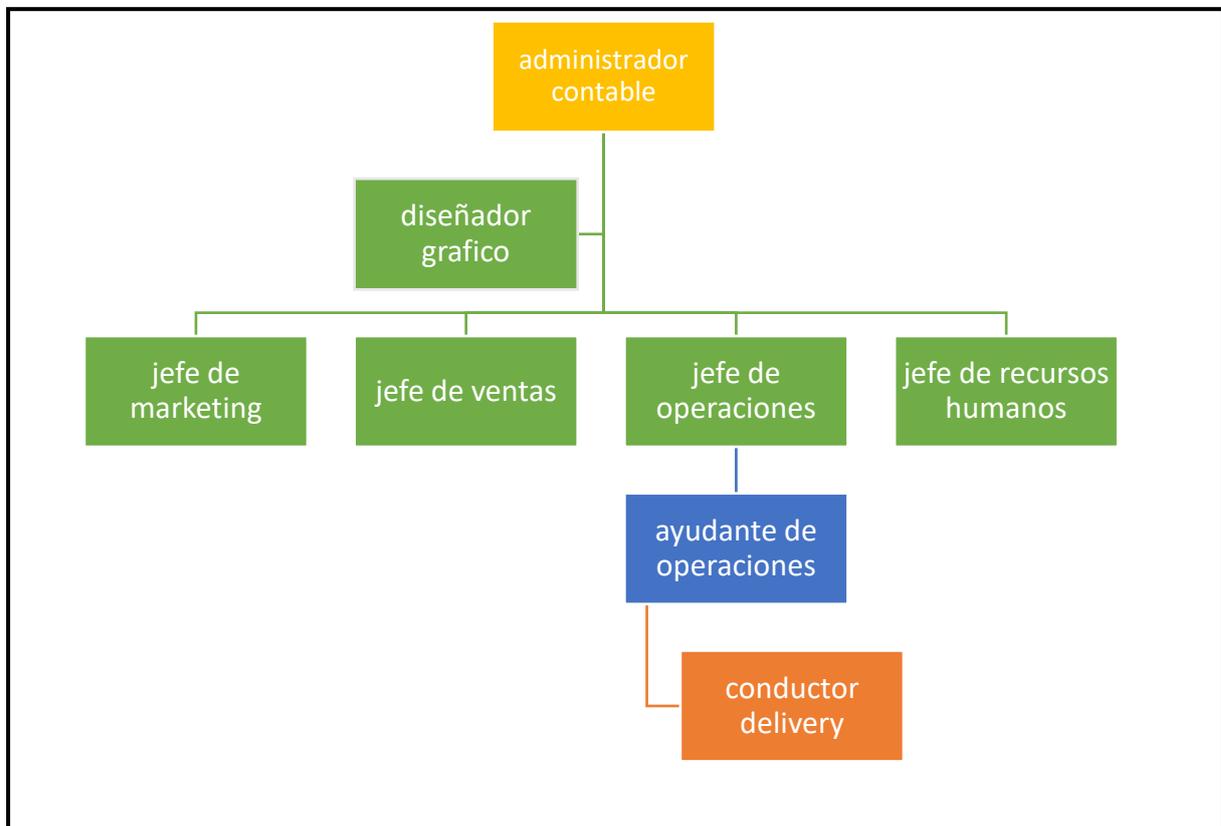
VAN	S/ 456,354.08
TIR	119%

Fuente: Elaboración propio

1.9 Descripción del equipo gerencial de la empresa



1.9.1 Organigrama a largo plazo



1.10 Conclusiones

- La empresa Rotapapel es un negocio de inversión viable porque cuenta con importantes recursos de capital, tecnológico, económico, social y ecológico que pone en marcha el plan de negocio.
- Como segundo punto manifiesta una excelente de oportunidad de posicionar y llevar a cabo el plan de negocio a largo plazo
- Como punto importante la empresa Rotapapel contribuye al cuidado del medio ambiente para la reutilización de productos biodegradables transformándolo en bolsas de papel kraft y dando una gran utilidad a la población.
- Finalmente, los cinco primeros años se tendrá una rentabilidad alta extrayendo un VAN de 456,354.08 y un TIR 119% para el año 2022.

1.11 Recomendaciones

- Nuestra prima es fabricada en el territorio nacional como internacional por lo que es necesario tener alianzas estratégicas y de compromiso con los proveedores internacionales.
- Se recomienda que las empresas de rubro de fabricación de bolsas plásticas tomen conciencia para reducir la contaminación ambiental por las bolsas plásticas tardan años en degradarse.
- Al pasar los años se implementará mas medida de bolsas kraft para cubrir las expectativas y abarcar el mercado competitivo.
- Diseñar una página profesional e implementando medios de distribución que nos permitirá cubrir el territorio nacional.

1.12 BIBLIOGRAFÍAS

- Licha, I. (2000). el análisis del entorno: herramienta de la gerencia social
Obtenido de <https://www.actiweb.es/taller-uno/archivo1.pdf>
- Anónimo, (2007). producto bruto interno trimestral obtenido de
<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-pbi-i-trim-2021.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021). obtenido de
<http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/produccion-nacional-disminuyo-1112-durante-el-ano-2020-12741/>
- Bolívar S. (2021) Tres desafíos de la economía peruana obtenido de
<https://elperuano.pe/noticia/112434-2021-tres-desafios-de-la-economia-peruana>.
- tres desafíos de la economía peruana. (2021). Obtenido por
<https://elperuano.pe/noticia/112434-2021-tres-desafios-de-la-economia-peruana>.
- Sistema nacional de información. (2019), obtenido por
<https://sinia.minam.gob.pe/novedades/ley-ndeg-30884-regula-consumo-bienes-plastico-un-solo-uso-que-generan>.
- Anónimo (2020) ventajas de la bolsa de papel obtenido por
<https://www.bolsalea.com/blog/2011/10/ventajas-de-las-bolsas-de-papel/>
- Juárez C. (2021) innovación y transformación digital, los retos que enfrenta el sector manufacturero obtenido por
<https://thelogisticsworld.com/manufactura/innovacion-y-transformacion-digital-los-retos-que-enfrenta-el-sector-manufacturero-en-2021/>
- El comercio (2018) ley para prohibir las bolsas plásticas obtenido de
<https://www.elcomercio.com/tendencias/ambiente/peru-aprueba-ley-bolsas-plastico.html>.

- Anónimo (2021) ministro de ambiente obtenido por <https://www.gob.pe/732-ministerio-del-ambiente-que-hacemos>.
- Marketing mix y sus variables (2021), obtenido por <https://www.iebschool.com/blog/marketing-mix-marketing-digital/>.
- Llin C. (2009) reducción de bolsas plásticas obtenido por <https://www.clikisalud.net/por-que-reducir-bolsas-de-plastico/#:~:text=A%20decir%20de%20la%20Secretar%C3%ADa,biodiversidad%20y%20la%20salud%20humana>.

ANEXOS

ENCUESTA PARA CLIENTES

1. Género:

A) Femenino B) Masculino

2. ¿Usted es el representante de llevar a cabo las compras en la empresa?

SI NO

3. ¿A qué rubro pertenece la empresa?

1. Pollería () 2. Farmacia ()
3. Supermercados () 4. Tiendas por conveniencia. ()

4. ¿Comprarías bolsas de papel kraft Biodegradables para empaquetar sus productos, en lugar de usar bolsas plásticas?

Sí No

5. ¿De las diferentes medidas, que cantidad comprarías anualmente?

1. Bolsa 10 x 16 cm. = 450 mll. () 2. Bolsa 24 x 36 cm. = 300 mll. ()
3. Bolsa 34 x 50 cm. = 300 mll. () 4. Bolsa N°25 = 600 mll. ()

6. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?

A. Bolsa 10 x 16 cm :

a) S/20 b) S/25 c) S/30

B. Bolsa 24 x 36 cm :

a) S/70 b) S/75 c) S/80

C. Bolsa 34 x 50 cm :

a) S/125 b) S/130 c) S/135

D. Bolsa N°25 :

a) S/130 b) S/135 c) S/140

7. ¿Cada que tiempo comprarías las bolsas de papel kraft?

1. Mensual () 2. Quincenal () 3. Trimestral ()

8. ¿Cuál sería su forma de pago?

Anexo 2 - Perfil del administrador contable- Elaboración propia

PERFIL DEL CARGO DE ADMINISTRADOR CONTABLE
OBJETIVO:
Realizar actividades administrativas y llevar un buen control en las transacciones contables. Planificar, organizar, dirigir y controlar de manera adecuada el área trabajo
COMPETENCIAS:
EDUCACION: estudiante en formación profesional con certificado en el área de administrador contable. EXPERENCIA: 2 años de experiencia mínima en el área de administrador contable
HABILIDADES:
<ul style="list-style-type: none">▪ Trabajo en equipo▪ Tomar la iniciativa en el trabajo▪ Capacidad de comunicación▪ Compromiso y responsabilidad en el trabajo
FUNCIONES:
<ul style="list-style-type: none">▪ Realizar los documentos administrativos▪ Planifica las actividades de manera adecuada.▪ Establecer los objetivos en la empresa.▪ Supervisar a los trabajadores.▪ Análisis y gestión de estados financieros.▪ Controla de manera eficaz y eficiente los recursos.

Anexo 3 - Perfil del diseñador gráfico – Elaboración propia

PERFIL DEL CARGO DE DISEÑADOR GRAFICO
OBJETIVO: Innovar la creación de bolsas kraft transmitiendo el mensaje de la marca de la empresa.
COMPETENCIAS: EDUCACION: estudiante /egresado en los últimos ciclos con certificado. EXPERIENCIA: 2 años de experiencia en diseño gráfico.
HABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Creatividad e innovación ▪ Capacidad para retroalimentar su diseño ▪ Habilidad de trabajo en equipo ▪ Dominio de la tecnología
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gráfica y diseña la forma del producto. ▪ Presenta los diseños. ▪ Selecciona los materiales más útiles para el diseño. ▪ Creación de página web y logotipos.

Anexo 4 - Perfil del personal de Ventas – Elaboración propia

PERFIL DEL CARGO DE VENTAS
OBJETIVO:
Incrementar las ventas en un mediano plazo para así generar el aumento de la productividad.
COMPETENCIAS:
<p>EDUCACION: estudiante universitario que está cursando los últimos ciclos de la carrera de marketing.</p> <p>EXPERENCIA: 3 años de experiencia mínima en puesto similares.</p>
HABILIDADES:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ser amable y explícito. ▪ Capacidad para organizar a los equipos. ▪ Motivar e incentivar a su equipo comercial. ▪ Aplica estrategias para generar más ventas. ▪ Tener una comunicación asertiva.
FUNCIONES:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lleva acabo la estrategia comercial ▪ Realiza ventas por vía llamada, online y presencial. ▪ Busca clientes externos.

Anexo 5 - Perfil del operario de producción – Elaboración propia

PERFIL DEL CARGO DE OPERARIO DE PRODUCCION
OBJETIVO:
Lograr que los productos terminados se encuentren en buen estado.
COMPETENCIAS:
EDUCACION: Secundaria completa terminada. EXPERIENCIA: 1 año de experiencia como operario de fabricación en el departamento de producción. .
HABILIDADES:
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en grupo • Tener talento para asumir las funciones asignadas por el jefe • Capacidad para solucionar cualquier problema que presenta el área de producción. • Tomar iniciativa.
FUNCIONES:
<ul style="list-style-type: none"> • Realiza control de los productos. • Supervisa el proceso de producción. • Distribución de la materia prima en el área correspondiente. • Uso adecuado de las maquinarias. • Control de la calidad de productos