



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

**“PLANTA DE TRANSFORMACIÓN DE RESIDUOS PLÁSTICOS  
EN PRODUCTOS DE USO PERSONAL PARA LA MEJORA DEL  
MEDIO AMBIENTE, ATE, LIMA, 2021.”**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de:  
**BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Presentado por:

Maykol Brayam Ore Ataucusi (0000-0001-7966-5897)

Fredy Ramiro Huacarpuma Chañi (0000-0002-4231-1507)

Erika Tahily Monago Espinoza (0000-0002-4609-9494)

Yanina Najarro Chipana (0000-0002-5476-9574)

Asesor:

Carlos Lenin Medina Sánchez (0000-0003-0811-6078)

Lima – Perú

2021

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ANEXO 6**

**ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO**

Fecha: 21 / 12 / 2021

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:

Planta de transformación de residuos plásticos en productos de uso personal para la mejora del medio ambiente, Ate, Lima, 2021.

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100072028	Oré Ataucusi, Maykol Brayam
100072034	Huacarpuma Chañi, Fredy Ramiro
100071628	Monago Espinoza, Erika Tahily
100071422	Najarro Chipana, Yanina

Para optar al grado de Bachiller en: **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	
100072028	Oré Ataucusi, Maykol Brayam	Aprobado ( 18 )	Desaprobado ( Nota )
100072034	Huacarpuma Chañi, Fredy Ramiro	Aprobado ( 18 )	Desaprobado ( Nota )
100071628	Monago Espinoza, Erika Tahily	Aprobado ( 18 )	Desaprobado ( Nota )
100071422	Najarro Chipana, Yanina	Aprobado ( 18 )	Desaprobado ( Nota )

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. Carlos Lenin Medina Sánchez

## Índice general

<b>Índice general</b> .....	<b>I</b>
<b>Índice de tablas</b> .....	<b>II</b>
<b>Índice de figuras</b> .....	<b>III</b>
<b>Resumen ejecutivo</b> .....	<b>IV</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>V</b>
<b>Capítulo I: Descripción de la empresa</b> .....	<b>10</b>
1.1. Análisis del entorno .....	10
1.2. Sondeo de mercado.....	15
1.2.1. Sondeo de mercado local .....	16
1.2.2. Análisis de las cinco fuerzas de Porter .....	16
1.2.3. Matriz de perfil competitivo .....	18
1.3. Análisis de la empresa .....	20
1.4. Plan estratégico de la empresa .....	21
1.4.1 Visión.....	21
1.4.2 Misión .....	22
1.4.3 Objetivos estratégicos .....	22
1.4.4 Estrategia del negocio.....	23
1.4.5. Fuente generadoras de la ventaja competitiva .....	24
1.5 Plan de marketing.....	25
1.5.1. Objetivos de marketing.....	25
1.5.2 Marketing mix.....	25
1.5.3 Descripción del producto.....	26
1.5.4 Estrategia de precio .....	27
1.5.5 Estrategia de distribución de plaza.....	28
1.5.6. Estrategia de la promoción .....	30
1.5.7. Estrategia de servicio al cliente o posventa.....	32
1.5.8. Estrategia de posicionamiento .....	32
1.6. Plan de operaciones .....	33
1.6.1. Objetivos de operaciones .....	34
1.6.2. Actividades previas al inicio de la producción .....	34
1.6.3. Proceso de la producción del bien.....	38

1.7 Diseño de estructura y plan de recursos humanos .....	39
1.7.1. Estrategia de reclutamiento, selección y contratación de personal .....	47
1.7.2. Estrategia de inducción, capacitación y evaluación de personal .....	48
1.7.3. Estrategia de motivación y desarrollo del personal .....	50
1.8. Plan financiero .....	52
1.8.1. Historia financiera de la empresa .....	52
1.8.2. Datos supuestos y políticas económicas y financieras .....	53
1.8.3. Plan de ventas de la empresa .....	55
1.8.4. Análisis de costos .....	57
1.8.5. Punto de equilibrio de la empresa .....	58
1.8.6. Adquisición de materiales e insumos de producción .....	60
1.8.7. Inversión inicial .....	61
1.8.8. Capital de trabajo .....	62
1.8.9. Fuentes de financiamiento .....	63
1.8.10. Proyección de flujo de caja .....	65
1.8.11. Análisis de rentabilidad.....	66
1.8.12. Estado de ganancias y pérdidas proyectado de la empresa.....	68
1.8.13. Balance general proyectado de la empresa .....	69
1.8.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa .....	70
1.9. Descripción del equipo gerencial de la empresa.....	72
1.10. Conclusiones.....	73
1.11. Recomendaciones.....	73
Bibliografía .....	74

### Índice de Tablas

Tabla N° 1: Encuesta De Expectativa Macroeconómica Del PBI .....	12
Tabla N° 2: Matriz De Evaluación De Factores Externos (Mefe) .....	15
Tabla N° 3: Matriz De Perfil Competitivo .....	19
Tabla N° 4: Foda Estratégica .....	23
Tabla N° 5: Matriz De Evaluación De Factores Internos (Mefi) .....	24
Tabla N° 6: Comparación De Precios Del Mercado .....	27
Tabla N° 5: Flujograma De Los Procesos .....	38
Tabla N° 7: Diseño De Puestos. Gerente General .....	40
Tabla N° 8: Diseño De Puestos De Administración.....	41
Tabla N° 9: Diseño De Puesto - Gerente De Producción .....	42
Tabla N° 10: Diseño De Puesto - Gerente De Marketing.....	43
Tabla N° 11: Diseño De Puesto - Operario.....	44
Tabla N° 12: Participación De Accionistas .....	53
Tabla N° 13: Inversión Total De Proyecto.....	53
Tabla N° 13: Plan De Ventas .....	55
Tabla N° 14: Cálculo De Días Laborales .....	56
Tabla N° 15: Estimación De Ventas .....	56
Tabla N° 16: Costos Fijos .....	57
Tabla N° 17: Costos Variables.....	58
Tabla N° 18: Punto De Equilibrio .....	59
Tabla N° 19: Resultados De Punto De Equilibrio .....	59
Tabla N° 20: Compra de Activos Tangibles para la Transformación Y Comercialización...60	
Tabla N° 21: Estructura De Inversión Inicial .....	61
Tabla N° 22: Inversión De Capital De Trabajo .....	62

Tabla N° 23: Calculo De Préstamo .....	63
Tabla N° 24: Calculo De Pagos .....	64
Tabla N° 25: Flujo De Caja Proyectado Renove .....	65
Tabla N° 26: Calculo De Wacc Renove.....	66
Tabla N° 27: Análisis De Rentabilidad Renove.....	67
Tabla N° 28: Estado De Ganancias Y Perdidas .....	68
Tabla N° 29: Balance General Renove .....	69
Tabla N° 30: Gestión Y Evaluación Del Riesgo .....	70
Tabla N° 31: Análisis De Sensibilidad Renove.....	71

### Índice de Figuras

Figura N° 1: Logo RENOVE .....	26
Figura N° 2: Prototipo Del Producto.....	27
Figura N° 3: Distribución.....	29
Figura N° 4: Procesos Previos .....	37
Figura N° 6: Organigrama Empresarial .....	39
Figura N° 7: Mapas De Procesos.....	44
Figura N° 8: Cadena De Valor .....	45
Figura N° 9: Layout De La Planta .....	46
Figura N° 10: Calculo De Tamaño De Mercado .....	54
Figura N° 11: Punto De Equilibrio .....	59

## RESUMEN EJECUTIVO

La principal razón de este emprendimiento es cuidar nuestro planeta, enfocándonos en un negocio sostenible, ayudando a nuestro distrito, fomentando una cultura de reciclaje y siendo un formador empresarial para que más emprendimientos o empresas se animen a seguir este movimiento de hacer negocios cuidando el medio ambiente.

Abarcamos el factor externo mediante un análisis PESTEL para conocer nuestras oportunidades y amenazas, además de nuestro factor interno para conocer nuestras debilidades y fortalezas mediante el análisis del entorno interno de todo aquello que nos afecta directamente para propiciar nuestra matriz FODA y consecuentemente las estrategias que nos permitirán definir nuestros objetivos.

Eventualmente se realizó nuestra misión general abarcando nuestra actividad correcta y el valor agregado que le damos a nuestro emprendimiento, continuamos con nuestra visión, dando a conocer nuestros objetivos a largo plazo y cómo queremos cambiar el mundo.

Así mismo se planteó nuestro marketing mix el cual nos ayudará segmentar nuestro mercado implementado estrategias boom para alcanzar nuestros objetivos como emprendimiento, se realizó datos de operaciones y financieros para llevar saludablemente el proceso de crecimiento de nuestro emprendimiento.

### ABSTRACT

The main reason for this undertaking is to take care of our planet, focusing on a sustainable business, helping our district, fostering a culture of recycling and being a business trainer so that more enterprises or companies are encouraged to continue this movement of doing business taking care of the environment. environment.

We cover the external factor through a PESTEL analysis to know our threats and opportunities, in addition to our internal factor to know our strengths and opportunities through the analysis of the internal environment of everything that directly affects us to promote our SWOT matrix and consequently the strategies that we They will allow us to define our objectives.

Eventually, our general mission was carried out, encompassing our correct activity and the added value that we give to our enterprise, we continue with our vision, making known our long-term objectives and how we want to change the world.

Likewise, our marketing mix was proposed, which will help us segment our market, implementing boom strategies to achieve our objectives as an enterprise, operations and financial data were made to carry out the growth process of our enterprise in a healthy way.

## INTRODUCCIÓN

Elocuentemente nuestro planeta está presentando grandes cambios climáticos negativos por la contaminación ambiental, además de que ya hay leyes internacionales que fomentan la conservación de la naturaleza, sin embargo, en los países en vías de desarrollo el informalismo está creciendo día a día y más con la pandemia porque dejó a muchas personas sin trabajo, haciendo un emprendimiento por necesidad, pero dentro de esas acciones.

Nosotros como emprendimiento naciente, tenemos una base de negocio sostenible porque queremos cuidar nuestro medio ambiente, focalizamos esa idea y hacerlo parte de nuestra educación social, realizando capacitaciones a la sociedad, en colegios (digital), universidades, crear un sitio de acopio de material reciclable para realizarlo de una manera más rápida porque la naturaleza no espera y se degrada.

A partir de ella, nosotros como la empresa RENOVE SAC dedicamos todos nuestros esfuerzos para transformar estos residuos de manera que, reducimos plásticos en el distrito de Ate para ofrecer al mercado productos como tomatodos, vasos, botellas eco amigables que van en concordancia con el medio ambiente.

Es por ello que esta tesis, proponemos nuestra visión, misión, valores, estrategias y datos financieros que acompañarán toda la operación sostenible que se llevará en el distrito de Ate, aquí podrá encontrar diferentes matrices y tablas que nos ayudará a ver de todos los lados posibles el ingreso de esta empresa al mercado.

## CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

### **1.1. Análisis del entorno**

#### **1.1.1. Análisis PESTEL**

El presente análisis, tiene como finalidad brindar un panorama con relación a factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales que podrían impactar en el plan de negocio.

##### **a. Análisis del entorno Político**

Actualmente en el Perú, el panorama político peruano se muestra con una inestabilidad, dado a las constante confrontaciones entre el poder ejecutivo y poder legislativo dado que se asignaron ministros cuestionados para formar el gabinete de este nuevo gobierno, estas acciones generan a que la economía del país no se reactive, por otro lado, se han establecido leyes que favorecen a las MYPES para su rápida formalización y existen posibilidades para poder crear leyes que favorezcan a la inyección de liquidez a las empresas para que recuperen su ritmo de crecimiento y generen empleo que es esencial en estos tiempos.

El gobierno actual no muestra un liderazgo ni un camino claro de las políticas públicas que quiere imponer, no se sabe mucho de las acciones que está realizando lo cierto es que hay un sector grande de la población que desapruaba el accionar de este gobierno y otro sector

que, si apoya a este gobierno, pero lo cierto es que la incertidumbre no termina.

**b. *Análisis del entorno Económico***

En los últimos años el Perú ha mostrado un ritmo de crecimiento favorable en América Latina y el Caribe, pero el 2020 con la llegada de la pandemia del Covid -19 fue un año muy difícil para el país, se declararon inmovilización social obligatorio, limitación del comercio y la producción y el PBI en el 2020 cayó 11,1% en comparación al año anterior.

En 2021 con la coyuntura del cambio de gobierno las inversiones se paralizaron, la incertidumbre creció enormemente, sumado a ello la constante subida del tipo de cambio en el país está generando que la canasta básica familiar se vea afectada, el poder adquisitivo de la moneda local pierde valor frente al dólar esto originado por alza de costos de materia a nivel internacional y la incertidumbre que genera este nuevo gobierno.

El Ministerio de Economía y Finanzas proyecta que el Perú crecería el 10.5% por el efecto rebote dado a las paralizaciones por la emergencia sanitaria, y para el 2022 se proyecta un crecimiento de 4.8%, asimismo el Banco Central de Reserva del Perú prevé que la

inversión privada crecerá 2.5 en el 2022, lo cual nuestro un panorama favorable para los inversionistas y fomentar el empleo en el Perú.

**c. Análisis del entorno Social**

**Tabla N° 1: Encuesta de expectativa Macroeconómicas del PBI**

<b>Encuesta de Expectativas Macroeconómicas del PBI 1/</b>			
<b>Fecha de encuesta</b>	<b>Analistas Económicos</b>	<b>Sistema Financiero</b>	<b>Empresas No Financieras</b>
31 de enero de 2021	9.0%	9.0%	4.5%
28 de febrero de 2021	8.9%	8.8%	4.1%
31 de marzo de 2021	9.0%	9.0%	4.5%
30 de abril de 2021	8.9%	8.5%	3.1%
31 de mayo de 2021	8.5%	8.5%	4.5%
30 de junio de 2021	9.0%	9.0%	5.0%
31 de julio de 2021	9.0%	8.0%	5.2%
31 de agosto de 2021	<b>9.0%</b>	<b>9.0%</b>	<b>6.0%</b>
<b>Expectativas anuales de 2022</b>			

**Fuente:** Encuesta de expectativas macroeconómicas BCRP 2021

La población peruana definitivamente ha cambiado muchos hábitos, entre ellos del consumo, el uso de plásticos, el ciudadano hoy en día está preocupado por obtener empleo dado que necesita ingresos económicos, aún más porque los productos básicos que forman de la canasta familiar subieron de precio.

El consumidor peruano aún no tiene una cultura amplia de reciclar, pero si están dispuestos a comprar productos que ayuden con el cuidado del medio ambiente, algunos sectores del país están

dispuestos a pagar más por un producto que ayude a reducir el impacto negativo al medio ambiente.

La población hoy en día con la vacunación se siente más segura y necesita trabajar para poder tener un sustento económico, el estado ha contribuido con subsidios económicos (bonos) que fueron un alivio temporal.

**d. *Análisis del entorno tecnológico***

El uso de la tecnología en el país ha dado un salto grande, tanto que 3 de cada 4 hogares en Latinoamérica realizan compras en línea, se estima que el comercio electrónico creció un 50% la cual es buena opción para que las empresas digitalizarán sus procesos y modernicen sus canales de venta que permite reducir los costos y seguir operando para obtener una mejor rentabilidad.

En los últimos meses el Ministerio de Transportes y Comunicaciones autorizó el uso de la tecnología 5G en el Perú la cual beneficiará de una manera óptima a las empresas para acelerar sus sistemas de atención y obtención de datos en tiempo real. Todos los análisis sostienen que la tendencia de uso de la tecnología continuará en crecimiento para los próximos años, así como los medios de pago a través de celulares, aplicativos móviles, códigos QR.

Asimismo, el uso del sistema de SAP-ERP en las empresas hacen que sean más competitivas, de manera que se puedan gestionar mejor, obtener datos que permitan tomar mejores decisiones, en las empresas, así como la que proponemos el uso de un sistema SAP es fundamental para reducir el riesgo.

***e. Análisis del entorno Ambiental***

Dado a la alta contaminación en el país y la poca cultura de cuidado al medio ambiente, hizo que la COVID 19 tenga una difusión mucho más acelerada, dejando altos niveles de mortalidad. A consecuencia de esto el país en el 2020 se somete a una cuarentena estricta, cerrando industrias, empresas.

Los investigadores en el país sustentan que la información recogida muestra que el aislamiento social ha generado un impacto positivo en la calidad de los aires en Lima Metropolitana, tanto así que se podían observar diversas aves en las playas de la ciudad cosa que mucho antes no se veían.

Otro de los muchos problemas ambientales es la contaminación del aire ocasionada por empresas e industrias que no tienen prácticas ambientales a pesar de que las leyes peruanas lo exigen, es importante entender que ser una organización sostenible no es una opción, sino una obligación.

**Tabla N° 2: Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)**

	ELABORACION DEL MEFE	Peso	Valor	Ponderación
<b>Oportunidades</b>				
<b>O1</b>	Lanzamiento de Nuevos productos al mercado	0.17	4	0.68
<b>O2</b>	Creciente demanda de productos reciclados	0.13	4	0.52
<b>O3</b>	Cambio de hábitos en la población	0.11	3	0.33
<b>O4</b>	Apoyo del estado en economía verde(reciclado) o internacional (PAGE)	0.12	3	0.36
<b>O5</b>	Entrar a un océano azul	0.15	4	0.6
<b>Amenazas</b>				
<b>A1</b>	Competencia con mayor diversidad/ menor precio/ de productos	0.11	2	0.22
<b>A2</b>	Inestabilidad política y económica	0.11	2	0.22
<b>A3</b>	Creciente delincuencia hacia las empresas	0.1	2	0.2
	<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3.13</b>

Fuente: Elaboración propia 2021

### 1.2. *Sondeo de Mercado*

A través del sondeo de mercado se recopiló información relevante que permita conocer el perfil del cliente, el comportamiento que estos tienen y ver qué características y/o beneficios buscan del producto que estamos ofreciendo en este plan de negocio.

### **1.2.1. Sondeo de Mercado Local**

Al profundizar este tema se tomarán en cuenta las 5 fuerzas de Porter y el matriz de perfil competitivo con la finalidad de identificar competidores, proveedores, clientes y productos sustitutorios.

### **1.2.2. Análisis de las cinco fuerzas de Porter**

#### **a. Poder de negociación de los clientes.**

Dentro del Distrito de Ate no existe una amplia cartera de empresas que están enfocadas a la transformación y venta de productos fabricados con residuos plásticos es por ello que el poder de negociación de los clientes, la oferta es menor a la demanda dado que la cultura de reciclaje y uso de productos transformados es muy poca, mayormente están acostumbrados a comprar productos importados de china dando prioridad principal al precio, cambiarse a productos de la competencia es relativamente baja dado a la poca oferta que se encuentra en este mercado, se pudieron identificar clientes con compras en gran volumen y también en cantidades pequeñas.

#### **b. Poder de negociación con los proveedores**

Se identificaron una cantidad limitada de proveedores de materia prima es por lo que, el poder de negociación es bajo, pudimos identificar a proveedores independientes hasta proveedores formales que se

dedican a la adquisición de residuos plásticos en las calles, departamentos. Industrias, Etc.

El valor para adquirir dichos insumos es bajo ya que se adquieren por cantidades enormes esto hace que la empresa maneje mejor los costos de adquisición, dado que podemos obtenerlo bajo créditos o descuentos que ayuden a financiarnos mejor.

***f. Amenaza de nuevos competidores entrantes***

A raíz de los cambios en el entorno y el fomento de la economía circular, algunas empresas han decidido invertir en este rubro por el rápido crecimiento que se puede observar en el mercado, no existen barreras en el país para el ingreso e instalación de nuevas industrias, que muestra pues una amenaza porque este mercado es un océano azul. El estado peruano brinda apoyo a nuevas empresas que quieran dedicarse a temas de transformación de residuos brindándoles beneficios para su instalación.

***g. Amenaza de nuevos productos sustitutos***

Actualmente con la concientización de la contaminación al medio ambiente muchos consumidores optan por consumir productos biodegradables es por lo que este rubro de productos que cuidan el medio ambiente está en crecimiento constante.

En el mercado se pueden identificar productos importados de China, India entre otros que tienen un precio relativamente bajo, pero también existen empresas como Kael Importaciones que ofrece al mercado productos eco amigables fabricados de bambú. Podemos identificar varios productos sustitutos es por la que el consumidor puede elegir diferentes marcas según su capacidad de pago.

#### ***h. Rivalidad de competidores***

La rivalidad con la competencia es baja, porque, para incursionar a este rubro se necesita un presupuesto razonable, maquinaria y tecnología, pero sí existen empresas como RECIPACK Y SECHE GROUP que ya operan en el mercado peruano, que cuenta con buena tecnología y planta transformadora muy eficiente, los competidores en este sector tienen diversos tamaños donde son más competitivos dentro del, el grado de diferenciación en los productos terminados es baja, más se esfuerzan por reducir costos y brindar un precio bajo a los clientes.

#### ***1.2.3. Matriz de Perfil Competitivo***

Esta herramienta empresarial, que facilita a las organizaciones conocer sus fortalezas y debilidades frente a la competencia que pudo identificar en el mercado.

**Tabla N° 3: Matriz de perfil Competitivo**

FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	PONDERACIÓN	RENOVE SAC		RECIACK SAC		SÉCHÉ GROUP	
		PESO	PUNTUACIÓN	VALOR	PUNTUACIÓN	VALOR	PUNTUACIÓN
Participación de mercado	0.2	2	0.4	3	0.6	4	0.8
Calidad de los productos	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Infraestructura	0.17	2	0.34	4	0.68	3	0.51
Tecnología	0.2	3	0.6	4	0.8	3	0.6
Competitividad de precios	0.18	4	0.72	3	0.54	2	0.36
Servicio al cliente	0.1	3	0.3	2	0.2	2	0.2
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2.81</b>		<b>3.27</b>		<b>2.92</b>

Fuente: Elaboración propia

#### a. Análisis de Matriz de Perfil Competitivo.

Para analizar la competencia se tomaron seis criterios que permitan ver que fortalezas tiene nuestra empresa frente a la competencia, se tomó en cuenta con mayor ponderación el criterio de participación en el mercado y la tecnología que cuenta las empresas para realizar sus actividades.

La empresa con mayor fortaleza es RECIPACK SAC dado que obtuvo la mayor puntuación en los criterios de infraestructura y tecnología con la que cuenta para realizar sus actividades.

La empresa SÉCHÉ GROUP también tiene como grandes fortalezas la participación en el mercado y la infraestructura con la que cuenta, una de sus mayores debilidades es el servicio al cliente.

Nuestra empresa RENOVE SAC tiene como fortaleza mayor la competitividad en los precios, la calidad de los productos y la tecnología con la que cuenta para enfrentar a la competencia.

### **1.3. Análisis de la empresa**

La empresa será inscrita con la denominación de RENOVE SAC, lo cual tiene el significado "renovar y reutilizar los plásticos".

#### **a. Nombre del producto**

Los productos que RENOVE SAC producirá y comercializará tendrá como nombre Toma Vive, donde Toma es por el tomatodo y Vive por el origen del tomatodo, dado que el atributo principal del producto es ser eco amigable.

#### **b. Slogan**

Hacemos que tus plásticos vuelvan a la vida, nuestra propuesta es reducir el plástico del distrito de Ate brindando tomatodos a base de reciclaje.

**c. Definición del negocio**

RENOVE SAC se dedica a la producción y venta de tomatodos elaborados a base de residuos sólidos (plásticos) para las personas que tienen conciencia con la protección y conservación del medio ambiente, principalmente sobre el uso excesivo de plásticos.

**d. Segmentación – Geográfico**

El público objetivo de RENOVE SAC son mujeres y varones de 19 años a 56 años del distrito de Ate, las cuales tienen un estilo de vida donde consumo de productos eco amigables con la naturaleza y con una misión del cuidado del medio ambiente.

**1.4. Plan Estratégico de la empresa**

El plan Estratégico nos permite desarrollar un plan de negocio tomando en cuenta los factores económicos, financieras, estratégicas y, organizativa, pues en base a estas variables se establecen la visión y misión para el logro de objetivos.

**1.4.1 Visión**

La visión de RENOVE SAC está definida de la siguiente manera:

Ser conocida como una de las empresas líder en el sector de reciclaje y reutilización con el compromiso de la reducción y conservación de los espacios públicos y generar un ambiente sostenible para las nuevas generaciones.

### **1.4.2 Misión**

La misión de RENOVE S.A.C está definida de la siguiente manera:

Somos una empresa que se dedica a la transformación de residuos plásticos en productos de uso personal y ofrecer un producto de calidad a bajo costo, y contribuyendo con la mejora del medio ambiente.

### **1.4.3 Objetivos estratégicos**

- a.** Aprovechar la tendencia creciente de uso de productos reciclados, para posicionarnos en el año 2023 como la empresa con mayor participación en el mercado.
- b.** Presentar nuestro plan de negocio a COFIDE, para obtener 80 mil soles en créditos, para el primer periodo del 2022.
- c.** Realizar un programa de capacitación trimestral dirigida a los colaboradores de producción para mejorar la calidad y buenas prácticas en el trabajo durante el 2022.
- d.** Obtener el reconocimiento como una empresa verde por parte del estado peruano, para gozar de beneficios como reducción del 2% de impuestos en el segundo periodo del 2022.
- e.** Realizar proyecciones financieras trimestrales, para poder prevenir gastos adicionales por los cambios que puede generar en la economía del mercado durante el 2022.

### 1.4.4 Estrategia del negocio

Tabla N° 4: FODA Estratégica

		Fortalezas		Debilidades	
		F1.	Producto sostenible.	D1.	Falta de experiencia en el rubro.
		F2.	Personal calificado.	D2.	Falta de cartera de clientes.
		F3.	Contamos con productos estandarizados.	D3.	Escasa inversión.
				D4.	Tercerización de procesos.
Oportunidades		1-Estrategias FO		2-Estrategias DO	
O1.	Lanzamiento de Nuevos productos al mercado.	(O3: F3)	Mediante nuestros procesos estandarizados planteamos una estrategia de entrada hacia los beneficios que da el estado a negocios verdes.	(O1:D1)	Adquisición rápida de experiencia por el lanzamiento de experiencia de nuestro nuevo producto al mercado.
O2.	Creciente demanda de productos reciclados.				
O3.	Cambio de hábitos en la población.				
O4.	Apoyo del estado en economía verde(reciclado) o internacional (PAGE).			(O5:D3)	Mediante un plan de negocios atractivo y audaz conseguiremos inversionistas en este océano azul.
O5.	Entrar a un océano azul.				
Amenazas		3-Estrategias FA		4-Estrategias DA	
A1.	Competencia con mayor diversidad/ menor precio/ de productos.	(A1:F3)	A Través de nuestro personal calificado generar estrategias continuas de crecimiento en el mercado beneficiando a los grupos de interés.	(D3-A2)	Mediante una escasa inversión buscaremos detallar todos esos gastos que se hacen para hacerle frente a la inestabilidad política y económica que se está viviendo
A2.	Inestabilidad política y económica.				
A3.	Incremento de la Inflación.				
A4.	Creciente delincuencia hacia empresas.				

Fuente: Elaboración propia 2021

**a. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)**

Tabla N 5: Matriz de evaluación de factores internos

FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
<b>FORTALEZAS</b>			
F1. Producto sostenible	0.2	4	0.8
F2. Personal calificado	0.15	3	0.45
F3. Cuenta con procesos estandarizados	0.18	3	0.54
<b>DEBILIDADES</b>			
D1. Falta de experiencia en el rubro	0.16	1	0.16
D2. Falta de cartera de clientes	0.11	2	0.22
D3. Escasa inversión	0.1	2	0.2
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2.57</b>

Fuente: Elaboración propia 2021

**1.4.5. Fuente generadoras de la ventaja competitiva**

- a. **Diferenciación:** Principalmente nuestro modelo de negocio es tomado como una ventaja competitiva porque aplicaremos una economía verde, presentando soluciones a la contaminación del medio ambiente, utilizaremos residuos sólidos (plásticos) para su posterior transformación y utilización en el mercado de Ate.
- b. **Liderazgo en costo:** Generamos un producto reciclado-transformado de calidad a un bajo costo para nuestro segmento de mercado, por ende, es una ventaja competitiva para atraer mercado y fomentar una cultura de cuidado ambiental.

### **1.5 Plan de Marketing**

"Mercadotecnia es la función de la empresa que se encarga de definir los clientes meta y la mejor forma de satisfacer sus necesidades y deseos de manera competitiva y rentable" (Kotler, 2006, p. 256)

#### **1.5.1. Objetivos de marketing**

**Objetivo 1:** Posicionar la marca RENOVE, en un periodo de 11 meses como una marca que ofrece productos eco amigables, súper seguros y confiables.

**Objetivo 2:** Ganar participación de 5% en la industria de productos eco amigables para el segundo periodo del 2022.

**Objetivo 3:** Diversificar nuestros productos para el 2023 de modo que podamos penetrar en nuevos mercados y ser competitivos.

#### **1.5.2 Marketing Mix**

Es una herramienta principal para todo de negocio, que permite describir cada uno de los componentes de que son más conocidas como las 4P'S, estas son: Producto, Precio Plaza y Promoción.

En la actualidad con los cambios en el mercado y la evolución del Marketing se toma mayor importancia también a criterios como el servicio postventa y posicionamiento para ser más competitivos frente al mercado y lograr mayor participación frente a la competencia.

**Figura N° 1: Logo RENOVE**



**Fuente: Elaboración propia 2021**

### **1.5.3 Descripción del producto**

Nuestros productos transformados de residuos plásticos son muy importantes en el cuidado del medio ambiente en nuestro distrito de Ate Vitarte, por ello RENOVE SAC tendremos nuestro producto bandera el cual es un tomatodo teniendo el nombre de “Toma vive”.

- a. Tiene una capacidad de 1L.
- b. Transparente
- c. Con un levantador que varía en colores.

**Figura N° 2: Prototipo del Producto**



**Fuente: Elaboración propia 2021**

**1.5.4 Estrategia de precio**

RENOVE SAC ofrece productos de calidad a precios asequibles conforme se muestra en el cuadro siguiente:

**Tabla N° 6: Comparación de precios del mercado**

DESCRIPCIÓN	U.M	PRECIOS			
		RENOVE	PLAZA VEA	PROMART	
TOMATODO	1L	S/. 10.0	S/. 18.90	S/. 8.90	

**Fuente: elaboración propia 2021**

Estos son los precios de nuestras competencias y de nuestro producto donde se ve reflejado la misión que tenemos como organización naciente.

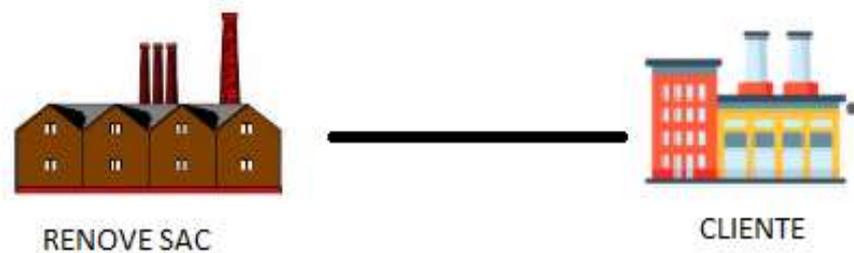
### **1.5.5 Estrategia de distribución de plaza**

Los productos fabricados por RENOVA SAC serán comercializados en tienda física y desde almacén localizada estratégicamente en una zona concurrida y cerca de nuestros clientes potenciales en el distrito de Ate. Los recursos que se utilizarán son la vía telefónica, página web y redes sociales como: WhatsApp, Instagram, Facebook y YouTube. Asimismo, se realizarán visitas a los clientes potenciales para ofrecer y demostrar nuestros productos obviamente respetando todos los protocolos de seguridad, de esta manera se podrá ser competitivo como empresa.

#### **a. Distribución selecta**

La distribución de productos RENOVA es corta, es decir, no tendremos intermediarios para llegar a nuestro cliente final, nuestra tienda y almacén estarán ubicadas estratégicamente para garantizar a nuestros clientes la entrega inmediata según se haya pactado su compra.

Figura N° 3: Distribución



Fuente: Elaboración propia 2021

Tendremos disponibilidad inmediata de todos los productos RENOVE para brindar a nuestros clientes una atención mucho más rápida, con esto también nos diferenciaremos de la competencia.

**b. Almacenamiento de productos**

Los productos RENOVE no son perecibles por lo que no tienen fecha de caducidad, por ello serán almacenados en anaqueles en tienda, de igual forma en el almacén principal.

Las entregas de las compras que se realizan mediante las plataformas online serán programadas en un promedio de 24 a 48 horas dependiendo de las cantidades de productos, previa recepción del orden de compra y comprobante de pago según el contrato de venta.

**c. Condiciones de entrega y servicio**

- En caso de cancelación de orden de compra, el cliente asumirá las penalidades del contrato de compra.

- Contaremos con un stock de seguridad de todos los productos RENOVE según el registro de ventas y la demanda del mercado.
- Los comprobantes de pago serán electrónicos

#### **1.5.6. Estrategia de la Promoción**

Estas estrategias de promoción es una de las fases importantes, donde comunicamos al cliente las características, beneficios y calidad del producto que fabricamos y ofrecemos al mercado, para ello se seleccionaron distintos canales, sobre todo canales online como Facebook, Instagram, YouTube y pagina web de la empresa.

- Página web de la empresa:** En este medio se publicará toda la información acerca de empresa, los clientes podrán observar nuestra visión, misión, objetivos que tenemos, asimismo se colocarán videos profesionales sobre el proceso de fabricación para que los clientes vea los altos estándares de calidad que se cumplen en RENOVA SAC, de mismo modo el cliente podrá obtener los números telefónicos, el correo corporativo y tendrá también la opción de registrarse para luego nosotros poderlo contactar.
- Facebook:** Publicaremos videos y fotos apoyados por influencer que están orientados al cuidado del medio ambiente, de modo que a través de ellos podamos llegar a que más gente conozca y guste
- de nuestros productos, estas campañas se realizarán 4 veces al año, asimismo se generará publicidad masiva por la red social Facebook,

para el segmento de cliente, que consume productos eco amigables, se realizarán también transmisiones en vivo para promocionar el producto y que se pueda generar una comunidad que guste de nuestro producto, para posteriormente usar y recomendarlo.

- d. **Instagram:** Dedicaremos esfuerzos para crear los mejores videos y fotos cada inicio de mes, brindando los tips para aprender a reciclar correctamente, charlas en vivo con especialista en medio ambiente y productos eco-amigables mediante esta red también se realizan sorteos en vivo y campañas con personajes conocidos en el medio digital.
- e. **YouTube:** Tendremos presencia en la publicidad que genera este medio en los videos más vistos, para poder captar posibles clientes, del mismo modo también se contará con un canal propio donde se muestra la historia de la empresa, las labores sociales que realizamos, el proceso de fabricación será contado a través de videos y los usuarios también podrán ver cuánta basura quitamos de las calles para transformarlos en botellas, tomatodos ecológicos.

### **1.5.7. Estrategia de servicio al cliente o posventa**

En las plataformas digitales, redes sociales que tendremos subiremos videos cortos que llamen la atención del público dando información de cómo debemos de cuidar el medio ambiente y mostrarles de cómo obtenemos nuestra principal materia prima (botellas de plásticos etc.) y de esta manera estaríamos llegaremos a tener un estrecho vínculo con nuestro mercado objetivo y por otra parte también llegaremos a fidelizar nuestra marca de manera brindando afiches con informativos sobre el cuidado del medio ambiente y de cómo nos ha estado haciendo daño y como nuestra empresa ha podido transformar todos esos productos reciclables en nuevos productos o productos mejorados.

De igual manera haremos cuestionarios a todos nuestros clientes para evaluar de cómo le pareció el producto y cuán satisfecho quedó.

### **1.5.8. Estrategia de posicionamiento**

“Estrategia de posicionamiento consiste en definir la imagen que se quiere conferir a nuestra empresa o a nuestras marcas, de manera que nuestro público objetivo comprenda y aprecie la diferencia competitiva de nuestra empresa o de nuestras marcas sobre la empresa o marcas competidoras” (Olamendi, 2009, p. 1)

RENOVE S.A.C es una empresa peruana dedicada a la transformación de residuos plásticos en productos de uso personal y el cual contribuye con la mejora del medio ambiente.

Así mismo, buscamos posicionarnos en el sector de reciclaje y reutilización con el compromiso de reducir y conservar los espacios públicos y poder generar un ambiente sostenible para las nuevas generaciones que vienen.

Nuestras principales estrategias de posicionamiento serán:

- a. Se brindará productos de calidad a los clientes con la concientización que son productos reciclados y transformados en nuevos productos.
- b. Se contará con diferentes redes sociales donde se publicará las diversidades de productos.
- c. Se brindará a precios accesibles de acorde al mercado.

### ***1.6. Plan de Operaciones***

En esta parte operativa se determinarán los objetivos principales que se deben de alcanzar para ser una organización eficiente en cuanto a calidad del producto, manejo eficiente de la mano de obra, tiempos de fabricación, uso de maquinarias que permitirán llegar al producto final.

### **1.6.1. Objetivos de operaciones**

- a. Incrementar el volumen de producción en 2% para el segundo periodo del 2022.
- b. Disminuir los costos de producción en 3% durante el 2022
- c. Cumplir con la orden de producción que soliciten las áreas de marketing y ventas.
- d. Implementar planes de flexibilidad ante los cambios en el mercado.
- e. Mantener la calidad de los productos en un nivel superior del 80%

### **1.6.2. Actividades previas al inicio de la producción**

#### **a. Determinación de la Demanda**

Antes de la producción, se tiene que estimar la cantidad a vender y ordenar al área de producción, la cantidad establecida debe ser según los resultados que arroje el método de regresión lineal, esta herramienta permitirá ver cuánto de insumos necesitaremos, cuanto de personal se va contratar y cuánto tiempo tomara fabricar los productos que son tomatodos, botellas y vasos a base de residuos plásticos que posteriormente se comercializarán.

#### **a. Diseño de los productos a fabricar**

En esta etapa con el equipo de diseñadores se establecerán prototipos, bosquejos de los productos que se va a fabricarse deben de

tomar en cuenta la forma de los productos, la capacidad que tendrá cada uno, el tamaño, que va a permitir al área de producción capacitar y ordenar al personal para que el producto sea según a los diseños innovadores que se ha planteado y se eviten mermas que generan costos adicionales.

***b. Adquisición de la materia prima***

Para la adquisición de las materias primas se han identificado varios proveedores formales e informales, en el distrito de Ate podemos identificar negocios que compran botellas de plástico por kilos y toneladas y también identificamos ciudadanos que se dedican a recolectar botellas individualmente buscando algún tipo de ingresos.

Nosotros como RENOVE SAC, estableceremos relaciones comerciales con los negocios de reciclaje y las personas que se dedican a recolectar botellas individualmente de modo que podemos obtener materia prima suficiente para satisfacer la demanda del mercado, asimismo se capacitarán a estos proveedores para el manejo correcto de los residuos plásticos de modo que a la planta de fabricación lleguen limpias y no se pueda perder mucho tiempo.

***c. Determinar los tiempos de producción***

Una vez establecida la cantidad a vender y tener los diseños innovadores listos, se tendrá que pasar a determinar cuánto tiempo se tomará fabricar un lote de 100 botellas, vasos y tomados, para con ella determinar cuántas horas hombre se necesitarán y cuantas horas máquina de emplearán, de modo que podemos tener un mejor control de los tiempos y buscar la manera para reducirlo dichos tiempos, esto se establecerá a través de un flujograma de procesos y tiempos que permitirán también determinar los costos de producción y los costos de mano de obra.

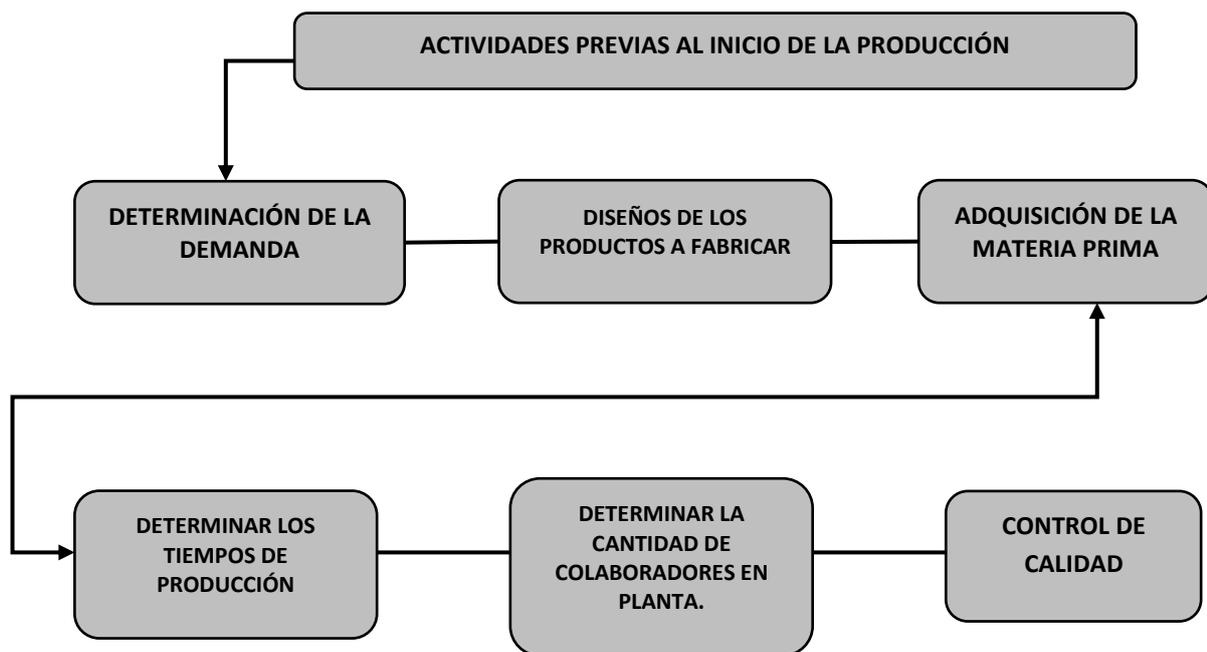
***d. Determinar la cantidad de colaboradores en planta***

Luego de determinar la demanda, tener a la mano los diseños de cada producto y saber qué tiempo toma fabricar cada uno de estos, ahora se tiene que determinar cuántas personas necesitamos en el área de producción y cuántas horas trabajan ellos, con estos datos RENOVE SAC, brindara capacitaciones como cuidados en el lugar de trabajo, manipulación de la maquinaria y seguridad en el lugar de trabajo, de modo que tenemos la cantidad correcta de personal y muy bien preparado que van a permitir obtener un producto de alta calidad.

**e. Definir indicadores de calidad**

Cuando ya se obtenga el producto fabricado, se tomarán control de calidad para ello se emplean técnicas como la comparación a los diseños previamente aprobados en la primera etapa, se tomará el peso de cada uno de los productos con la finalidad de comprobar que estén de acuerdo con las características que se determinaron, si los productos no salieron como se establecieron, se tendrá que informar inmediatamente a producción para tomar acciones de urgencia.

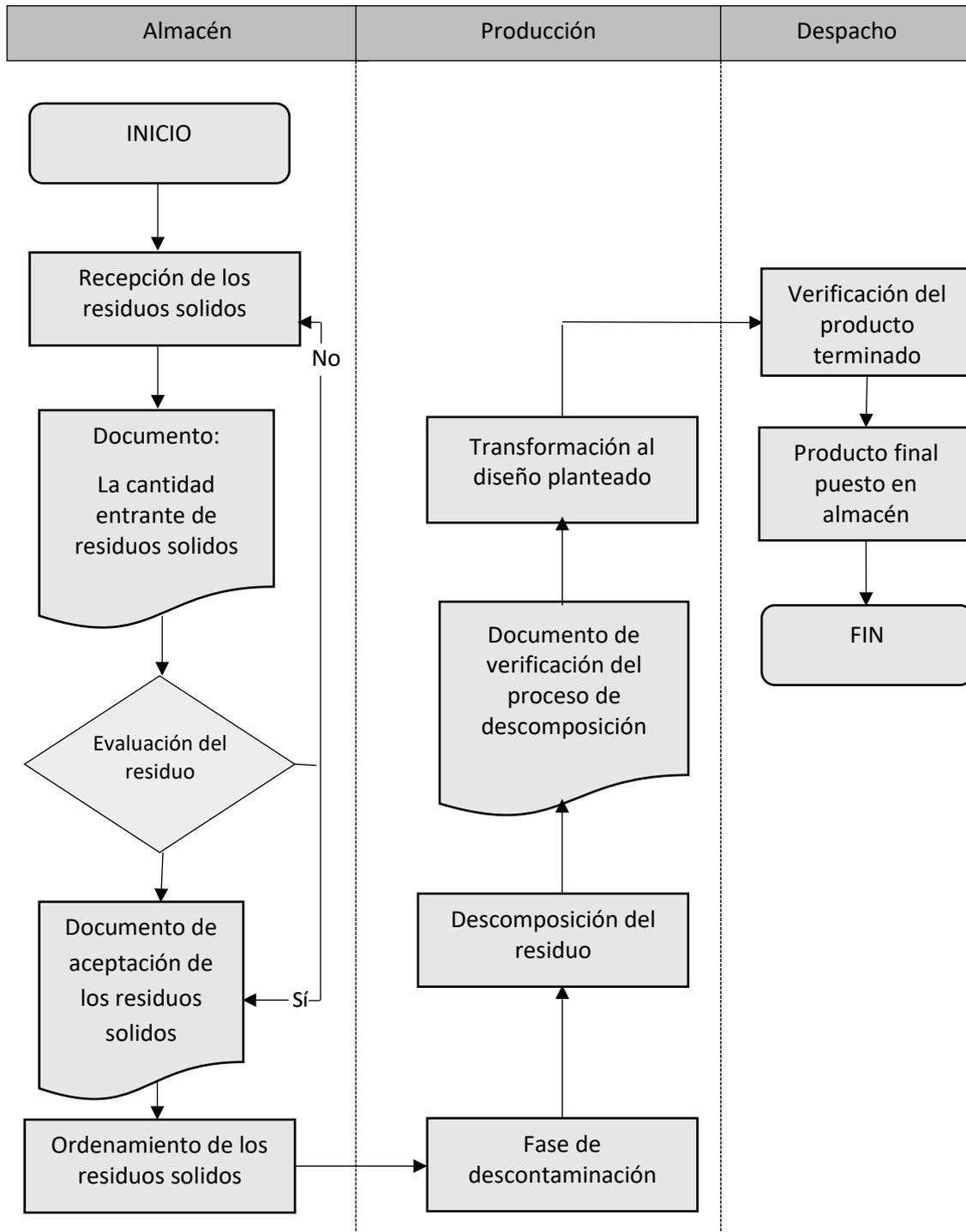
**Figura N° 4: Procesos previos**



Fuente: Elaboración propia 2021

**1.6.3. Proceso de la producción del bien**

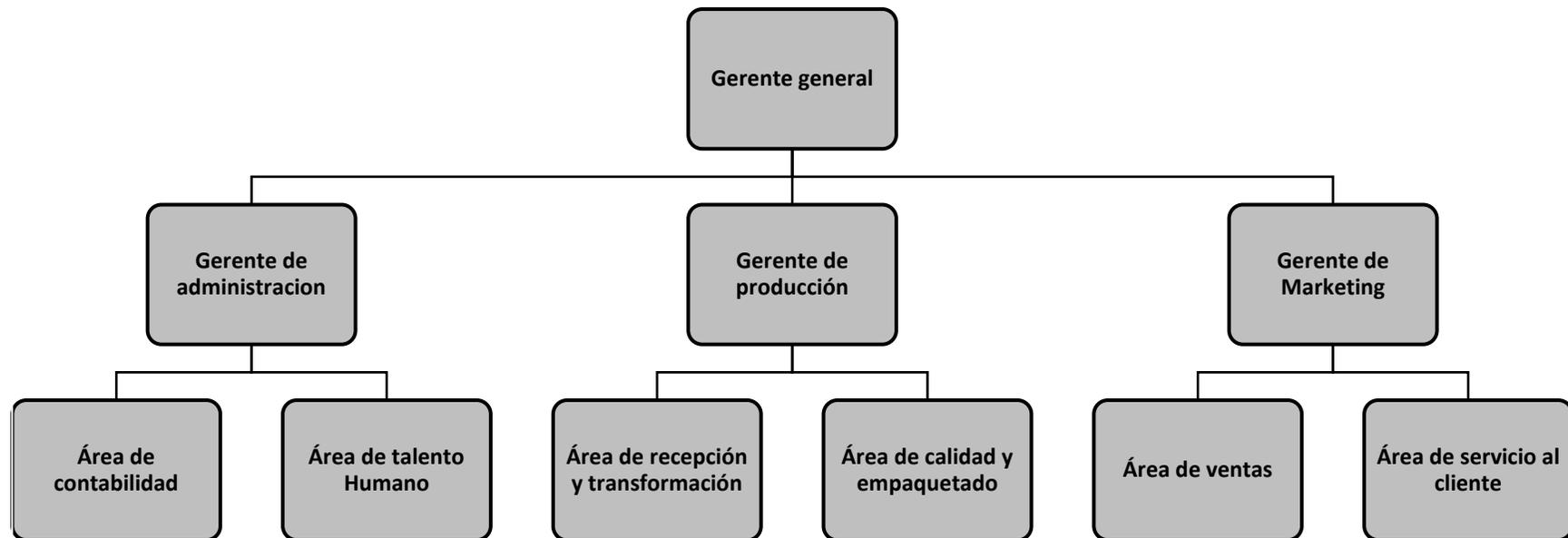
**Tabla N° 5: Flujograma de los procesos**



Fuente: Elaboración propia 2021

**1.7 Diseño de estructura y plan de recursos humanos**

**Figura N° 6: Organigrama Empresarial**



Fuente: Elaboración propia 2021

**a. Diseño de puestos**

**Tabla N° 7: Diseño de puestos - Gerente General**

RENOVE SAC
<b>CARGO:</b> Gerente general
<b>UNIDAD:</b> Alta gerencia
<b>REPORTA A:</b> Dueños
<b>Relaciones Externas:</b> Interacción con gerente de administración, producción, marketing y colaboradores.
<b>Función General:</b> Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y conducir el trabajo de la empresa hacia el cumplimiento de la misión y visión.
<b>Funciones Específicas:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Dirigir la empresa</li> <li>b. Planificar los objetivos a corto y largo plazo</li> <li>c. Organizar la estructura de la empresa</li> <li>d. Tomar decisiones de alta relevancia</li> <li>e. Analizar problemas internos y externos</li> <li>f. Evaluar los resultados de las acciones</li> <li>g. Controlar el desempeño de las áreas de menor jerarquía</li> <li>h. Controlar las actividades planificadas</li> <li>i. Coordinar a las diferentes áreas para un objetivo en común</li> </ol>
<b>Perfil:</b> <b>Conocimientos:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Ingeniero en administración de empresas</li> <li>b. Certificado en paquete office intermedio</li> <li>c. Experiencia en cargos similares (2 años)</li> </ol>
<b>Habilidades:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pensamiento crítico</li> <li>b. Capaz de adaptarse al cambio</li> <li>c. Habilidades duras y blandas</li> <li>d. Empatía</li> <li>e. Trabajo en equipo.</li> <li>f. Capacidad de análisis y síntesis.</li> <li>g. Líder</li> <li>h. Innovador</li> <li>i. Capacidad de negociación</li> </ol>

**Fuente:** Elaboración propia 2021

**Tabla N° 8: Diseño de puestos Gerente de Administración**

RENOVE SAC
<b>CARGO:</b> Gerente de administración <b>UNIDAD:</b> Gerencia de Área
<b>REPORTA A:</b> Gerente general
<b>Relaciones Externas:</b> Interacción con gerente general, producción, marketing y colaboradores.
<b>Función General:</b> Administrar los recursos humanos y materiales de forma eficiente, así como desarrollar funciones de decisión administrativa de gestión de los recursos Humanos, Gestión de Logística, Gestión de contabilidad.
<b>Funciones Específicas:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Velar por el cumplimiento de las políticas</li> <li>b. Proveer información financiera</li> <li>c. Establecer un ambiente laboral positivo</li> <li>d. Definir la propuesta de valor al empleado</li> <li>e. Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades financieras</li> <li>f. Participar en el desarrollo de nuevos proyectos</li> <li>g. Realizar reportes mensuales de las diferentes acciones que se llevan a cabo.</li> <li>h. Garantizar recursos adecuados para que las demás áreas funcionen correctamente</li> </ol>
<b>Perfil:</b> <b>Conocimientos:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Licenciatura en administración de empresas</li> <li>b. Certificado en paquete office intermedio</li> <li>c. Experiencia en cargos similares (1 año)</li> </ol>
<b>Habilidades:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pensamiento crítico</li> <li>b. Capaz de adaptarse al cambio</li> <li>c. Habilidades duras y blandas</li> <li>d. Empatía</li> <li>e. Trabajo en equipo.</li> <li>f. Capacidad de análisis y síntesis.</li> <li>g. Líder</li> <li>h. Responsabilidad</li> </ol>

**Fuente:** Elaboración propia 2021

**Tabla N° 9: Diseño de puesto - Gerente de producción**

RENOVE SAC
<b>CARGO:</b> Gerente de producción <b>UNIDAD:</b> Área de Producción
<b>REPORTA A:</b> Gerente general
<b>Relaciones Externas:</b> Interacción con proveedores, área de ventas, contabilidad, RRHH.
<b>Función General:</b> Supervisar y dirigir todo el proceso de producción, asegurándose de la calidad del producto.
<b>Funciones Específicas:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Crea y coordina planes de producción</li> <li>b. Supervisa la labor de la planta</li> <li>c. Gestiona los recursos</li> <li>d. Previene las incidencias con respecto a las pérdidas, mermas, etc.</li> <li>e. Calcular el costo de la materia</li> <li>f. Identificar proveedores</li> <li>g. Identificar desempeño de la máquina y colaboradores</li> <li>h. Realizar reportes mensuales de producción</li> <li>i. Dirigir el proceso de producción</li> </ol>
<b>Perfil:</b> <b>Conocimientos:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Licenciatura en dirección de empresas o administración</li> <li>b. Certificado en paquete office intermedio</li> <li>c. Experiencia en cosas similares</li> </ol>
<b>Habilidades:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Habilidades prácticas (blandas y duras)</li> <li>b. Trabaja en equipo.</li> <li>c. Comunicación asertiva</li> <li>d. Responsable</li> <li>e. Líder</li> <li>f. Empatía</li> <li>g. Capaz de tomar decisiones rápidas y certeras</li> </ol>

**Fuente: Elaboración propia 2021**

**Tabla N° 10: Diseño de puesto - Gerente de Marketing**

<b>RENOVE SAC</b>
<b>CARGO:</b> Gerente de Marketing <b>UNIDAD:</b> Área de Marketing
<b>REPORTA A:</b> Gerente general
<b>Relaciones Externas:</b> Gerencia de administración, producción y gerencia general.
<b>Función General:</b> Comercializar y promocionar el producto de nuestra empresa.
<b>Funciones Específicas:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Evaluar y desarrollar estrategias de marketing</li> <li>b. Planificar, coordinar y controlar esfuerzos de marketing</li> <li>c. Gestiona de datos internos y externos</li> <li>d. Identificación de clientes potenciales</li> <li>e. Desarrollo de campañas publicitarias</li> <li>f. Creación y posicionamiento de marca</li> <li>g. Desarrollar estrategias de precios</li> <li>h. Realizar estrategias de venta</li> <li>i. Investigación de la competencia</li> <li>j. Reportes mensuales de nuevos clientes, ventas, crecimiento.</li> </ol>
<b>Perfil:</b> <b>Conocimientos:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Licenciatura en marketing y administración</li> <li>b. Certificado en paquete office intermedio</li> <li>c. Conocimiento en Canva, Photoshop, herramientas de edición de videos.</li> <li>d. Experiencia de 1 año</li> </ol>
<b>Habilidades:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Habilidades prácticas (blandas y duras)</li> <li>b. Trabaja en equipo.</li> <li>c. Comunicación asertiva</li> <li>d. Responsable</li> <li>e. Líder</li> <li>f. Empatía</li> <li>g. Capacidad de análisis y síntesis</li> <li>h. Innovador</li> <li>i. Estratega</li> </ol>

**Fuente: Elaboración propia 2021**

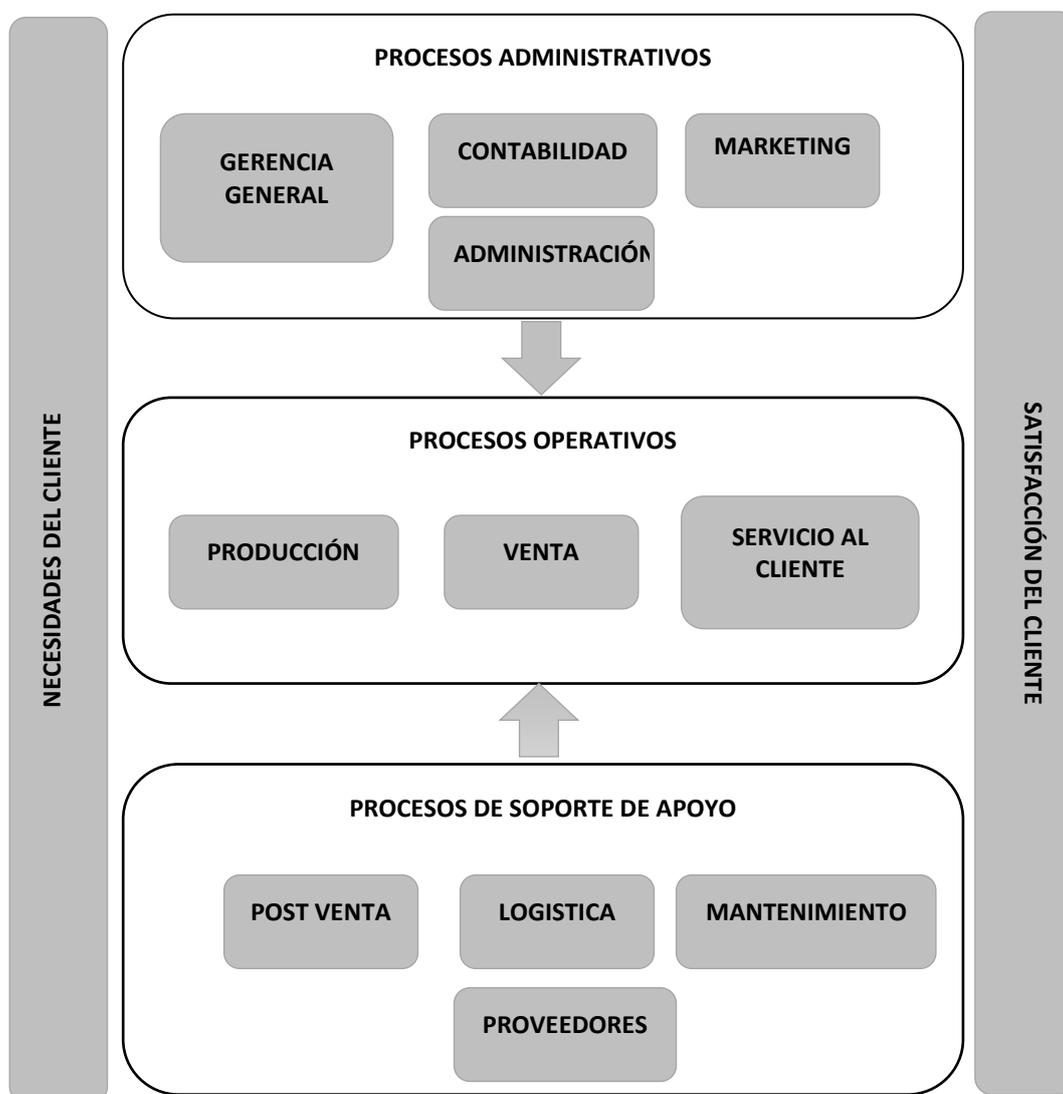
**Tabla N° 11: Diseño de puesto - Operario**

<b>RENOVE SAC</b>
<b>CARGO:</b> Operario <b>UNIDAD:</b> Área de Producción
<b>REPORTA A:</b> Gerente de Producción
<b>Relaciones Externas:</b> Interacción con proveedores.
<b>Función General:</b> Estar completamente en todo el transcurso de producción, usar las herramientas específicas y las maquinarias para obtener una adecuada y optima transformación del producto.
<b>Funciones Específicas:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Preparar la materia prima</li> <li>b. Procesar la materia prima</li> <li>c. Limpieza del área de preparación</li> <li>d. Manejo de las máquinas</li> <li>e. Usar las herramientas específicas</li> <li>f. Evaluar el proceso de transformación</li> <li>g. Identificar desempeño de la máquina</li> <li>h. Reportar al jefe de producción ante cualquier incidente</li> <li>i. Realizar informes diarios de producción</li> </ol>
<b>Perfil:</b> <b>Conocimientos:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Técnico en transformación de productos reciclados</li> <li>b. Experiencia en uso de máquinas de transformación de productos reciclados de residuos de plástico.</li> </ol>
<b>Habilidades:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Capacidad para sobrellevar un trabajo rutinario.</li> <li>b. Capaz de seguir un programa</li> <li>c. Habilidades prácticas</li> <li>d. Maneja ordenadores que controlan maquinaria</li> <li>e. Trabaja en equipo.</li> <li>f. Capaz de seguir instrucciones.</li> <li>g. Capaz de seguir procedimientos establecidos</li> </ol>

**Fuente: Elaboración propia 2021**

**b. Mapa de procesos**

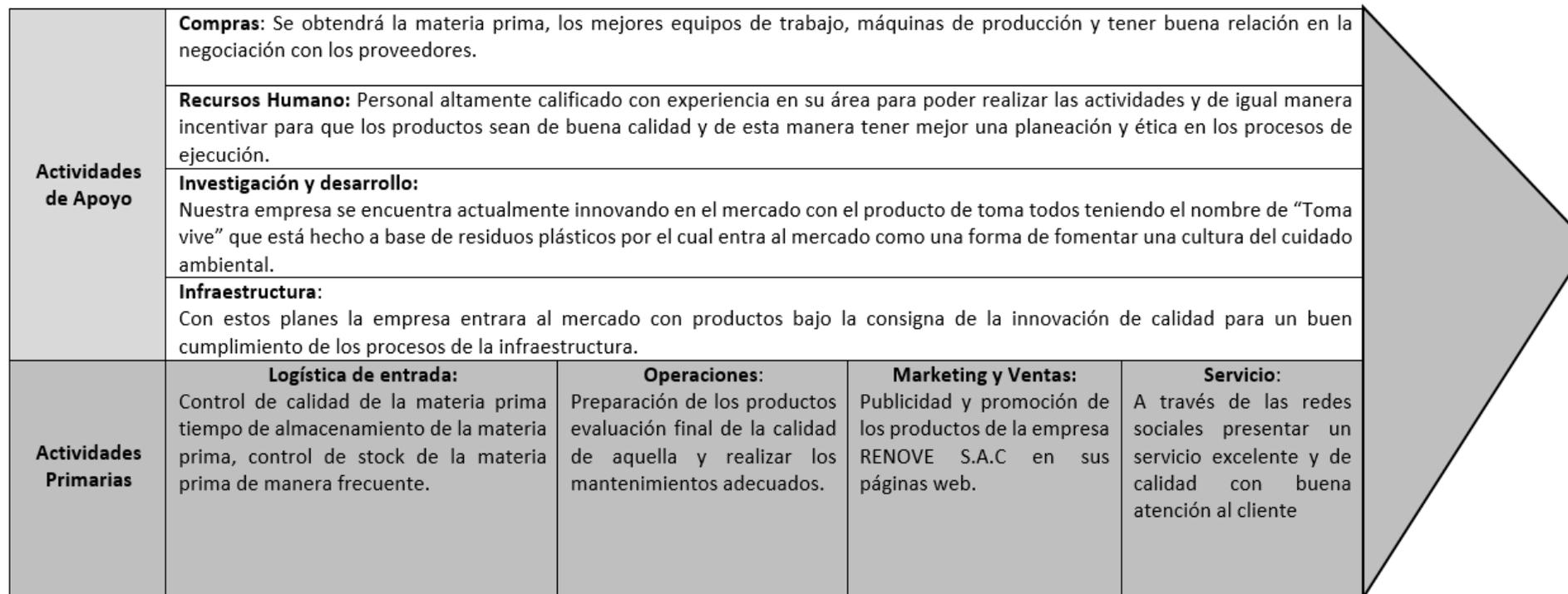
*Figura N° 7: Mapas de procesos*



Fuente: Elaboración propia 2021

**c. Cadena de valor**

**Figura N° 8: Cadena de Valor**

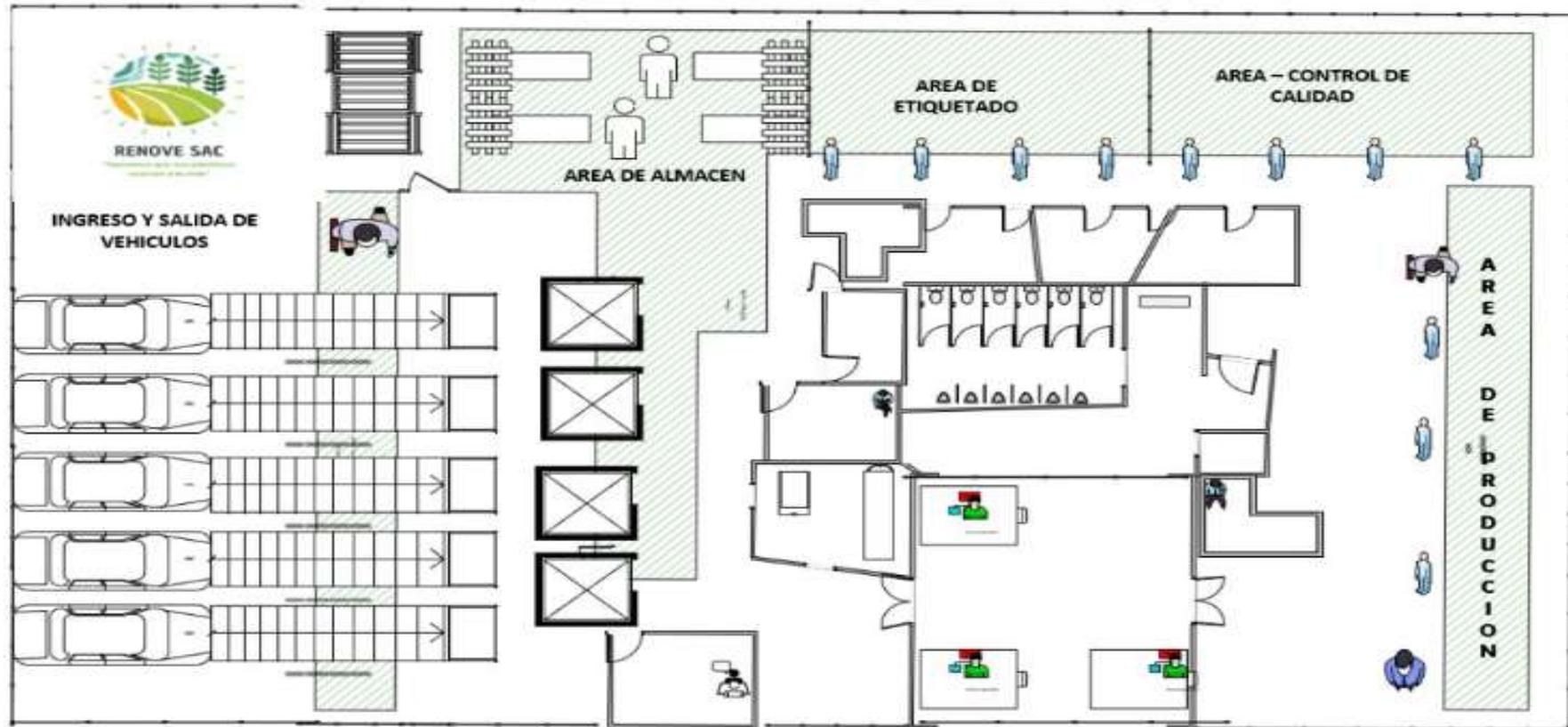


Fuente: Elaboración propia 2021

Activar Windows

d. *Layout de la planta de principal*

Figura N° 9: Layout de la planta



Fuente: elaboración propia 2021

### **1.7.1. Estrategia de reclutamiento, selección y contratación de personal**

**a. Convocatoria:** Realizar convocatorias a través de la página de nuestra empresa, así como en anuncios de empleo, CompuTrabajo, LinkedIn, etc.

**b. Reclutamiento:** Para este punto optamos por realizar primero una selección de los CV recogidos de la plataforma digital y con más probabilidades de que este en el puesto para esto se tendrá una duración de una semana.

Posteriormente se les comunicará a todos los seleccionados y se les indicará que pasarán una entrevista virtual en horarios establecidos que tendrá una duración de dos semanas.

Para la entrevista aplicare un formato estructurado y no estructurado ejemplificando aquí:

- **Estructurado**
  - a. ¿Cuál es la historia de nuestra empresa?
  - b. ¿Por qué quieres trabajar aquí?
  - c. ¿Cuánto quieres que sea tu sueldo?
- **No estructurado**
  - a. ¿Si ves algo sospechoso ya estando, laborando con nosotros cuál sería tu primera acción?
  - b. ¿Después de tu primera acción cómo te sentirías?

Después de entrevistar digitalmente se evaluarán los candidatos que presenten menor riesgo para el puesto.

Finalizando se les comunicará a los postulantes que tuvieron éxito y van a laborar con nosotros.

### ***1.7.2. Estrategia de inducción, capacitación y evaluación de personal***

Tener un excelente personal, aptos a las diversas tareas y a los nuevos retos operativos de la empresa, RENOVE SAC considera las siguientes estrategias:

#### ***a. Estrategia de inducción***

El primer día de trabajo se realizará la inducción mediante la plataforma virtual (Zoom) donde se darán a conocer sobre la empresa la visión, misión, valores, nuestras políticas, el organigrama que manejamos, las remuneraciones, la presentación de su equipo de trabajo y la firma del contrato.

#### ***b. Estrategia de capacitación***

“Los colaboradores competentes no lo son para siempre, las aptitudes se deterioran y se hacen obsoletas, por lo que es necesario aprender más cosas nuevas” (Timothy, 2009, p. 590).

Después de haber realizado la inducción a los nuevos colaboradores se realizará las capacitaciones donde se dará a conocer y comprender las tareas y funciones que deberán cumplir cada colaborador y dar las aclaraciones que podrían tener los nuevos colaboradores sobre diferentes puntos.

Para ello, se habrá desarrollado la estructuración de las políticas con la que trabajaremos, obviamente cumpliendo con las normas según ley nacional.

- **Reglamento interno:** Esta documentación será esencial al momento de brindar las aclaraciones de la política con la cual trabajamos en la empresa, esto comprende de los siguientes puntos:
  - El tiempo de jornada laboral normal
  - Las jornadas extras y jornadas nocturnas
  - Las obligaciones del colaborador
  - Los derechos del colaborador
  - Las medidas disciplinarias
  - Los permisos y vacaciones
- **Reglamento SST:** Este documento tendrá como contenido el reglamento del bienestar en seguridad y salud del trabajador, este reglamento será estrictamente cumplida por RENOVE SAC.

***c. Estrategia de evaluación de personal***

Ya finalizado el proceso de inducción y capacitación a los colaboradores se les tomará un examen donde estarán enlazadas preguntas referentes a la información brindada durante los dos procesos anteriores, la cual nos permitirá ver el nivel de captación de la información brindada, el nivel de empatía con el equipo, así comprobar que el trabajo que hicimos dio resultado positivo para que el trabajador empiece las labores correctamente. Por si el resultado de alguno de los colaboradores sale negativo, se deberá realizar una capacitación adicional para asegurarnos que empiece sus labores correctamente como todos.

***1.7.3. Estrategia de motivación y desarrollo del personal***

Lograr los resultados esperados RENOVE SAC está comprometido con el bienestar de cada uno de los colaboradores para que ellos también estén comprometidos y contentos con el desarrollo, crecimiento y logro de los objetivos de la empresa, para ellos realizaremos las siguientes estrategias para mantenerlos motivados:

- a. *Línea de carrera:*** RENOVE SAC está comprometida con el crecimiento profesional de sus colaboradores, por ello se dará la facilidad de poder realizar una línea de carrera en la empresa.

- b. Reconocimiento del desempeño:** Se realizará el reconocimiento mensual de desempeño dirigido a los colaboradores, colocaremos su logro obtenido seguido de su fotografía en el mural general del área en la que se desempeña.
- c. Descuento:** Los colaboradores tendrán un 15% de descuento en nuestros productos.
- d. Celebración de cumpleaños:** Tendremos un almuerzo mensual donde celebraremos los cumpleaños de los colaboradores que cumplieron años en dicho mes.

#### **1.7.4. Políticas de remuneraciones y compensaciones**

RENOVE S.A.C se contará con políticas y remuneraciones bien detallados, ya que desde el primer día de contrato nuestros colaboradores ya están ingresando en la planilla de la cual de esta manera ya contará con todos los beneficios de la ley y esto nos ayudará para así poder distribuir y determinar el equilibrio para todas las remuneraciones de los colaboradores de la empresa.

Otro de los puntos más importantes para que los colaboradores salgan beneficiados con sus remuneraciones y compensaciones es que se dará de acuerdo con el puesto que se encuentren, la experiencia que tienen en el campo de trabajo y los conocimientos entre estos tenemos alguna de las estrategias.

- a. Después de un año de trabajo el colaborador saldrá beneficiado de vacaciones que sería por quince días.
- b. Pago de asignación familiar
- c. Pago de gratificaciones
- d. Bonos por productividad

## **1.8. Plan Financiero**

### **1.8.1. Historia financiera de la empresa**

RENOVE S.A.C es una empresa nueva que recién está ingresando al mercado es por ello que su historia financiera será bien cuidada desde el comienzo de sus actividades y lo estaremos proyectando hacia años futuros para que tenga un mayor crecimiento y de igual manera esta nos ayudará a poder determinar nuestras estrategias en lo financiero a través del cumplimiento de los objetivos y eficiencia y de esta manera logrando que la empresa se consolide en el sector de reciclaje y reutilización con el compromiso de la reducción y conservación de los espacios públicos.

La empresa RENOVE S.A.C está conformado por cuatro socios, tendrán una inversión total de S/ 170,374.66 nuevos soles en el año cero. Por ello con la relación de los socios con su inversión el capital total accionario representa el 16.10% sobre su participación es por ello que haciende a un monto de S/27,430.320 nuevos soles.

Participación de los accionistas con el monto ascendido a S/27,430.320 nuevos soles.

**Tabla N° 12: Participación de accionistas**

<b>Accionistas</b>	<b>Participación</b>	<b>Monto</b>
Ore Ataucusi, Maykol Brayam	25%	S/6,857.83 nuevos soles
Huacarpuma Chañi Fredy	25%	S/6,857.83 nuevos soles
Monago Espinoza Erika Tahily	25%	S/6,857.83 nuevos soles
Najarro Chipana Yanina	25%	S/6,857.83 nuevos soles

Fuente: Elaboración propia 2021

**Tabla N° 13: Inversión total de proyecto**

<b>Inversión</b>	<b>Monto</b>	<b>%</b>
<b>Capital Accionario</b>	S/27,430.320	16.10%

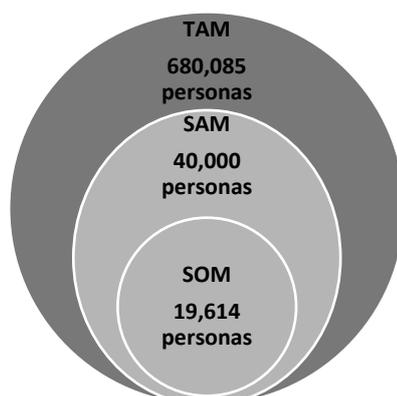
Fuente: Elaboración propia 2021

**1.8.2. Datos supuestos y políticas económicas y financieras**

- a. Para mantener la salud financiera de RENOVE, se mantendrá la liquidez por encima del indicador (1) para garantizar las deudas a corto plazo.
- b. Se reinvertirá el 20% de la utilidad obtenida durante el año, en estudios de investigación y desarrollo.
- c. Permitir ventas a crédito con un interés del 2% sobre el saldo, durante 60 días.

- d. Si las ventas sobrepasan los 50,000 soles y se pagan al contado, se aplicará un 10% de descuento.
- e. Toda la adquisición de maquinarias y vehículos se obtendrá a través de la modalidad de leasing financiero
- f. La rotación de inventario será revisada cada 30 días, con la finalidad de no agotar la liquidez.
- g. El pago a los proveedores se realizará mediante depósitos bancarios, luego de haber recibido la mercadería.

**Figura N° 10: Calculo de tamaño de mercado**



**Fuente: Elaboración propia 2021**

El tamaño de mercado se calculó tomando en cuenta el mercado en su totalidad, el mercado disponible y el mercado objetivo, para ello en TAM se pudo identificar 680,085 personas que habitan en el distrito de Ate, de las cuales SAM 40,000 son las personas que tienen la edad de 20 a 70 años de edad, con nivel socioeconómico B (46.70%) Y C (30.70%) respectivamente y

para finalizar estas personas son identificadas como progresistas y modernas con SOM 35% y 10% dando un total de 19,614.00 potenciales clientes que cumplen las características a la cual va dirigido nuestro producto.

**1.8.3. Plan de ventas de la empresa**

Para el proyecto RENOVE SAC, el plan de ventas surge del cálculo del mercado objetivo TAM, por consiguiente, la demanda obtenida es de 19 614 de ventas en el año 1, con un crecimiento de 12% durante los primeros 5 años, lo cual se puede visibilizar en la tabla siguiente.

**Tabla N° 13: Plan de ventas**

EVOLUCION DE VENTAS DE LA EMPRESA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>TAM</b>	680,085.00	680,085.00	693,686.70	707,560.43	721,711.64	736,145.88
		<b>SOM 4.50%</b>				<b>SAM 8.60%</b>
<b>SAM</b>		19,614.00				
<b>SOM</b>		19,614.00	21,967.68	24,603.80	27,556.26	30,863.01

Fuente: Elaboración propia 2021

Crecimiento anual del mercado TAM	2%
objetivo de la empresa en el corto plazo (año 1) SOM =	4.50%
objetivo de la empresa a largo plazo (año 5) SAM =	8.60%
Crecimiento anual de las ventas de la empresa	6%

Fuente: Elaboración propia 2021

El cálculo de la demanda, se ha realizado tomando en cuenta los siguientes datos:

**Tabla N° 14: Cálculo de días laborales**

Cálculo de días laborales	
Total de días del calendario	365
Feridos anuales	12
Días de descanso	52
Total, de días laborales	301

**Fuente: Elaboración propia 2021**

**Tabla N° 15: Estimación de ventas**

Estimación de ventas RENOVE S.A.C	
19,614.00	Total de ventas al primer año
1,634.50	Cantidad de ventas mensual
54.48	Ventas diarias

**Fuente: Elaboración propia 2021**

Tomando como referencia la estimación mínima de la demanda se espera vender un total de 19 614 toma todos en el primer año, la cual representa 54 toma todos diarios. En base al cálculo del total de 301 días trabajados, descontando los feriados y domingos según indica el calendario. Asimismo, la proyección realizada tendrá un 4.50% (SOM) de participación de mercado en el primer año y se busca tener un 8.60% para el quinto año. Para ello, se proyecta un crecimiento de 12% de participación de mercado hasta el quinto año.

**1.8.4. Análisis de costos**
**Tabla N° 16: Costos fijos**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>
Mano de Obra Directa	S/1,860.00	S/22,320.00	S/22,320.00	S/22,820.00	S/23,420.00	S/24,220.00
Mano de Obra Indirecta	S/4,600.00	S/55,200.00	S/55,200.00	S/55,700.00	S/56,300.00	S/57,100.00
Materiales indirectos	S/5,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,500.00	S/61,100.00	S/61,900.00
Mantenimiento	S/1,000.00	S/12,000.00	S/12,000.00	S/12,500.00	S/13,100.00	S/ 13,900.00
Telefonía e Internet	S/200.00	S/2,400.00	S/2,400.00	S/2,900.00	S/3,500.00	S/ 4,300.00
Publicidad	S/3,200.00	S/38,400.00	S/38,400.00	S/38,900.00	S/39,500.00	S/ 40,300.00
Distribución	S/3,400.00	S/40,800.00	S/40,800.00	S/41,300.00	S/41,900.00	S/ 42,700.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 19,260.00</b>	<b>S/ 231,120.00</b>	<b>S/ 231,120.00</b>	<b>S/ 234,620.00</b>	<b>S/ 238,820.00</b>	<b>S/ 244,420.00</b>

Fuente: Elaboración propia 2021

**Tabla N° 17: Costos Variables**

COSTOS VARIABLES					
DESCRIPCION	UM	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	SUB TOTAL	
PLASTICO	KG	0.6	0.3	S/ 0.18	
ENERGIA	KW	0.52	0.054	S/ 0.03	
ETIQUETA		0.26	1	S/ 0.26	
EMPAQUE		0.8	1	S/ 0.80	
			<b>TOTAL</b>	S/ 1.27	
				<b>MANO DE OBRA</b>	S/ 0.60
<b>TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO</b>				S/ 1.87	

Fuente: Elaboración propia 2021

### 1.8.5. Punto de equilibrio de la empresa

**Tabla N° 18: Punto de Equilibrio**

Cantidad	Costo total	Beneficio
0	S/ 19,260.00	0
200	S/ 20,253.62	2000
400	S/ 21,247.23	4000
600	S/ 22,240.85	6000
800	S/ 23,234.46	8000
1000	S/ 24,228.08	10000
1200	S/ 25,221.70	12000
1400	S/ 26,215.31	14000
1600	S/ 27,208.93	16000
1800	S/ 28,202.54	18000
2000	S/ 29,196.16	20000
2200	S/ 30,189.78	22000
2400	S/ 31,183.39	24000
2600	S/ 32,177.01	26000
2800	S/ 33,170.62	28000
3000	S/ 34,164.24	30000
3200	S/ 35,157.86	32000
3400	S/ 36,151.47	34000
3600	S/ 37,145.09	36000
3800	S/ 38,138.70	38000

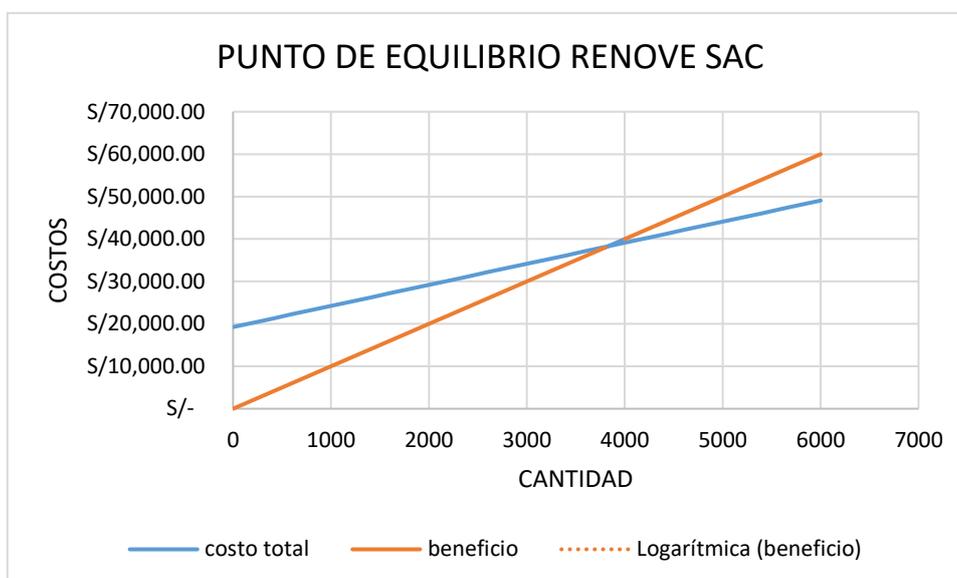
Fuente: Elaboración propia 2021

Tabla N° 19: Resultados de Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio cantidad	3,827.56
Punto de equilibrio soles	S/ 38,275.65
Precio de venta	10

Fuente: Elaboración propia 2021

Figura N° 11: Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia 2021

El punto de equilibrio se elaboró a través de la fijación de los costos fijos mensuales y los costos variables unitarios de nuestro producto, donde nuestro punto para no perder ni ganar es de vender 3827 toma todos por mes.

### 1.8.6. Adquisición de materiales e insumos de producción

Tabla N° 20: Compra de activos tangibles para la transformación y comercialización

Inversión de activos tangibles							
(Importe en nuevos soles)							
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio	Tasa de depreciación	Depreciación
Maquinaria equipo	1	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 3,600	S/. 23,600	15%	S/. 3,540
Instalación (cámaras)	7	S/. 479	S/. 3,353	S/. 604	S/. 3,957	20%	S/. 791
Equipamiento de local (extintor)	4	S/. 150	S/. 600	S/. 108	S/. 708	50%	S/. 354
Equipamiento de local (Puertas)	15	S/. 83	S/. 1,247	S/. 224	S/. 1,471	10%	S/. 147
Equipamiento de local (Rack almacén)	2	S/. 400	S/. 800	S/. 144	S/. 944	20%	S/. 189
Estantería	2	S/. 500	S/. 1,000	S/. 180	S/. 1,180	25%	S/. 295
Vehículo	1	S/. 25,000	S/. 25,000	S/. 4,500	S/. 29,500	20%	S/. 5,900
Muebles	14	S/. 500	S/. 7,000	S/. 1,260	S/. 8,260	18%	S/. 1,487
Enseres	14	S/. 214	S/. 3,000	S/. 540	S/. 3,540	15%	S/. 531
<b>Total, activos tangibles</b>			S/. 62,000	S/. 11,160	S/. 73,160		S/. 13,234

Fuente: Elaboración propia 2021

### 1.8.7. Inversión inicial

Tabla N° 21: Estructura de inversión inicial

ESTRUCTURA DE INVERSION INICIAL		
DETALLE	INVERSIONES	
	Sin IGV	Incluye IGV
<b>ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</b>		18%
Maquinaria equipo	S/ 20,000.00	S/ 23,600.00
Instalación y equipamiento de local	S/ 6,000.00	S/ 7,080.00
Muebles y enseres	S/ 10,000.00	S/ 11,800.00
Vehículo	S/ 25,000.00	S/ 29,500.00
Estantería	S/ 1,000.00	S/ 1,180.00
<b>total activos tangibles</b>	<b>S/ 62,000.00</b>	<b>S/ 73,160.00</b>
<b>ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES</b>		
Tramites de licencia de funcionamiento	S/ 250.00	S/ 295.00
Pago por constitución	S/ 400.00	S/ 472.00
Otros	S/ 1,000.00	S/ 1,180.00
<b>Total de activos intangibles</b>	<b>S/ 1,650.00</b>	<b>S/ 1,947.00</b>
<b>ACTIVO FIJOS TOTAL</b>		<b>S/ 75,107.00</b>

Fuente: Elaboración propia 2021

**1.8.8. Capital de trabajo**
**Tabla N° 22: Inversión de capital de trabajo**

INVERSION CAPITAL DE TRABAJO							
<i>Estructura de la inversion</i>							
<i>CAPITAL DE TRABAJO</i>	<i>TOTAL (0)</i>	<i>AÑO 1</i>	<i>AÑO 2</i>	<i>AÑO 3</i>	<i>AÑO 4</i>	<i>AÑO 5</i>	<i>AÑO 6</i>
<b>*COSTO DE PRODUCCION</b>		S/ 156,000.00	S/ 157,560.00	S/ 159,135.60	S/ 160,726.96	S/ 162,334.23	S/ 163,957.57
M.O DIRECTA		S/ 156,000.00	S/ 157,560.00	S/ 159,135.60	S/ 160,726.96	S/ 162,334.23	S/ 163,957.57
Sueldo personal	S/ 13,000.00						
<b>*COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>		S/ 41,800.00	S/ 42,218.00	S/ 42,640.18	S/ 43,066.58	S/ 43,497.25	S/ 43,932.22
<i>C.I. FIJOS</i>		S/ 4,800.00	S/ 4,848.00	S/ 4,896.48	S/ 4,945.44	S/ 4,994.90	S/ 5,044.85
Costos de sistema software	S/ 400.00						
<i>C.I Variables</i>		S/ 37,000.00	S/ 37,370.00	S/ 37,743.70	S/ 38,121.14	S/ 38,502.35	S/ 38,887.37
Mantenimiento	S/ 1,000.00						
Servicios básicos	S/ 3,000.00						
<b>*Gastos Adm y Comercializ.</b>		S/ 60,200.00	S/ 61,000.00	S/ 61,806.00	S/ 62,618.06	S/ 63,436.24	S/ 64,260.60
<i>Gastos Grales</i>		S/ 60,000.00	S/ 60,600.00	S/ 61,206.00	S/ 61,818.06	S/ 62,436.24	S/ 63,060.60
Sueldo personal administrativo	S/ 5,000.00						
Gatos de publicidad	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 400.00	S/ 600.00	S/ 800.00	S/ 1,000.00	S/ 1,200.00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>S/ 22,600.00</b>	<b>S/ 516,000.00</b>	<b>S/ 521,556.00</b>	<b>S/ 527,163.56</b>	<b>S/ 532,823.20</b>	<b>S/ 538,535.43</b>	<b>S/ 544,300.78</b>

**Fuente: Elaboración propia 2021**

**1.8.9. Fuentes de financiamiento**

RENOVE S.A.C adquiere un préstamo del banco BCP el 22/11/2021 el monto de S/ 30,000 a una tasa de interés de 24% anual, pagadero en 5 años que equivalen en 20 cuotas este préstamo estará destinado a la compra de una maquinaria de producción de marca HAIZHOU, lo cual será para reducir tiempo y mermas.

**Tabla N° 23: Calculo de Préstamos**

<b>Cálculo de prestamos BCP</b>	
<b>Valores</b>	
Importe del préstamo	S/10,000.00
Tasa de interés anual	25%
Periodo del préstamo en años	5
Fecha de inicio del préstamo	22/11/2021
Pago mensual	S/616.50
Número de pagos	20
Importe total de los intereses	S/2,329.93
Coste total del préstamo	S/12,329.93

**Fuente: Elaboración propia 2021**

**Tabla N° 24: Calculo de pagos**

N°	FECHA DE PAGO	INICIO DE SALDO	PAGO	PRINCIPAL	INTERES	FIN SALDO
1	22/12/2021	S/ 10,000.00	S/ 616.50	S/ 408.16	S/ 208.33	S/ 9,591.84
2	22/01/2022	S/ 9,591.84	S/ 616.50	S/ 416.67	S/ 199.83	S/ 9,175.17
3	22/02/2022	S/ 9,175.17	S/ 616.50	S/ 425.35	S/ 191.15	S/ 8,749.82
4	22/03/2022	S/ 8,749.82	S/ 616.50	S/ 434.21	S/ 182.29	S/ 8,315.62
5	22/04/2022	S/ 8,315.62	S/ 616.50	S/ 443.25	S/ 173.24	S/ 7,872.36
6	22/05/2022	S/ 7,872.36	S/ 616.50	S/ 452.49	S/ 164.01	S/ 7,419.87
7	22/06/2022	S/ 7,419.87	S/ 616.50	S/ 461.92	S/ 154.58	S/ 6,957.96
8	22/07/2022	S/ 6,957.96	S/ 616.50	S/ 471.54	S/ 144.96	S/ 6,486.42
9	22/08/2022	S/ 6,486.42	S/ 616.50	S/ 481.36	S/ 135.13	S/ 6,005.05
10	22/09/2022	S/ 6,005.05	S/ 616.50	S/ 491.39	S/ 125.11	S/ 5,513.66
11	22/10/2022	S/ 5,513.66	S/ 616.50	S/ 501.63	S/ 114.87	S/ 5,012.04
12	22/11/2022	S/ 5,012.04	S/ 616.50	S/ 512.08	S/ 104.42	S/ 4,499.96
13	22/12/2022	S/ 4,499.96	S/ 616.50	S/ 522.75	S/ 93.75	S/ 3,977.21
14	22/01/2023	S/ 3,977.21	S/ 616.50	S/ 533.64	S/ 82.86	S/ 3,443.57
15	22/02/2023	S/ 3,443.57	S/ 616.50	S/ 544.76	S/ 71.74	S/ 2,898.82
16	22/03/2023	S/ 2,898.82	S/ 616.50	S/ 556.10	S/ 60.39	S/ 2,342.71
17	22/04/2023	S/ 2,342.71	S/ 616.50	S/ 567.69	S/ 48.81	S/ 1,775.02
18	22/05/2023	S/ 1,775.02	S/ 616.50	S/ 579.52	S/ 36.98	S/ 1,195.50
19	22/06/2023	S/ 1,195.50	S/ 616.50	S/ 591.59	S/ 24.91	S/ 603.91
20	22/07/2023	S/ 603.91	S/ 616.50	S/ 603.91	S/ 12.58	S/ 0.00

**Fuente: Elaboración propia 2021**

**1.8.10. Proyección de flujo de caja**
**Tabla N° 25: Flujo de caja proyectado RENOVE**

FLUJO DE CAJA PROYECTADO RENOVE SAC RUC:203264585									
Periodo	0	1	2	3	4	5	DATOS	DESCRIPCION	
Ingresos Totales		S/. 196,140	S/. 207,908	S/. 220,383	S/. 233,606	S/. 247,622	6%	vtas/incremento	
Costos Totales		S/. 117,684	S/. 124,745	S/. 132,230	140,163.53	S/. 148,573	60%	volumen/ventas	
Gastos Operativos		S/. 68,649	S/. 72,768	S/. 77,134	S/. 81,762	S/. 86,668	35%	gastos	
Amortización de Intangibles		S/. 4,119	S/. 4,366	S/. 4,628	S/. 4,906	S/. 5,200	10%	amortizacion	
Depreciación		5,486.00	5,486.00	5,486.00	5,486.00	5,486.00	5	depreciacion	
EBIT		S/. 202	S/. 543	S/. 905	S/. 1,289	S/. 1,695			
Impuesto		S/. 20	S/. 54	S/. 91	S/. 129	S/. 170	29.50%	tributos	
NOPAT		S/. 182	S/. 489	S/. 815	S/. 1,160	S/. 1,526			
Flujo de Caja Operativo		S/. 9,787	S/. 10,341	S/. 10,929	S/. 11,551	S/. 12,212			
Inversión inicial	S/. 27,430								
Flujo de Caja Económico	-S/. 27,430	S/. 9,787	S/. 10,341	S/. 10,929	S/. 11,551	S/. 12,212	26%	COK	
Préstamo	S/. 10,000						25%	TCEA	
Amortización		1,218.47	1,523.08	1,903.86	2,379.82	2,974.77			
Interés		S/. 2,500	S/. 2,195	S/. 1,815	S/. 1,339	S/. 744			
Escudo Fiscal		S/. 738	S/. 648	S/. 535	S/. 395	S/. 219			
Flujo de Caja Financiero	-S/. 17,430	S/. 6,806	S/. 7,270	S/. 7,745	S/. 8,228	S/. 8,713			

**Fuente: Elaboración propia 2021**

**1.8.11. Análisis de rentabilidad**

Tabla N° 26: Calculo de WACC RENOVE

<b>CALCULO DE WACC RENOVE SAC RUC:203264585</b>	
<b>Fuentes de financiamiento</b>	<b>Monto en soles</b>
<i>Deuda financiera</i>	S/ 10,000.00
<i>Capital propio</i>	S/ 27,000.00
<b>Total</b>	<b>S/ 37,000.00</b>
<i>i : Costo de deuda financiera</i>	<b>24%</b>
<i>t : Impuesto a la renta</i>	<b>29.5%</b>
<i>COK : Costo de oportunidad de los accionistas.</i>	<b>26%</b>
<b>WACC</b>	<b>23.55%</b>

Fuente: Elaboración propia 2021

**Tabla N° 27: Análisis de rentabilidad RENOVE**

		ANÁLISIS DE RENTABILIDAD RENOVE SAC RUC:203264585					
VNA - Económico	S/. 742.50	<b>SE RECOMENDAMOS INVERTIR YA QUE RECUPERAMOS LA INVERSIÓN Y TENEMOS GANANCIA DE 742.50 SOLES</b>					
VNA - Financiero	S/. 2,430.69	<b>SI RECOMENDAMOS INVERTIR YA QUE RECUPERAMOS LA INVERSIÓN Y GENERAMOS UNA GANANCIA DE 2,430.69 SOLES</b>					
TIR - Económica	27.28%	<b>SI RECOMENDAMOS INVERTIR, YA QUE, EL RENDIMIENTO DEL PROYECTO SI ASEGURA LA RENTABILIDAD DE ACCIONISTA</b>					
TIR - Financiera	32.44%	<b>SI RECOMENDAMOS INVERTIR, YA QUE EL RENDIMIENTO DEL PROYECTO ASEGURA LA RENTABILIDAD DEL ACCIONISTA</b>					
SPREAD	6.44%						
Beneficio Costo - Económico	S/. 1.0013	<b>SI RECOMENDAMOS INVERTIR, YA QUE POR CADA SOL DE COSTO, GENERAMOS 1.0013 DE GANANCIA</b>					
VANI	S/. 567,450	S/. -	S/. 196,140	S/. 207,908	S/. 220,383	S/. 233,606	S/. 247,622
VANE	S/. 566,708	S/. 27,430	S/. 186,353	S/. 197,567	S/. 209,454	S/. 222,054	S/. 235,411
Beneficio Costo - Financiero	S/. 1.004	<b>RECOMENDAMOS INVERTIR YA QUE, POR CADA SOL DE COSTO, GENERAMOS SOLES 1.004 DE GANANCIA</b>					
VANI	S/. 578,936.70	S/. 10,000	S/. 196,878	S/. 208,556	S/. 220,918	S/. 234,001	S/. 247,842
VANE	S/. 576,506.01	S/. 27,430	S/. 190,072	S/. 201,286	S/. 213,173	S/. 225,773	S/. 239,129
SPREAD	S/. 0.0029						
Periodo	0	1	2	3	4	5	<b>RESPUESTA: LA INVERSIÓN SE RECUPERARÁ EN EL 3 AÑO</b>
PRC	-S/. 17,430	S/. 6,806	S/. 7,270	S/. 7,745	S/. 8,228	S/. 8,713	
FA	-S/. 17,430	-S/. 10,624	-S/. 3,354	S/. 4,392	S/. 12,619	S/. 21,332	

Fuente: Elaboración propia 2021

**1.8.12. Estado de ganancias y pérdidas proyectado de la empresa**

Tabla N° 28: Estado de Ganancias y Perdidas

ESTADO DE RESULTADOS RENOVE SAC RUC: 203264585					
<b>ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>VENTAS NETAS</b>	S/ 196,140.00	S/ 207,908.40	S/ 220,382.90	S/ 233,605.88	S/ 247,622.23
<b>COSTO DE VENTAS</b>	S/ 117,684.00	S/ 124,745.04	S/ 132,229.74	S/ 140,163.53	S/ 148,573.34
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/ 78,456.00</b>	<b>S/ 83,163.36</b>	<b>S/ 88,153.16</b>	<b>S/ 93,442.35</b>	<b>S/ 99,048.89</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/ 30,000.00	S/ 31,500.00	S/ 31,500.00	S/ 31,500.00	S/ 31,500.00
COSTOS OPERATIVOS	S/ 1,000.00	S/ 1,020.00	S/ 1,040.40	S/ 1,061.21	S/ 1,082.43
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>S/ 47,456.00</b>	<b>S/ 50,643.36</b>	<b>S/ 55,612.76</b>	<b>S/ 60,881.14</b>	<b>S/ 66,466.46</b>
GASTOS FINANCIEROS	S/ 2,500.00	S/ 2,195.38	S/ 1,814.61	S/ 1,338.65	S/ 743.69
DEPRECIACION	S/ 2,000.00				
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>S/ 42,956.00</b>	<b>S/ 46,447.98</b>	<b>S/ 51,798.15</b>	<b>S/ 57,542.50</b>	<b>S/ 63,722.77</b>
IMPUESTO A LA RENTA 29%	S/ 20.21	S/ 54.33	S/ 90.51	S/ 128.86	S/ 169.50
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/ 42,936</b>	<b>S/ 46,394</b>	<b>S/ 51,708</b>	<b>S/ 57,414</b>	<b>S/ 63,553</b>

Fuente: Elaboración propia 2021

**1.8.13. Balance General proyectado de la empresa**
**Tabla N° 29: Balance General RENOVE**

<b>BALANCE GENERAL RENOVE SAC RUC: RUC:203264585</b>					
<b>ACTIVO</b>	<b>IMPORTE AÑO 1</b>	<b>IMPORTE AÑO 2</b>	<b>IMPORTE AÑO 3</b>	<b>IMPORTE AÑO 4</b>	<b>IMPORTE AÑO 5</b>
	S/ 51,000.00	S/ 54,300.00	S/ 55,706.00	S/ 57,120.12	S/ 57,542.52
<b>Activo corriente</b>	S/ 18,000.00	S/ 21,300.00	S/ 22,706.00	S/ 24,120.12	S/ 24,542.52
Caja/bancos	S/ 15,000.00	S/ 15,300.00	S/ 15,606.00	S/ 15,918.12	S/ 16,236.48
Cuentas por cobrar	S/ 0.00	S/ 1,000.00	S/ 2,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00
Existencias	S/ 3,000.00	S/ 5,000.00	S/ 5,100.00	S/ 5,202.00	S/ 5,306.04
<b>Activo no corriente</b>	S/ 33,000.00				
Activo fijo	S/ 23,000.00				
Inmuebles	S/ 10,000.00				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>S/ 51,000.00</b>	<b>S/ 54,300.00</b>	<b>S/ 55,706.00</b>	<b>S/ 57,120.12</b>	<b>S/ 57,542.52</b>
<b>PASIVO</b>	S/ 25,000.00	S/ 28,300.00	S/ 29,706.00	S/ 31,120.12	S/ 31,542.52
<b>Pasivo Corriente</b>	S/ 15,000.00	S/ 15,000.00	S/ 16,200.00	S/ 17,300.00	S/ 18,000.00
Proveedores ctas x pagar	S/ 15,000.00	S/ 10,000.00	S/ 10,200.00	S/ 10,300.00	S/ 10,000.00
Deuda a corto plazo	S/ 0.00	S/ 5,000.00	S/ 6,000.00	S/ 7,000.00	S/ 8,000.00
<b>pasivo no corriente</b>	S/ 10,000.00	S/ 13,300.00	S/ 13,506.00	S/ 13,820.12	S/ 13,542.52
Deuda de largo plazo	S/ 10,000.00	S/ 13,300.00	S/ 13,506.00	S/ 13,820.12	S/ 13,542.52
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>S/ 25,000.00</b>	<b>S/ 28,300.00</b>	<b>S/ 29,706.00</b>	<b>S/ 31,120.12</b>	<b>S/ 31,542.52</b>
<b>PATRIMONIO</b>	S/ 26,000.00				
Aporte de accionistas	S/ 26,000.00				
<b>PASIVO +PATRIMONIO</b>	<b>S/ 51,000.00</b>	<b>S/ 54,300.00</b>	<b>S/ 55,706.00</b>	<b>S/ 57,120.12</b>	<b>S/ 57,542.52</b>

Fuente: Elaboración propia 2021

**1.8.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa**

**Tabla N° 30: Gestión y evaluación del Riesgo**

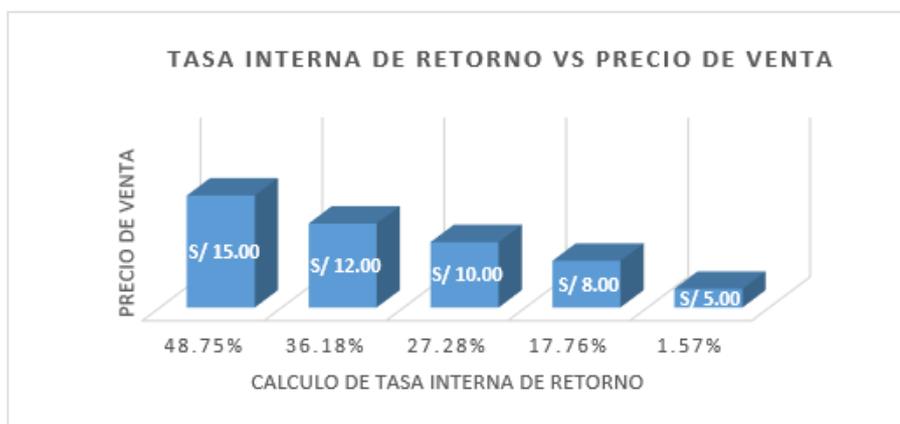
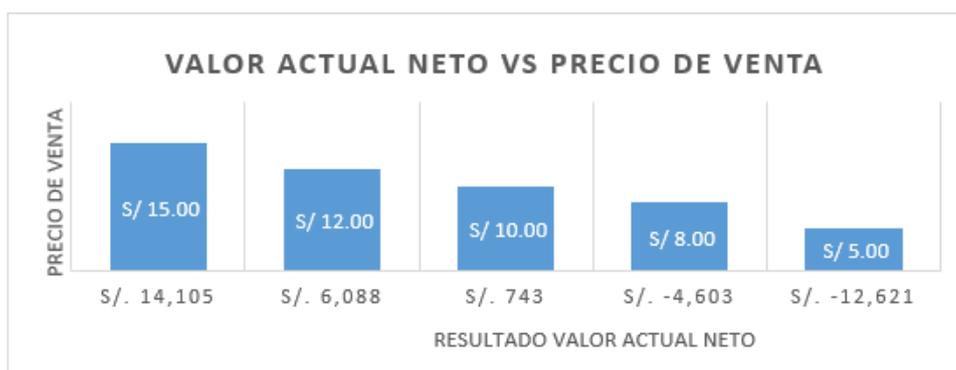
GESTIÓN Y EVALUACIÓN DEL RIESGO EN LA EMPRESA RENOVE SAC: RUC:203264585												
Riesgos			Criterios para evaluar la importancia							Estrategias del tratamiento del Riesgo		ESTRATEGIAS PARA AFRONTAR LOS RIESGOS
N°	Activos de información	Amenaza	Deterioro de la Imagen de la Empresa	Tiempo de Recuperación	Impacto Económico	Impacto en la Organización (Personal)	Impacto en las Operaciones	Total	Nivel del Riesgo	Estrategias del tratamiento del Riesgo	ESTRATEGIAS PARA AFRONTAR LOS RIESGOS	
1	MÁQUINA SOPLADORA BLOWPET – PREMIUM SERVO 5L-2	Personal no capacitado	4	4	4	3	5	20	Alto	Transferir	se contrata un tecnico para poder solucionar la maquinaria y reducir el riesgo.	
2	PATRIMONIO	manejo indevido por parte del contador	4	3	2	2	5	16	Medio	Transferir	Contratar un nuevo contador capacitado	
		cambios en el macroentorno	1	2	4	1	5	13	Bajo	Aceptar	Adecuamos nuestras estrategias a las nuevas reglas	
3	VEHICULOS DE LA EMPRESA	Robo	1	4	4	5	3	17	Medio	Transferir	Reportar el robo,tanto a la comisaria como el seguro.	
		Incendio probocado	1	5	4	5	3	18	Alto	Aceptar	buscar nuevo vehiculo	
4	STOCK DE ALMACEN	Robo organizado	5	5	5	5	5	25	Critico	Mitigar	Adquirir camara de seguridad para el area de almacen	
		Perdida por mala manipulacion	3	2	3	2	3	13	Bajo	Transferir	Contratar un especialista y capacitar al personal	
5	EQUIPOS TECNOLOGICOS	Virus	1	3	3	3	3	13	Bajo	Mitigar	Adquirir un antivirus actualizado para la empresa	
		Robo de informacion	4	3	4	3	3	17	Medio	Mitigar	Contratar una seguridad informatica.	
6	Estantes y Vitrina	Desastre natural	1	4	4	4	4	17	Medio	Aceptar	Plan de contingencia	
		Cuidado Inadecuado	1	3	3	3	2	12	Bajo	Mitigar	Compras de estantes y vitrinas de la mejor calidad	
7	Marca	Imitacion ilegal de la marca	5	4	4	4	5	22	Alto	Transferir	Presentar descargo a la SUNARP para regularizar.	
		Usurpacion de identidad de la marca	5	5	4	3	5	22	Alto	Mitigar	Tener constante comunicación con la cartera de clientes	
8	Cartera de Cliente	Robo de datos del cliente	5	5	5	4	5	24	Critico	Transferir	Software para proteger los datos de los cliente .	
		Competencia	3	4	3	3	4	17	Medio	Aceptar	Planificar mejor las estrategias para mantener la cartera de cliente.	

Fuente: Elaboración Propia 2021

**Tabla N° 31: Análisis de Sensibilidad RENOVE**

ANALISIS DE SENSIBILIDAD RENOVE SAC RUC: 203264585				
TASA INTERNA DE RETORNO	PRECIO DE VENTA		PRECIO DE VENTA	VALOR ACTUAL NETO
48.75%	S/	15.00	S/ 15.00	S/. 14,105
36.18%	S/	12.00	S/ 12.00	S/. 6,088
27.28%	S/	10.00	S/ 10.00	S/. 743
17.76%	S/	8.00	S/ 8.00	S/. -4,603
1.57%	S/	5.00	S/ 5.00	S/. -12,621

Fuente: Elaboración Propia 2021



Fuente: Elaboración Propia 2021

### **1.9. Descripción del equipo gerencial de la empresa**

En nuestro emprendimiento RENOVE S.A.C. contará con un gerente general, el cual se encargará de la gerencia general, en la planificación estratégica, organizar, dirigir, contralar, coordinar, analizar, calcular, representante legal de la empresa y conducir el trabajo de la empresa hacia el cumplimiento de la misión y visión con su equipo bajo a cargo de él.

Los siguientes puestos de alto mando son del gerente de administración el cual estará encargado de administrar los recursos humanos y proporcionar en gestión los materiales de forma eficiente, el gerente de producción se encargará de supervisar y dirigir todo el proceso de producción y asegurarse la calidad del producto, así mismo tendremos al gerente de marketing el cual se encargará de comercializar y promocionar el producto de nuestro emprendimiento.

### **1.10. Conclusiones**

Como equipo llegamos a la conclusión de que este proyecto tiene una buena capital, dado que el producto ayuda a mejorar el medio ambiente por ser fabricado de productos residuos.

Nuestra empresa RENOVE se dedica a la producción y venta de tomatodos elaborados a base de residuos sólidos(plásticos) con el fin cuidar el medio ambiente y concientizar a las personas del uso excesivo de los plásticos.

Nuestra empresa muestra una buena imagen a la sociedad a ser responsable, porque no solo generamos ganancias sí no que también a la protección y conservación del medio ambiente, ya que hoy en día está en gran riesgo.

### **1.11. Recomendaciones**

Como equipo recomendamos que las personas deberían de invertir en investigaciones y desarrollos de productos hecho a base de residuos sólidos (plásticos) que ayudan a la protección y conservación del medio ambiente y ecosistema, principalmente en el uso excesivo de los plásticos ya que este está generando gran daño al ecosistema.

De igual manera dar seguimiento de manera responsable y correspondiente a todos los procesos para poder garantizar un producto de calidad y de esta manera tendríamos grandes crecimientos en los sectores.

Y dejar crecer a las nuevas empresas que se están formando y que están ayudando a la sociedad ya que esto trae un crecimiento bueno al estado el cual a las empresas a ayuda a poder expandirse y comercializar sus productos.

**Bibliografía**

- Kotler, P. y. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Reg. Núm. 1031. Recuperado de [https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod\\_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller\\_2006%29.pdf](https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller_2006%29.pdf)
- Robbins y Timothy A, S. P. (2009). *Organizational behavior, 13th edition*. Pearson Education.
- Olamendi, G. (2009). *Estrategias de posicionamiento*. G. Olamendi, *Estrategias de Posicionamiento* Recuperado de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33079417/posicionamiento-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638252633&Signature=l1yXJbM27nCzuzA->